

REAMM



Dossiê 10

**Educação, Sabedoria Popular
e Economia Circular**



Expediente

A Revista de Ensino em Artes, Moda e Design nasceu em 2017 como um periódico organizado a partir de parcerias entre o Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade do Estado de Santa Catarina, os Programas de Pós-Graduação do Instituto de Cultura e Artes da Universidade Federal do Ceará, o Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da Universidade Federal Rural de Pernambuco e, ainda, o Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, com o apoio da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda, em especial por sua Diretoria de Ensino.

Este periódico visa a socializar ao mundo acadêmico, através de trabalhos inéditos, as mais distintas investigações no âmbito do Ensino Superior, proporcionando o diálogo entre práticas e teorias aplicadas à formação dos profissionais das áreas em questão. Em 2021, entramos no quinto ano da revista, cuja periodicidade foi cumprida, assim como os demais pontos exigidos pelos indexadores nacionais e internacionais que cancelam o periódico atualmente.

A cada edição, pesquisadores nacionais e algumas vezes internacionais, organizam os dossiês com temáticas relevantes e que confirmam a missão da revista, a de motivar espaços de debate e reflexão contínuos para o campo do ensino.

CONSELHO EDITORIAL

Alessandra Vaccari, Università IUAV di Venezia, Itália

Cyntia Tavares Marques de Queiroz, Universidade Federal do Ceará, Brasil

Fernando da Silva, Universidade de Lisboa, Portugal

Mara Rúbia Sant'Anna, Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil

Marcelo Machado Martins, Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Brasil

Maria de Fátima da S.C.G. de Mattos, Centro Universitário Moura Lacerda, Brasil

DOSSIÊ 10 – Educação, Sabedoria Popular e Economia Circular

Organizadoras:

Carol Garcia - Belas Artes de São Paulo

Adriana Yumi Sato Duarte - CEUNSP

CONSELHO CONSULTIVO ANO 5, Nº. 2

Adriana Duarte - Centro Universitário em Itu e Salto SP (Ceunsp)

Daniela Novelli - Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

Kellyn Batistela - Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

Laiana Pereira da Silveira - Instituto Federal Sul Rio Grandense - Campus Pelotas (IFSul)

Laise Lutz Condé de Castro - Universidade Federal de Juiz de Fora

Lilyan Guimarães Berlim - Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Luis Felix de Barros Vieira Rocha - Universidade Federal de Pelotas (UFPel)

Mara Rúbia Sant'Anna - Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

Maria Carolina Garcia - Belas Artes São Paulo

Maria de Fátima da S.C.G. de Mattos - Centro Universitário Moura Lacerda (CUML)

Moisés Waismann - Universidade La Salle

Nadja Maria Mourão - Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)

Thais Dyck dos Santos Lima - Universidade Federal do Paraná (UFPR)

REVISORES GRAMATICAIS

Baticã Braima Ença Mané, Graduado em Letras Língua Portuguesa pela UNILAB

Clarice Dall'Agnol, Licenciada em Letras e Literatura pela PUC-SP

Hermínia Maria Lima da Silva, Graduada em Letras pela UFMA

Marcela Belchior Gomes de Matos, Doutora e Mestra em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP

Nathalia Muller Camozzato, Graduada em Letras Português pela UFSC

Simone Grace de Barros, graduada em Comunicação Social pela UFPE

EDIÇÃO

Apoio | SETOR DE PERIODICOS/UDESC

Apoio de edição | Thiago Strozak (UDESC)

Capa | Thiago Strozak

Produção gráfica | Thiago Strozak

FICHA CATALOGRÁFICA

R454 Revista de Ensino em Artes, Moda e Design [recurso eletrônico] / Universidade do Estado de Santa Catarina. Centro de Artes. Programas de Pós-Graduação em Artes, Design e Consumo do PPGAV/ UDESC, ICA/UFC, PPGD/ UFPE e PGCDs/ UFRPE. V. 6, n. 1, fev. - mai./2022. -

Florianópolis : UDESC/CEART, 2017 --.

Quadrimestral

ISSN: 2594 - 4630

Disponível em: <www.revistas.udesc.br/index.php/EnsinarMode/index>.

1. Moda. 2. Arte. 3. Design. 4. Ensino - Superior. 5. I. Universidade do Estado de Santa Catarina. Centro de Artes.

POTÊNCIAS REGENERATIVAS

“(...) a habilidade de auto-organização é a maior força de resiliência sistêmica. Um sistema capaz de evoluir pode sobreviver a quase qualquer mudança, mudando a si mesmo.”

(Meadows, 2015, p. 159)¹

Maria Carolina Garcia²
Adriana Yumi Sato Duarte³

1 No original, lê-se: *“the ability to self-organize is the strongest form of system resilience. A system that can evolve can survive almost any change, by changing itself”*. Tradução livre das autoras.

2 Carol Garcia, PhD, é professora do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura, Urbanismo e Design do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Especialista em economia circular e design participativo, é autora de *Imagens Errantes: ambiguidade, resistência e cultura de moda*. ORCID 0000-0002-0393-0612.

3 Adriana Yumi Sato Duarte, PhD, é professora e coordenadora do curso de Design de Moda do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (CEUNSP). ORCID 0000-0003-4441-2691.

Alguns meses antes da pandemia de COVID-19 interromper o cotidiano de forma abrupta, um grupo de designers de superfície baseado em São Paulo e no Rio de Janeiro descobriu um terreno comum baseado no interesse em práticas sustentáveis, especialmente estamparia botânica. Isso suscitou intercâmbios de ideias e técnicas, compartilhadas por meio de redes sociais e encontros presenciais em diferentes oportunidades. A discussão em torno da energia vital da natureza e do impacto das plantas na saúde humana, tradicionalmente desenvolvida pelos povos ancestrais sul-americanos e previamente estudada pelo alquimista uruguaio Francisco Piria (1847-1933)⁴, acrescentou significado simbólico às conversas informais sobre processos regionais de tinturaria artesanal e *eco-printing*. A medida que a comunidade crescia, o grupo começou a organizar uma mostra conjunta para fortalecer seus laços e expandir a proposta colaborativa. Justamente neste momento, a progressão da pandemia no Brasil impactou expressões artísticas e pequenos negócios de moda, pois os eventos tiveram de ser postergados para cumprir com o protocolo de isolamento social. Como consequência, as mensagens trocadas por WhatsApp tiveram de ser transferidas para reuniões via Zoom. A medida que o período de isolamento foi se estendendo, diante da falta da matéria-prima habitual à mão, alguns membros começaram a experimentar o uso de plantas e flores do próprio quintal, traduzindo seus achados para formatos digitais de modo a seguir compartilhando com os demais.

Durante a quarentena, a simplicidade e a aplicação de técnicas que não demandam aptidões especiais ou equipamento industrial, assim como o reuso de materiais disponíveis para outras aplicações, distintas da sua utilização original, tornou-se uma opção inevitável para pequenos empreendedores das indústrias criativas, que fizeram inventários de estoques pouco usuais, incluindo trapos, papéis, plantas e outros itens passíveis de reuso. Essas pessoas, sem perceber, adotaram práticas de economia circular, usando materiais caseiros, alguns dos quais poderiam inclusive ser considerados dejetos – como folhas secas, pétalas caídas de flores, sementes e subprodutos do preparo de alimentos. E economia circular, precisamente, é pautada por princípios regenerativos do capital natural e social, que prezam pelo desenvolvimento de práticas que permitam reuso, readequação e longevidade na utilização sábia de materiais cuja escassez é premente. Esse modelo *“representa uma mudança sistêmica que constrói resiliência em longo-prazo, gera oportunidades econômicas e de negócios, e proporciona benefícios ambientais e sociais”*⁵ (Ellen McArthur Foundation, 2017).

4 Piria herdou conhecimentos ancestrais que remontam aos cavaleiros templários de um monge jesuíta, e devotou toda sua vida ao estudo da biodiversidade latino-americana, trabalhando com ervas e flores locais sob essa visão alquímica.

5 Distintas escolas de pensamento sintetizam essa visão a partir da Segunda Guerra Mundial, incluindo a abordagem da economia de performance conforme apresentada por Walter Stahel; a filosofia de design do “berço ao berço”, de William McDonough e Michael Braungart; a abordagem de biomimética organizada por Janine Benyus; a ecologia industrial como descrita por Reid Lifset e Thomas Graedel; o capitalismo natural segundo o entendimento de Amory e Hunter Lovins e Paul Hawken; e a abordagem da “economia azul”, articulada por Gunter Pauli.

As práticas do grupo apresentado anteriormente passaram a ser difundidas em oficinas online diante da ampliação do isolamento social, ofertando um exemplo interessante de como a economia circular pode ser aplicada além do reuso dos materiais em si, mas também em opções reflexivas pautadas pelo compartilhamento e por meio da aplicação da tecnologia como adjuvante. Essa crença amplia-se com as distintas expressões que esse dossiê apresenta em variadas frentes que unem educação, sabedoria popular e o entendimento de uma economia preocupada com recursos naturais, saúde humana e inovação responsável por meio de novos modelos de negócios e processos de fabricação com menor dependência de matéria-prima virgem, denominada de economia circular. No modelo de economia circular não existem descartes de materiais ou de produtos finais; forma-se um ciclo sustentável restaurativo e regenerativo por princípio, desde a concepção dos produtos até seu descarte no pós-consumo, (Ellen McArthur Foundation, 2017).

Três vertentes norteiam a seleção dos artigos: a redescoberta da potência de dejetos e refugos, a revisão de práticas de ensino-aprendizagem diante dos modelos híbridos e um olhar distinto para a ideia de colaboração em detrimento da competitividade, resgatando tais princípios como insumos importantes para discussões acadêmicas. O pesquisador colombiano Arturo Escobar (2018, p.2), em sua obra *Designs for the Pluriverse*, argumenta que todo o conceito de design pode ser repensado a partir de propostas participativas, etnográficas e colaborativas. Se a etapa inicial para a migração de uma lógica linear para um modelo circular nos negócios de moda está em analisar oportunidades para criação de melhores processos, produtos e serviços, expandindo proposições de valor, capturar valores não percebidos ou mesmo perdidos apresenta-se como um caminho por meio do qual a sabedoria ancestral – seja dos povos originários, da herança familiar ou da migração entre culturas – torna-se referência importante. Nesse sentido, no artigo *“Proposta de fabricação de cabedal de malha utilizando o modelo de economia circular”*, Adriana Duarte e Regina Aparecida Sanches discutem como o reuso de aparas têxteis viabiliza a produção de cabedais de malha sem costura, confeccionados em máquinas de malharia retilínea, propiciando uma transformação no entendimento de refugo como matéria-prima em âmbito industrial. Seguindo essa lógica, porém focados em práticas artesanais da tradição catarinense, o grupo de pesquisadores Monica Vieira de Alencar, Lucas da Rosa, Luciana Dornbusch Lopes e Dulce Maria Holanda Maciel observam esse princípio pelo prisma do fazer manual, e apresentam o trajeto da renda de bilro em Florianópolis em *“Renda de bilro e upcycling: uma proposta de inovação”*. Avançamos, portanto, do capital natural para o capital social, em que a educação assume papel preponderante como alicerce na retomada desses valores. Em *Call for rethinking on fashion design education in the era of Post-Pandemic: insights from Turkey*, o pesquisador Şakir Özüdoğru apresenta uma resposta institucional, descrevendo como o Departamento de Design Têxtil e de Moda da Faculdade de Arquitetura e

Design da Universidade Técnica de Eskişehir, na Turquia, reagiu diante da instalação do modelo de ensino híbrido, reinventando práticas por meio da tecnologia. O investigador analisa de que modo esse papel precisou ser revisado durante a pandemia, com uma pesquisa-ação, implementada e testada dentro desse contexto, cujas evoluções extraídas da experiência cotidiana dos processos de ensino-aprendizagem ilustram transformações.

É notável que a escola precisou se reinventar junto com a sociedade e isso também se deu com a educação informal. Do outro lado do globo, considerando a universalidade desse desafio, Regina A. Root e Stephanie N. Saunders esclarecem de que modo o impacto do ato de compartilhar age como mola propulsora da aprendizagem colaborativa em espiral, por meio do estudo de caso do congresso de moda latino-americano Ixel Online 2020. Em seu artigo, as autoras desvendam como estruturas escondidas sob a superfície da experiência coletiva podem ser identificadas e conectadas aos eventos ao nosso redor, permitindo a construção conjunta de soluções mais duradouras e sistemáticas por meio da troca; ao invés de reações isoladas diante de um acontecimento momentâneo, de pouco impacto sistêmico. Originalmente, *Refashioning Collaborations: Crossing Borders during the Pandemic* foi publicado em 2021, na *Middle Atlantic Review of Latin American Studies* (DOI: <http://doi.org/10.23870/marlas.361>). E, como não poderia deixar de ser quando se trata de compartilhar e circular, sob licença *Creative Commons*. Assim, devido à importância seminal deste artigo para a discussão do tema em âmbito latino-americano, generosamente a revista e as autoras permitiram sua reprodução e também a publicação de um resumo estendido em português, de modo a ampliar o debate e facilitar o acesso neste idioma. Nossa gratidão pela deferência e consideração com a *REAMD*, em especial à Professora Ivani Vassoler, da State University of New York, editora e gestora da *Middle Atlantic Review of Latin American Studies*, cujo parecer foi favorável a esta republicação em prol de uma discussão mais ampla.

Nesse sentido, cabe salientar que o conhecimento em rede é verdadeiramente um princípio da economia circular e que sua prática é a mais preciosa lição que podemos aprender. Essa tessitura social, aprendizado de espaços nem sempre escolares, demonstra como há sistemas em operação em várias camadas. É necessário, portanto, observar e discutir valores em circulação que promovam intencionalidade regenerativa, exercício coletivo da empatia e demonstração de que resíduo para uns é definitivamente potência para outros, material e simbólica, presencial e virtual.

Referências:

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **A new textiles economy: Redesigning fashion's future**. 2017. Disponível em: <<http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>>. Acesso em: 25 ago 2021.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION . **Economia Circular**. 2017. Disponível em: <https://archive.ellenmacarthurfoundation.org/pt/economia-circular/conceito>. Acesso em: 23 jan 2022.

ESCOBAR, Arturo. **Designs for the Pluriverse: Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds**. 2018. Durham: Duke UP.

MEADOWS, Donella H., WRIGHT, Diana. **Thinking in Systems: a Primer**. 2015. White River Junction: Chelsea Green Publishing.



Dossier

PROPOSTA DE FABRICAÇÃO DE CABEDAL DE MALHA UTILIZANDO O MODELO DE ECONOMIA CIRCULAR¹

*Proposal for fabrication of knitted upper using the circular
economy model*

*Propuesta de fabricación de calzado deportivo tejido utilizando
el modelo de economía circular*

Adriana Yumi Sato Duarte²

Regina Aparecida Sanches³

1 Financiamento da pesquisa: Projeto USP Municípios – Edital Santander de Políticas Públicas.

2 Possui Mestrado (2013) e Doutorado (2017) em Engenharia Mecânica pela UNICAMP. Realizou um período de Estágio de Doutorado Sanduíche no Exterior (SWE) - Programa Ciência sem Fronteiras (2015-2016) no Fachgebiet Datenverarbeitung in der Konstruktion (Dik), Universidade Técnica de Darmstadt, Alemanha. Tem experiência na área de Engenharia Mecânica com ênfase em Projeto Mecânico e na área de Têxtil e Moda com ênfase em sustentabilidade, atuando em ensino e pesquisa nos seguintes temas: metodologia de projeto de produto, desenvolvimento de produto sustentável, fibras naturais brasileiras e Indústria 4.0. Atualmente é Professora Assistente II do Ceunsp Coordenadora dos Cursos de CST em Design de Moda e CST em Design Gráfico. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2850474849921610>; Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4441-269>; Email: adriana.duarte@ceunsp.edu.br

3 Possui mestrado em Engenharia Mecânica pela Universidade Estadual de Campinas (2001), doutorado em Engenharia Mecânica pela UNICAMP (2006) e livre docência pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (2011). Foi Coordenadora do Curso de Engenharia Têxtil do Centro Universitário da FEI (2001 a 2006), Coordenadora do Bacharelado em Têxtil e Moda da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (2010 a 2012) e Coordenadora do Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Têxtil e Moda da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP (2012 a 2016). É professora visitante da ULisboa (Portugal) e da Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli (Itália). É pesquisadora da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (USP), do Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design (CIAUD) da Universidade de Lisboa (Portugal) e do Fashion Research Lab (FA.RE Lab) da Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli. Tem experiência nas áreas de Engenharia Têxtil, Mecânica e de Produção. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5363947733511902>; Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2489-8540>; Email: regina.sanches@usp.br

RESUMO

Os principais problemas ambientais gerados pelas empresas das cadeias têxtil, de confecção e calçadista estão relacionados à poluição do solo, ar, água, destinação inadequada dos resíduos sólidos e líquidos que causam impactos no meio ambiente e são prejudiciais à saúde da população. Assim, o principal objetivo deste artigo é avaliar a viabilidade técnica da fabricação de cabedais de malha sem costura, confeccionados em máquinas retilíneas de malharia, utilizando como matérias-primas fibras oriundas de aparas de tecidos, de malhas e de tecidos não tecidos (enchimentos) descartadas das indústrias de confecção da cidade de Ibitinga (São Paulo, Brasil). Foram selecionadas aparas de tecidos, de malhas e de tecidos não tecidos (enchimentos), com composição 100% poliéster. As aparas foram cortadas em uma cortadeira automática e desfibradas em uma desfibradora. As fibras desfibradas das aparas foram misturadas com fibras de poliéster reciclado (PET), utilizando a proporção de 50% fibras desfibradas e 50% Poliéster reciclado (PET), as fibras foram fiadas em uma fiação de anéis e em seguida transformados em tecidos de malha. Os artigos produzidos mostram que existe viabilidade para a fabricação de cabedais de malha sem costura usando o modelo de economia circular.

Palavras-chaves: Economia Circular; Cabedais têxteis; Fios reciclados.

Abstract

The main environmental problems generated by companies in the textile, apparel and footwear chains are related to the pollution of soil, air, water, inadequate disposal of solid and liquid waste that cause impacts on the environment and are harmful to the health of the population. Thus, the main objective of this article is to evaluate the technical feasibility of manufacturing seamless fabric, made in knitting machines, using as raw materials fibers from woven, knits and non-woven fabrics discarded from the textile industries in the city of Ibitinga (São Paulo, Brazil). Parts from fabrics, knits and non-woven fabrics were selected, with 100% polyester composition. The textiles were cut in an automatic cutter and shredded in a shredder. The shredded fibers from the textiles were mixed with recycled polyester fibers (PET), using the proportion of 50% shredded fibers and 50% recycled polyester (PET), the fibers were spun in a ring spinning and then transformed into knitted fabrics. The articles produced show that there is feasibility for the fabrication of seamless knitted uppers using the circular economy model.

Keywords. Circular Economy; Knitted Upper; Recycled Yarns.

Resumen

Los principales problemas ambientales que generan las empresas de las cadenas textil, confección y calzado están relacionados con la contaminación del suelo, aire, agua, disposición inadecuada de residuos sólidos y líquidos que provocan impactos en el medio ambiente y son nocivos para la salud de la población. Así, el principal objetivo de este artículo es evaluar la viabilidad técnica de la fabricación de mallas sin costura, realizadas en máquinas de tricotar rectas, utilizando como materia prima fibras de retazos de tejidos planos, tejidos de punto y textiles notejidos desechados de las industrias textile de la ciudad de Ibitinga (São Paulo, Brasil). Se seleccionaron partes de tejidos, tejidos de punto y no tejidos (rellenos), con composición 100% poliéster. Las partes se cortaron en un cortador automático y se trituraron en una trituradora. Las fibras trituradas se mezclaron con fibras de poliéster recicladas (PET), utilizando la proporción de 50% de fibras trituradas y 50% de poliéster reciclado (PET), las fibras se hilaron en un hilado de anillos y luego se transformaron en tejidos de punto. Los artículos producidos muestran que es factible la fabricación de empeines tejidos sin costuras utilizando el modelo de economía circular.

Keywords. *Economía Circular; Calzado Deportivo; Hilos Reciclados.*

1 INTRODUÇÃO

A cadeia produtiva da indústria têxtil, confecção e vestuário é uma das mais importantes, extensas e complexas existentes, envolve diversos segmentos industriais autônomos cuja interação é fundamental para sua organização. A cadeia brasileira, com mais de 200 anos de história, tem enorme importância econômica e social, emprega 1,7 milhão de pessoas em mais de 27 mil empresas em atividade (FIESP, 2019).

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecções – ABIT (2013), o Brasil é um importante produtor de têxteis e de artigos confeccionados, possui a maior cadeia do Ocidente, que responde por 2,4% da produção mundial de têxteis e por 2,6% da produção mundial de vestuário, possui a quinta maior indústria têxtil do mundo, é o quarto maior produtor de artigos confeccionados, possui mais de 25.000 confecções formais que produzem 9,04 bilhões de peças. A indústria da moda ocupa o segundo lugar tanto entre os maiores empregadores na indústria de transformação quanto entre os principais geradores do primeiro emprego.

Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados – Abicalçados (2019), o Brasil é o quarto maior produtor de calçados do mundo, possui 6,6 mil empresas fabricantes de calçados, que foram responsáveis pela geração de 271,1 mil empregos formais em 2018, e pela produção de 944 milhões de pares de calçados, representando 4,4% da produção mundial de calçados.

As cadeias têxtil, de moda e coureiro-calçadista operam de forma linear, onde grandes quantidades de recursos não renováveis são extraídas para produzir os artigos finais, que, normalmente, são usadas por um curto período de tempo e, em seguida, descartadas pelos consumidores e enviadas a aterros sanitários ou incineradas (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017).

Durante o processo fabril dos produtos têxteis, observa-se o desperdício de água, o uso de energia, o uso de produtos químicos tóxicos, a emissão de resíduos sólidos e a poluição da água (SHIRVANIMOGHADDAM et al., 2020). Em 2015, a indústria de vestuário foi responsável pelo consumo de 79 bilhões de metros cúbicos de água e 1.715 milhões de toneladas de emissões de CO₂ (SAJN, 2019).

Paralelamente, de acordo com Treptow (2013), no setor de confecções cerca 30% das matérias-primas utilizadas são descartada como lixo (classificadas como aparas de tecidos, malhas e tecidos não tecidos), e no setor coureiro-calçadista esse número é aproximadamente de 20% (PEREIRA, 2006).

Frente ao exposto, a visão ampla do processo produtivo dos cabedais, envolvendo a produção têxtil e a análise do processo fabril, de modo a torná-lo mais eficiente e reduzir o impacto ao meio ambiente, são fundamentais para a inserção dos setores têxtil e coureiro-calçadista na economia circular.

Assim, o principal objetivo deste artigo é avaliar a viabilidade técnica da fabricação de cabedais de malha sem costura, confeccionados em máquinas retilíneas de malharia, utilizando como matérias-primas fibras oriundas de aparas de tecidos, de malhas e de tecidos não tecidos (enchimentos) descartadas das indústrias de confecção da cidade de Ibitinga (SP).

2 CENÁRIO DA PESQUISA

A seguir, são apresentados os temas pilares para o desenvolvimento da presente pesquisa.

2.1 Cadeias produtivas do setor têxtil, vestuário e calçadista no Brasil

O conceito de cadeia produtiva surgiu na década de 1960 e é originada de uma visão sistêmica do processo produtivo. De acordo com o Ministério da Economia (2017) é o conjunto de atividades que se articulam progressivamente desde os insumos básicos até o produto final (bem ou serviço), incluindo a distribuição e comercialização dos produtos, constituindo-se em segmentos (elos) de uma corrente.

Segundo Gereffi (1994 apud Colantuono e Sousa, 2018), a configuração da cadeia produtiva das indústrias têxteis e do vestuário é similar à cadeia produtiva de calçados. Ambas podem ser divididas em duas dimensões: (I) produtores (fios, tecidos e roupas) e (II) segmentos (padronizados e da moda). As corporações transnacionais, fornecedoras de matérias-primas (fios e tecidos), são grandes e intensivas em capital, confecções de roupas são fragmentadas, pequenas e intensivas em trabalho.

Tanto o fluxo de produção de um tênis convencional de tecido quanto de um artigo de vestuário pode ser dividido em duas etapas principais: na primeira, obtêm-se o tecido plano ou de malha, a fabricação e o beneficiamento do tecido, e na segunda, é realizada a fabricação do produto final, que envolve desde o corte do tecido até a embalagem do produto acabado (DUARTE et al., 2021).

A indústria brasileira de calçados é constituída quase totalmente por capital nacional e as empresas do setor calçadista são muito heterogêneas quanto ao estágio tecnológico. Grande parte dos estabelecimentos é de pequeno porte e de propriedade familiar. Em geral, apresentam reduzidos investimentos em tecnologia e em canais de comercialização. Segundo Gorini e Siqueira (1998), as grandes empresas apresentam maiores investimentos em tecnologia e marketing, enquanto micro e pequenas empresas utilizam de métodos artesanais de produção.

A indústria de confecção brasileira também é constituída por empresas em sua quase totalidade de capital 100% nacional e são muito heterogêneas quanto ao estágio tecnológico. O setor de confecção de vestuário do Brasil é composto por 27.982 empresas, a

grande maioria de pequeno e médio porte e de propriedade familiar. O quadro de funcionários das empresas de confecção de vestuário abrange profissionais de todos os níveis de qualificação: desde trabalhadores não especializados até profissionais de nível superior (ABIT, 2013).

2.2.1 Confecções da cidade de Ibitinga (SP)

O município de Ibitinga localiza-se na parte central do estado de São Paulo (Figura 1), na Região de Governo de Araraquara, tem 689 Km² de área territorial e, segundo a estimativa do IBGE (2021), possui cerca de 61 mil habitantes. Destaca-se por concentrar um setor industrial bastante especializado, o ramo de confecções de cama, mesa e banho.

Figura 1 – Localização da cidade de Ibitinga



Fonte: Wikimedia (2021)

O processo de introdução e expansão da indústria têxtil em Ibitinga ocorreu concomitantemente com grandes transformações socioeconômicas no país. As indústrias de confecção de Ibitinga se desenvolveram nas décadas de 1960 e 1970, com a produção de artigos de cama, mesa e banho. O marco na expansão do consumo desses artigos e da importância da cidade nessa área veio com a criação da Feira do Bordado, no ano de 1974. Segundo Matushima (2005), a Feira promoveu a ampliação e modernização do parque industrial, e aumentou ainda mais a importância da indústria de confecções, enquanto atividade econômica, para o município.

Assim como ocorreu em outros pólos têxteis no Brasil, a crise dos anos 1990 fez com que as indústrias de Ibitinga passassem a diversificar sua produção, adotando um novo mix de produtos antes não produzidos. Assim, além de lençóis, colchas, edredons, toalhas, panos de prato bordados, passou-se a produzir capas de sofá, capas de colchão, cortinas, almofadas, tapetes, e artigos estampados em adição aos bordados (MATUSHIMA, 2005).

O presente estudo foi elaborado para ser aplicado na cidade de Ibitinga, interior do

Estado de São Paulo. Ibitinga foi a cidade escolhida por possuir um parque fabril verticalizado, com indústrias fabricantes de fios têxteis, tecidos planos e de malha, tinturaria, confecção e venda dos produtos confeccionados.

Os principais produtos fabricados pelas empresas são artigos (lisos, estampados e bordados), de cama, mesa e banho e em menor escala são confeccionados artigos para decoração, vestuário em geral dentre outros. A produção e o comércio desses produtos são os principais responsáveis pelo desenvolvimento econômico local.

2.2 Modelo linear de produção industrial

Desde a revolução industrial, o modelo de produção e consumo adotado pelas cadeias de suprimentos é realizado de maneira linear, ou seja, as matérias-primas são extraídas da natureza, transformadas em produtos e após a sua utilização são descartados. Foi um modelo bem-sucedido ao longo dos anos, mas está chegando ao seu limite, pois assume que os recursos são abundantes, disponíveis e não recuperam os resíduos gerados durante o processo de fabricação e após a vida útil do produto final.

O modelo de produção linear provoca efeitos ambientais e sociais negativos, tais como: emissões de gases de efeito estufa, substâncias perigosas que afetam a saúde dos trabalhadores têxteis, os usuários de roupas e a natureza, poluição, descarte inadequado dos resíduos, entre outros impactos ambientais e econômicos, tornando esse modelo de produção inviável e ineficiente (GONÇALVES; BARROSO, 2019).

De acordo com a Fundação Ellen MacArthur (2015), com o aumento demográfico e a implementação do modelo *fast fashion*, o modelo linear começou a revelar-se insustentável, devido grande quantidade de recursos naturais não renováveis utilizada, e que são consumidos a uma velocidade muito maior do que a velocidade que o planeta consegue produzir novos recursos. Estudos realizados mostram que para o modelo do *fast fashion* se sustentar, a produção de roupas dobrou nos últimos quinze anos e o número médio de vezes que cada peça é utilizada diminuiu 36%. Se o sistema linear se mantiver, o consumo de vestuário será de 160 milhões de toneladas no ano de 2050, e o consumo de recursos não renováveis irá aumentar mais de 300 milhões de toneladas por ano.

De acordo com o relatório Quantis (2018), a indústria da moda é responsável por 8% das emissões globais de gases de efeito estufa, sendo que 83% dessas emissões é atribuída à produção de vestuário e o restante 17% à produção de calçado. Cada pessoa consome em média 11,4 kg de roupa por ano, o que significa a emissão de 442 kg de CO₂ por pessoa, apenas no consumo de produtos têxteis.

Paralelamente aos problemas sociais e ambientais das cadeias têxtil, confecção e calçadista, de acordo com Kerr e Landry (2017), as empresas serão desafiadas a repensar o modelo de economia linear, pois na próxima década haverá uma diminuição no lucro da

indústria, em decorrência do aumento dos salários da mão de obra e aumento nos preços da energia.

2.3 Modelo circular de produção industrial

De acordo com Morseletto (2020), a economia circular pode ser definida como um modelo econômico voltado para o uso eficiente de recursos por meio da minimização de resíduos, redução de exploração de recursos primários e ciclos fechados de produtos, peças do produto e materiais dentro dos limites da proteção ambiental e benefícios socioeconômicos.

No modelo de economia circular não existem descartes de materiais ou de produtos produzidos, são definidos o destino e reciclagem dos refugos em todas as etapas do processo produtivo – desde a concepção dos produtos até o descarte no pós-consumo (PEARCE; TURNER, 1990). Leitão (2015) complementa que o modelo é baseado na própria natureza, é implantado por meio da inovação, do design e de processos que visam reduzir o consumo de matérias-primas, energia e água.

Dentro do modelo circular, os recursos podem se regenerar em dois ciclos: o biológico e o técnico. O consumo ocorre somente nos ciclos biológicos, nele os alimentos e materiais de base biológica retornam ao sistema de forma natural e pode ocorrer com a intervenção do homem ou sem intervenção dele. Esses ciclos regeneram os sistemas vivos como, por exemplo, o solo, que fornecem recursos renováveis para a economia. Nos ciclos técnicos, com energia suficiente, a regeneração ocorre, somente com a intervenção humana. Nesses ciclos, os materiais são recuperados e restaurados através de estratégias como reuso, reparo, remanufatura e reciclagem (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2015).

Segundo a mesma fonte, o modelo circular possui três princípios básicos: o primeiro, a preservação e aumento do capital natural, os recursos no sistema produtivo são determinados a partir de tecnologias e de processos com melhor desempenho e utilizam recursos renováveis, que são estimulados através da criação de condições necessárias para a sua regeneração. O segundo princípio prevê a circulação constante de produtos, componentes e materiais, tanto no ciclo biológico como no técnico, contribuindo para a otimização da produção de recursos. O terceiro visa a eficácia do sistema, que só é possível conseguir através da identificação e exclusão das externalidades negativas.

O processo produtivo do modelo de economia circular contempla a redução, a reutilização, a recuperação e a reciclagem dos materiais, formando um ciclo sustentável desde a produção até a reinserção da matéria-prima para a fabricação de um novo produto (AVILA et al., 2018). Assim, “uma economia circular é restaurativa e regenerativa por princípio” (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017, p.2). Corrobora Luz (2017 apud GONÇALVES; BARROSO, 2019), ao afirmar que “a economia circular busca a otimização dos mate-

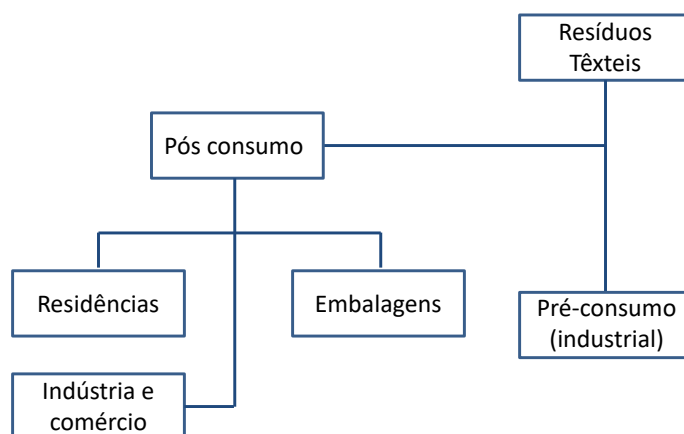
riais, ampliando a vida útil dos produtos e ativos durante e após o seu uso, reduzindo o uso de insumos e recursos não renováveis e optando pela utilização de recursos renováveis e insumos de base biológica; propondo a maior circulação de resíduos e subprodutos através da reutilização, seja na mesma cadeia produtiva ou para o reaproveitamento em outras indústrias”.

2.4 Resíduos sólidos têxteis

Os principais problemas ambientais gerados pelas empresas das cadeias têxtil, de confecção e calçadista estão relacionados à poluição do solo, ar, água, destinação inadequada dos resíduos sólidos e líquidos que causam impactos no meio ambiente e são prejudiciais à saúde da população.

De acordo com Echeverria et al. (2019), os resíduos têxteis são classificados em resíduos pré-consumo e resíduos pós consumo. A Figura 2 mostra os resíduos gerados no processo de fabricação (pré-consumo) e os resíduos descartados pelos consumidores após sua vida útil (pós consumo). Shirvanimoghaddam et al. (2020), classificam os resíduos pós consumo em gerados nas residências, como vestuários, bolsas, roupas de cama, carpetes, cortinas; gerados por embalagens e gerados no comércio e indústria, como uniformes, têxteis industriais e de construção.

Figura 2 – Categoria de resíduos têxteis



Fonte: Adaptado de Shirvanimoghaddam et al. (2020)

A indústria da confecção, penúltimo elo da cadeia, é caracterizada por um alto grau de diferenciação em relação às matérias-primas utilizadas, processos produtivos, padrões de concorrência e estratégias empresariais. Conglomera a fabricação de roupas e acessó-

rios de vestuário em geral; cama, mesa e banho; artigos para o lar, têxteis técnicos para várias aplicações, dentre outras (SANCHES, 2011).

Segundo Lorenzetti (2018), 170 mil toneladas de resíduos têxteis são geradas pelas confecções por ano no Brasil, estima-se que pelo menos 40% (aproximadamente 70 mil ton) são reprocessadas por empresas recicladoras e 60% (aproximadamente 100 mil ton) são descartadas nos aterros sanitários, que já estão com suas capacidades comprometidas pelo excesso de resíduos sólidos a eles enviados.

As matérias-primas utilizadas pelas confecções são geralmente tecidos planos e malhas que podem ser de origem natural – fabricados a partir de fibras obtidas de fontes renováveis e se decompõem rapidamente no meio ambiente – ou de origem química – produzidos a partir de polímeros naturais (fibras artificiais), matérias-primas renováveis que se decompõem rapidamente no meio ambiente ou a partir de polímeros sintéticos (fibras sintéticas) matérias-primas não renováveis, na sua maioria à base de petróleo, e demoram décadas para se decompor na natureza.

A norma NBR 10.004/2004, define resíduos sólidos, como: “aqueles resíduos nos estados sólido e semissólido, que resultam de atividades da comunidade de origem industrial, doméstica, hospitalar, comercial, agrícola, de serviços e de varrição”. De acordo com a mesma norma, os resíduos sólidos são classificados de acordo com a identificação do seu processo de produção ou de sua atividade de origem, dos constituintes e características desses resíduos, e a comparação destes constituintes com listagens de resíduos e substâncias cujo impacto à saúde e ao meio ambiente é conhecido.

Os resíduos sólidos têxteis gerados pelas confecções são caracterizados por aparas de malhas, tecidos planos, tecidos não tecidos, linhas, fios, acessórios e de acordo a norma ABNT 10.004/2004 são classificados como não perigosos e não inertes (Classe II A).

2.4.1 O processo de reciclagem de garrafas PET

O termo poliéster é utilizado para definir os materiais poliméricos que possuem grupos ésteres na principal cadeia macromolecular polimérica e não para os grupos ésteres que se localizam nas cadeias secundárias (DEOPURA, 2008). O mais importante polímero policondensado e o mais utilizado hoje é o poliéster. Sua utilização é bastante ampla: recipientes, garrafas, filmes e também como fibras e filamentos têxteis.

O poliéster aromático mais importante, utilizados na fabricação dos fios têxteis, é o polietileno tereftalado (PET). Dentre as fibras sintéticas, o PET é a mais utilizada.

Nos anos 1980, houve um crescimento da busca por alternativas para reduzir a quantidade de lixo, verificando-se uma preocupação com o destino da embalagem após o consumo (AMADEU et al., 2005; BERTHIER, 2003; PIETERS, 1991 apud DIAS, 2006). Com base em informações do Compromisso Empresarial para a Reciclagem (CEMPRE),

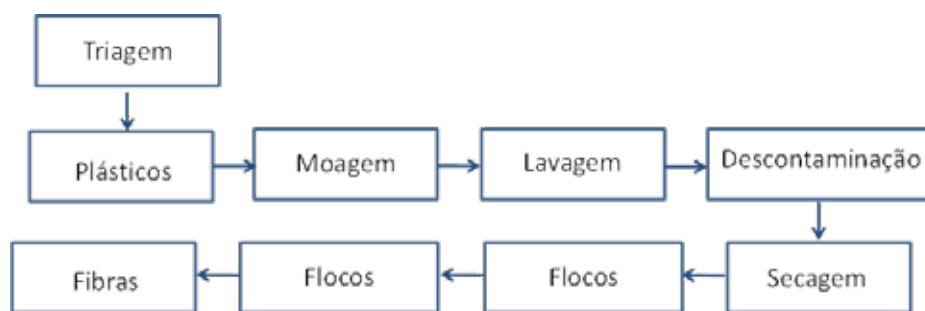
em 2018 o volume de resina plástica produzida no Brasil foi de aproximadamente 758 mil toneladas, a geração de resíduo plástico pós consumo no mesmo foi de 3,4 milhões de toneladas, somente 22,1% de todo o plástico produzido em 2018 foram reciclados.

Dentre os resíduos, o destaque dos últimos anos é para as embalagens plásticas. O consumo de plásticos no Brasil e no mundo vem aumentando há décadas, numa clara demonstração do enorme sucesso conseguido por esse material nas mais variadas aplicações (ABIPLAST, 2020). Dentre os resíduos sólidos, os plásticos chamam mais atenção em consequência da total descartabilidade das embalagens e sua resistência à degradação.

Apesar da existência de uma grande variedade de termoplásticos, apenas cinco deles, ou seja, o polietileno (PE), o polipropileno (PP), o poliestileno (PS), o policloreto de vinila (PVC) e o PET representam cerca de 90% do consumo nacional. Dentre eles, o PET apresenta um dos maiores índices de crescimento em consumo no país.

A reciclagem de polímeros é uma alternativa viável para minimizar o impacto ambiental causado pela disposição desses materiais em aterros sanitários. Este tema vem se tornando cada vez mais importante, pois, além dos interesses ambientais e econômicos, começam a surgir legislações cada vez mais rígidas no sentido de minimizar e/ou disciplinar o descarte dos resíduos sólidos (SPINACÉ; PAOLI, 2005). A Figura 3 mostra o fluxograma da reciclagem das garrafas PET para obtenção da fibra de PET reciclado.

Figura 3 – Fluxograma da reciclagem e fiação da fibra de PET



Fonte: Autoras

De acordo com Vezzà et al. (2006), o processo de reciclagem das garrafas PET se inicia com uma triagem, que tem como objetivo a separação do plástico dos demais materiais, tais como: vidro, metais, papeis, etc. Após esse procedimento, as garrafas são colocadas em uma esteira de alimentação, onde é realizada a sua lavagem. Nessa etapa são retirados os contaminantes maiores (pedras, tampas soltas, etc.).

As garrafas passam para uma esteira de seleção, em que é monitorada a presença de outros materiais, como, por exemplo, PVC, PP, PE e outros, inclusive os metais que são acusados pelo detector de metais ferrosos. As garrafas caem na esteira de alimen-

tação do primeiro moinho onde sofrem a primeira moagem que é feita a úmido (com adição de água). O material moído é retirado e a parte da água suja é separada do processo. Em seguida o material passa pelos tanques de descontaminação, onde além de ser feita a separação dos rótulos e tampas pode ocorrer a adição de produtos químicos para beneficiamento do processo.

Após os tanques, o material é introduzido em outro moinho até obter a granulometria adequada. O material é transportado até o lavador, onde, com adição de água, é feito o enxágue, saindo diretamente para o secador. O material é retirado do secador e levado para o silo, de onde é retirado e colocado em big-bags (sacolas de aproximadamente 1m³) estando pronto para ser enviado à indústria de transformação (fiação). Os pequenos flocos de PET obtidos após este processo e que posteriormente serão reutilizados na cadeia de transformação (fiação) são chamados de flakes.

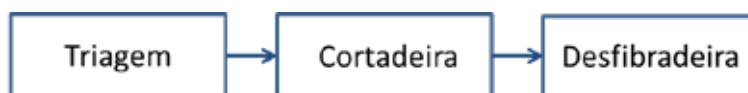
Na fiação, os flakes são derretidos até obter-se uma polpa macia, a qual é transformada em um fio, que posteriormente será transformado em tecido (FARJADO et al. apud VALLE et al., 2004).

2.4.2 Reciclagem mecânica de aparas têxteis

As aparas de tecidos descartadas pelas confecções podem ser utilizadas na fabricação de fios reciclados, através de processos de desfibragem.

O processo de desfibragem é um processo mecânico e segue as etapas descritas na Figura 4.

Figura 4 – Fluxo do processo de desfibragem das aparas de tecidos



Fonte: Autoras

Primeiramente é realizada a seleção das aparas que serão desfibradas. Em seguida, os retalhos de tecidos, de malhas e tecido não tecidos selecionados são cortados, para uniformização do material a ser processado. O material picotado é processado por uma desfibradeira, para transformar as aparas de confecção em mantas de fibras desfibradas, que serão enviadas à fiação e utilizadas na fabricação de um novo produto (AMARAL, 2016).

2.5 Produção de calçados

Desde a revolução industrial houve uma grande evolução no design, nos processos produtivos e nos materiais usados para a fabricação dos calçados, mas o componente humano não foi totalmente substituído pela automação dos equipamentos, parte do processo de fabricação dos artigos calçadistas ainda possuem características que lembram as atividades desempenhadas pelos primeiros artesãos de sapatos e seus auxiliares, em suas pequenas oficinas.

De acordo com Viana e Rocha (2006), a fabricação de um calçado é dividida em várias partes, das quais o cabedal (parte superior) e o solado (parte inferior) são as mais importantes. A função do cabedal é proteger o peito do pé e os dedos, e a do solado é proporcionar equilíbrio ao calçado.

A indústria calçadista pode ser dividida, em função do tipo de calçado produzido e do material de confecção do cabedal, em quatro grupos principais: injetados, sintéticos, couro e têxtil.

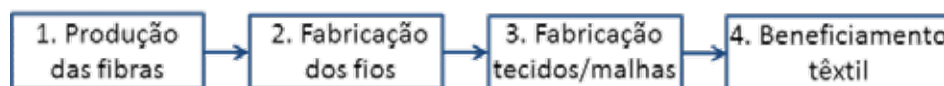
A maioria dos calçados injetados é produzida em fábricas que necessitam de pouca mão de obra, pois saem das máquinas com cabedal e solado unidos. Os calçados sintéticos, de couro e têxtil, necessitam de maior mão de obra para a fabricação do cabedal e posterior união deste ao solado (GUIDOLIN et al., 2010).

2.6.1. Processo convencional de produção dos cabedais

O fluxo de fabricação dos tênis convencionais de tecidos pode ser dividido em duas partes: fabricação do tecido e a fabricação do tênis.

A primeira parte, fabricação dos tecidos, é realizada pela indústria têxtil, e envolve as etapas de produção de fibras, fiação, tecelagem/malharia e acabamento. Os processos produtivos são diferentes, as máquinas e os equipamentos específicos são selecionados em função das matérias-primas a serem processadas, os tecidos podem ser fabricados seguindo as etapas apresentadas na Figura 5 e no Quadro 1.

Figura 5 – Processo de fabricação dos tecidos/malhas – 1ª parte (Indústria têxtil)



Fonte: autoras

Quadro 1: Processo de fabricação dos tecidos/malhas – 1ª parte (Indústria têxtil)

Atividades	Descrição e local de fabricação
1. Extração/fabricação das fibras	as fibras podem ser de origem natural, extraídas da natureza, ou química, fabricadas pelo homem
2. Fabricação do fio	podem ser fabricados a partir de fibras descontínuas ou por multifilamentos
3. Fabricação dos tecidos ou das malhas	os tecidos planos são fabricados em tecelagens e os de malha em malharias
4. Beneficiamento do tecido	o tingimento e acabamento dos tecidos são realizados em uma tinturaria

Fonte: Autoras

Já a segunda parte, a fabricação dos tênis, é realizada pela indústria calçadista. A confecção do calçado de tecido, na maioria das empresas brasileiras é feita de forma artesanal, compreende etapas como modelagem, corte, costura, montagem e acabamento (Figura 6 e Quadro 2).

Figura 6 – Processo de fabricação dos tênis – 2ª parte (indústria calçadista)



Fonte: autoras

Quadro 2: Processo de fabricação dos tênis – 2ª parte (indústria calçadista)

Atividades	Descrição e local de fabricação
5. Modelagem	etapa onde os modelos que serão produzidos são concebidos
6. Corte	corte com balancim (máquina de corte) e cortes manuais do conjunto de peças que formarão os cabedais. São cortadas em média 30 peças para cada cabedal
7. Risco	nesta etapa o material é riscado para orientar as(os) costureiras(os) onde as partes que foram cortadas devem ser costuradas para a montagem dos cabedais
8. Costura (pesponto)	consiste na união das peças cortadas para formar os cabedais
9. Moldação	processo feito para moldar o calçado, é feito em duas etapas através da utilização de três equipamentos: vaporizador, moldador de contraforte e moldador de bico
10. Montagem	o processo feito em 8 etapas: montagem do bico, fechamento da lateral, fechamento da traseira, rebaixamento do material de fundo, preparação da lateral onde será aplicada a cola através de lixa, aplicação da cola na sola e no cabedal, junção da sola ao cabedal e prensa
11. Acabamento geral	Acabamento

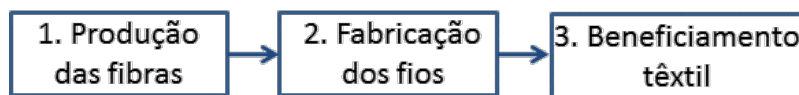
Fonte: Autoras

2.6.2 Processo de produção dos cabedais de malha sem costura (malharia retilínea)

O fluxo de fabricação dos tênis com cabedais de malha sem costura pode ser dividido em duas partes: fabricação do fio e a fabricação do tênis.

A primeira parte, fabricação dos fios, é realizada pela indústria têxtil, envolve as etapas de produção de fibras, fiação e beneficiamento do fio. Os processos produtivos são diferentes, as máquinas e os equipamentos específicos são selecionados em função das matérias-primas a serem processadas, os tecidos podem ser fabricados seguindo as apresentadas na Figura 7.

Figura 7 – Processo de fabricação dos fios – 1ª parte (Indústria têxtil)



Fonte: autoras

A segunda parte, fabricação do tênis, apresenta o processo de fabricação dos cabedais de malha em máquinas retilíneas, tecnologia “fully shaped”, em que os cabedais são produzidos no formato final, sem costuras, com a flexão adequada em pontos específicos do cabedal e sem gerar resíduos sólidos. A tecnologia permite realizar no mesmo cabedal diversas padronagens, aumentando as possibilidades no processo criativo, conforto e desempenho do produto final. Quando a máquina retilínea pertence ao parque fabril da indústria calçadista, o fluxo de produção do tênis segue as etapas descritas na Figura 8.

Figura 8 – Processo de fabricação dos tênis de malha sem costura (indústria calçadista)

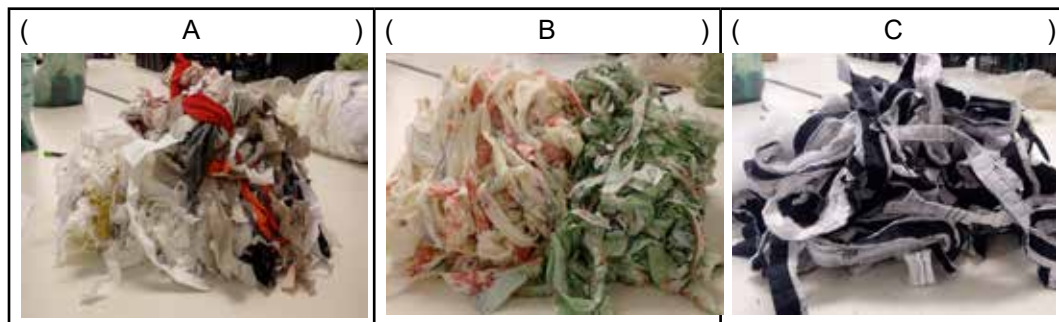


Fonte: autoras

3 PESQUISA EXPERIMENTAL

Foram utilizadas as seguintes matérias-primas para a fabricação dos fios: fibras de poliéster reciclado de garrafas PET e fibras desfibradas de poliéster. As fibras de poliéster reciclado foram adquiridas no mercado e as fibras desfibradas, com composição 100% poliéster, foram retiradas das aparas de tecidos (Figuras 9A e 9B), de malhas e de tecidos não tecidos (Figura 9C) fornecidas pelas confecções de Ibatinga.

Figura 9 – Aparas têxteis, sendo Confecção A (tecidos e malhas), Confecção B (tecidos) e Confecção C (tecidos e tecidos não tecidos)



Fonte: Autoras

As aparas de tecidos foram cortadas em uma cortadeira automática e desfibradas em uma desfibradeira. A Figura 10 mostra o material cortado e desfibrado.

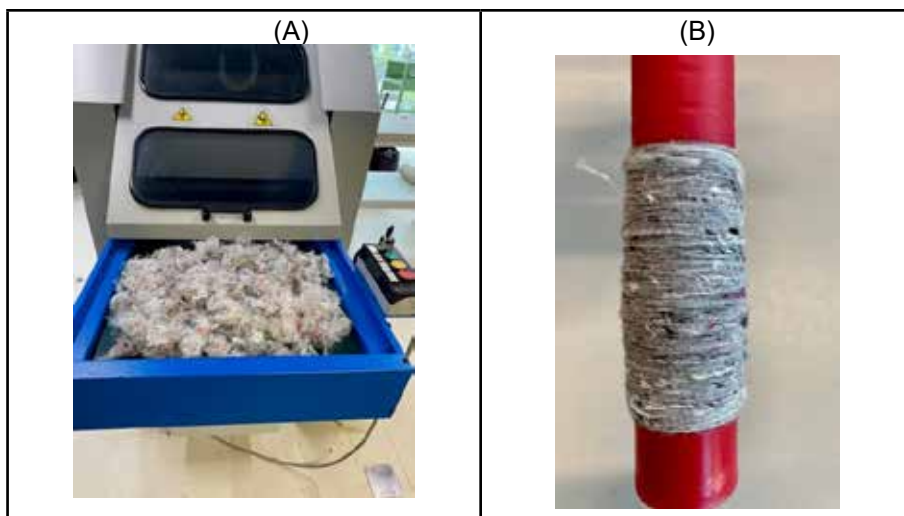
Figura 10 – Aparas de tecidos, malhas e tecidos não tecidos desfibrados



Fonte: Autoras

As matérias-primas utilizadas na fabricação dos fios foram 50% de fibras desfibradas de poliéster e 50% poliéster reciclado fios, foram fabricados fios com densidade linear 19,7x1 tex (Nec 30/1) em fiação a anel (convencional). A Figura 11A mostra a mistura utilizada na fabricação do fio (entrada da carda) e a Figura 11B mostra fio produzido (saída do filatório).

Figura 11 – Mistura de fibras (A) e Fios produzidos (B)



Fonte: Autoras

A Figura 12 mostra o tecido de malha confeccionado com o fio produzido. Os cabedais sem costura, serão confeccionados em máquinas retilíneas (Shima Seiki) que possuem tecnologia de fabricação similar a do tear circular utilizado na fabricação da malha.

Figura 12 – Tecido de malha produzido utilizando o modelo de economia circular



Fonte: Autoras

O calçado usado para lazer deixou de ser apenas um item do vestuário para proteção dos pés, para ser considerado um item de moda e é um dos responsáveis pela definição do estilo do seu usuário. Atualmente a maioria dos consumidores busca produtos diferenciados e na hora da compra optam pelos produtos que possuem preocupação com o meio ambiente. Os empresários e profissionais da moda perceberam a tendência do consumo sustentável e procuram alternativas de novos materiais e processos voltados a fabricação de produtos com responsabilidade social e ambiental.

A utilização de matérias-primas recicladas, em substituição aos materiais virgens, contribuirá para a redução taxa de emissão de CO₂ nos processos de extração e fabricação das fibras e no uso de grandes quantidades de produtos químicos e de água, para a fabricação e tingimento dos fios ou dos tecidos, pois como foram utilizadas aparas de tecidos coloridos, os fios produzidos a partir das aparas de tecidos planos e malhas, não necessitam de tingimento.

Com a utilização dos materiais de baixo impacto ambiental e novas tecnologias para a produção de cabedais de malha sem costura, é possível reduzir o descarte de resíduos sólidos das indústrias de confecções e das indústrias calçadistas, a emissão de CO₂ (dióxido de carbono), o uso de produtos químicos e o uso de água na fabricação dos novos produtos.

No processo de fabricação dos cabedais de malha sem costura, quando comparado ao processo convencional, observa-se uma redução das etapas de fabricação dos calçados, pois os cabedais são confeccionados nas máquinas retilíneas no formato final e sem gerar resíduos. Nesse processo, para completar a fabricação do tênis será necessário somente a aplicação do solado, desta forma, haverá uma diminuição das etapas do processo produtivo da indústria calçadista, com aumento da competitividade, redução custos, aumento da produção e diminuição dos erros humanos.

5 CONCLUSÕES

A crescente preocupação com aspectos sociais e ambientais tem despertado o interesse do consumidor, que vem buscando produtos diferenciados, principalmente no que se refere à sustentabilidade. A adoção de um posicionamento ecologicamente e socialmente correto é uma tendência mundial e está sendo amplamente difundido pelo meio empresarial. Os materiais utilizados a fabricação dos cabedais, produzidos seguindo o modelo de economia circular, viabilizam a fabricação de produtos que atendam aos usuários que buscam o consumo sustentável.

O processo produtivo convencional de fabricação dos calçados necessita de grande quantidade de etapas para a fabricação do produto final, apresenta baixa complexidade, utiliza tecnologias simples, que pode ser caracterizada como artesanal, com o uso massivo de mão de obra e geração de resíduos sólidos (aparas de tecidos/malhas). O processo produtivo de cabedais de malha sem costura reduz o tempo de trabalho ao produzir cabedais praticamente completos, sendo necessárias nenhuma ou pouca costura e produzindo diferentes padronagens no mesmo produto.

Esta tecnologia simplifica as etapas do processo produtivo com o objetivo de ganhar competitividade, reduzir custos, aumentar a produção e diminuir erros. Essas inovações estão tornando a produção têxtil mais eficiente, evitando o desperdício de recursos, além de eliminar a poluição e preparar essa indústria para a Quarta Revolução Industrial.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos o Instituto SENAI de Inovação – Biossintéticos e Fibras (CETIQT) pela parceria para realizar em suas instalações a parte experimental desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Mariana Correia do. **Reaproveitamento e Reciclagem Têxtil no Brasil**: ações e prospecto de triagem de resíduos para pequenos geradores. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DO PLÁSTICO – ABIPLAST. **Os plásticos**. 2020. Disponível em: <<http://www.abiplast.org.br>>. Acesso em: 22 out 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO – ABIT. **Cartilha Indústria Têxtil e de Confecção Brasileira - Cenários, Desafios, Perspectivas e Demandas**. 2013. Disponível em: <<http://abit-files.abit.org.br/site/publicacoes/cartilha.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS – ABICALÇADOS. **Relatório Setorial: Indústria de Calçados do Brasil**. 2019. Disponível em: <<http://abicalcados.com.br/publicacoes/relatorio-setorial>>. Acesso em 30 set. 2020.

AVILA, Ana Paula Santos de; MACIEL, Dulce Maria Holanda; SILVEIRA, Icléia; RECH, Sandra Regina. Os Resíduos Têxteis Sólidos no Contexto de Abordagens Sustentáveis: Ciclo de Vida, Economia Circular e Upcycling. **MIX Sustentável**, v. 4, n. 3, p.17-24, out-mar. 2018.

COLANTUONO, Aline Correia de Sousa; SOUSA, Naina Correia de. A Indústria Calçadista no Âmbito das Cadeias Produtivas Globais. **Revista da Faculdade de Administração e Economia - REFAE**, v. 9, p. 15-41, 2018.

DEOPURA, B. L. et al. Polyester and Polyamides. In: KRISHNAN, P. Santhana; KULKARNI, S. T. **Polyester Resins**. Cambridge: Woodhead Publishing Textiles, 2008.

DUARTE, Adriana Yumi Sato; LIMA, Fernando Soares; Queiroz, Rayana Santiago de; SANCHES, Regina Aparecida. Proposta de redução do impacto ambiental na fabricação de cabedais sem costura usando o modelo de Economia Circular. In: Rafael Alves Pedrosa. (Org.). **Gestão da Produção em Foco**. 1ed. Belo Horizonte: Poisson, 2021, v. 48, p. 59-66.

DIAS, Sylmara Lopes Francelino Gonçalves. Há vida após a morte: um (re)pensar estratégico para o fim da vida das embalagens. **Gestão e produção**, v.3, n.3, São Paulo, set-dez 2006.

ECHEVERRIA, Claudia A.; HANDOKO, Wilson; PAHLEVANI, Farshid; SAHAJWALLA, Veena. Cascading use of textile waste for the advancement of fibre reinforced composites for building applications. **Journal of Cleaner Production**, v. 208. p. 1524-1536. 2019.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. “**Rumo à economia circular: o racional de negócio para acelerar a transição**”. 2015. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/Rumoa%CC%80-economia-circular_Updated_08-12-15.pdf>. Acesso em: 12 mar 2019.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **A new textiles economy: Redesigning fashion’s future**. 2017. Disponível em: <<http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>>. Acesso em: 25 ago 2021.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO – FIESP. **Panorama da indústria de transformação brasileira**. 2019. São Paulo/SP. Disponível em: <<https://www.fiesp.com.br>>. Acesso em: 12 dez 2020.

GORINI, Ana Paula Fontenelle; SIQUEIRA, Sandra Helena Gomes de. **O setor de calçados no Brasil**. BNDES Setorial. Rio de Janeiro: BNDES, 1998.

GONÇALVES, Taynara Martins; BARROSO, Ana Flavia da Fonseca. A economia circular como alternativa à economia linear. **Anais do XI SIMPROD**, 2019.

GUIDOLIN, Silvia Maria; COSTA, Ana Cristina Rodrigues da; ROCHA, Érico Rial Pinto da. Indústria calçadista e estratégias de fortalecimento da competitividade. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 31, p. 147-184, mar. 2010

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Estimativas da População 2021**: Estimativas da população residente para os Municípios e para as Unidades da Federação brasileiros, com data de referência em 1º de julho de 2021. 2021. Disponível em: https://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2021/estimativa_dou_2021.pdf. Acesso em 21/12/2021.

KERR, John; LANDRY, John. **Pulse of the fashion industry**. 2017. Disponível em: <https://developmenteducation.ie/app/uploads/2019/12/Pulse-of-the-Fashion-Industry_2017.pdf>. Acesso em: 10 out 2021.

LEITÃO, Alexandra. Economia circular: Uma nova filosofia de Gestão Para o séc. XXI. **Jornal Português de Finanças, Gestão e Contabilidade**. v. 1, n. 2, 2015.

LORENZETTI, Luiza. **A importância do reaproveitamento de resíduos têxteis em São Paulo**. 2018. Disponível em: <<http://www.tratamentodeagua.com.br/artigo/reaproveitamento-residuos-texteis-sp/>>. Acesso em 18/02/2020.

MATUSHIMA, Marcos Kazuo. **Especialização produtiva e aglomeração industrial**: uma análise da indústria de confecções de Ibitinga-SP. Tese Doutorado, Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro. 2005.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Competitividade Industrial – conceituação**. 2017. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividade-industrial/acoes-e-progr_amas-11/conceituacao>. Acesso: 15 jul 2021.

MORSELETTO, Piero. Targets for a circular economy. **Resources, Conservation and Recycling**. v. 153, p. 104553, 2020.

PEARCE, David W.; TURNER, R. Kerry. **Economics of natural resources and environment**. Londres: Harvester Wheasheaf, 1990.

PEREIRA, Samanta Vieira. **Obtenção de cromato de sódio a partir das cinzas de incineração de resíduos de couro do setor calçadista visando à produção de sulfato básico de cromo**. Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial para obtenção de título de Mestre em Engenharia. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

QUANTIS. **Measuring Fashion**. 2018. Disponível em: <https://quantis-intl.com/wp-content/uploads/2018/03/measuringfashion_globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018_a.pdf>. Acesso em: 20/10/2021.

SAJN, Nikolina. **Environmental Impact of the Textile and Clothing Industry**. 2019. Disponível em: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI\(2019\)633143_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI(2019)633143_EN.pdf). Acesso em: 20/10/2021.

SANCHES, Regina Aparecida. **Estudo comparativo das características das malhas produzidas com fibras sustentáveis para fabricação de vestuário**. São Paulo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo. Tese de Livre-docência. 2011.

SHIRVANIMOGHADDAM, Kamyar; MOTAMED, Bahareh; RAMAKRISHNAC, Seeram; NAE-BE, Minoo. Death by waste: Fashion and textile circular economy case. **Science of the Total Environment**, v. 718, p. 137317, 2020.

SPINACÉ, Maria Aparecida da Silva; PAOLI, Marco Aurelio de, A tecnologia da reciclagem de polímeros. **Química Nova**, v. 28, n. 1, p. 65-72, 2005.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: Planejamento de Coleção**. 5ª edição. Editora: Cia. dos Livros. 2013.

VALLE, Maria da Conceição Gomes; FREITAS, Tatiane Oliveira de; GUEDES, Renato Celestino; SILVA, Izabelle Pereira da. Uma nova geração de fibras: um estudo sobre a busca pelo conforto e redução dos impactos ambientais. **Rev. Univ. Rural, Sér. Ciências Humanas**, v. 26, n. 1-2, jan.-dez., 2004.

VEZZÁ Carlo Sartori Bonfim; COTAIT, Pedro Leite de Abreu; ALVES, Marcelo Augusto Leal. **Produção de fibras para produção de tecidos a partir da reciclagem de PET**. 2006. Disponível em: <www.poli.usp.br/d/pme2599/2006/Artigos/Art_TCC_054_2006.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2020.

VIANA, Fernando Luiz Emerenciano; ROCHA, Roberto Ednísio Vasconcelos. **A indústria de calçados no Nordeste: características, desafios e oportunidades**. Banco do Nordeste do Brasil, 2006.

WIKIMEDIA. **Mapa do Município de Ibitinga**. Disponível em: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/4/4e/SaoPaulo_Municip_Ibitinga.svg/2560px-SaoPaulo_Municip_Ibitinga.svg.png>. Acesso em 28/10/2021.

Data de submissão: 29/10/2021

Data de aceite: 19/01/2022

Data de publicação:28/01/2022



RENDA DE BILRO E UPCYCLING: UMA PROPOSTA DE INOVAÇÃO

Bobbin lace and upcycling: an innovation proposal

Encaje de bolillos y upcycling: una propuesta de innovación

Monica Fernanda Vieira de Alencar¹

Luciana Dornbusch Lopes²

Lucas da Rosa³

Dulce Holanda Maciel⁴

1 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Design de Vestuário e Moda (PPGModa) da Udesc. Voluntária no Grupo de Pesquisa Design de Moda e Tecnologia (<http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupos/30107>). Bacharel em Design de Moda, UTP, 2004. Experiência profissional desde 2005: desenvolvimento de produto/estilista, segmento malha e tecido plano, feminino e masculino adulto. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2072408320568148>, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6209-5485>, email: monica.fvalencar@gmail.com.

2 Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento, área Mídia do Conhecimento e linha de Pesquisa: Mídia e Conhecimento na Educação, PPGEGC UFSC (2019). Mestra em Design e Expressão Gráfica, Pós DESIGN UFSC (2012). Especialista em Moda: Criação e Produção, UDESC (2004); Bacharela em Moda, Habilitação estilismo, UDESC (2001). Atualmente é professora universitária da UDESC, CEART. Membro do Programa de Pós- Graduação do Mestrado Profissional de Design de vestuário e Moda (PPGModa). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5234493384525427>, email: d.lu-ropeslu@gmail.com.

3 Doutor em Design (2012), PUC-Rio. Mestre em Educação e Cultura (2005) e, Especialista no Lato-Sensu em Moda: Criação e Produção (2002) ambas formações na UDESC. Atualmente é professor efetivo da UDESC, membro no Bacharelado em Moda e no Programa de Pós-Graduação do Mestrado profissional de Design de Vestuário e Moda (PPG-Moda). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1943713096006841>, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8429-2754>, email: darosa.lucas@gmail.com.

4 Doutorado em Engenharia de Produção com ênfase em Gestão de Design, Ergonomia e Meio Ambiente, pela UFSC (2007). Mestrado em Engenharia de Produção com ênfase em Gestão Ambiental pela UFSC (2002). Graduação em Engenharia Elétrica pela UFSC (1986). Pós Graduação em Design de Moda pela Universidade Estácio de Sá SC (2011). Membro no Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional de Design de Vestuário e Moda (PPGModa). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4018987357297369>, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0602-0198>, email: dulceholanda@gmail.com

RESUMO

Sustentabilidade diz respeito à capacidade de sustentação ou conservação de um processo ou sistema. Em um mundo repleto de mercadorias e em um ambiente saturado de descartes em limites não mais aceitáveis, a demanda por cenários sustentáveis exige mudanças nos padrões de produção e consumo. No Setor de Moda, o desenvolvimento sustentável concerne a um modelo de produção que diminui impactos sociais e ambientais, evitando o formato linear de produção e buscando sua alternativa circular. Alinhado com os preceitos da sustentabilidade e da moda circular, o *upcycling* pode ser entendido como uma alternativa ecológica que dá novo significado e função a determinado material que seria descartado. O objetivo deste estudo é apresentar alguns pontos-chave e resultados relevantes de pesquisa de campo que buscou percorrer o trajeto de Renda de Bilro em Florianópolis. Trata-se, nesse sentido, de pesquisa aplicada com o desenvolvimento de um projeto de inovação, baseado no Guia de Orientação para o desenvolvimento de Projetos (GODP), na prática projetual do Design de Moda que resultou em uma metodologia adaptada do projeto com abordagem centrada no usuário, por sua vez desenvolvido a partir da vocação e do potencial do artesanato tradicional local, a Renda de Bilro de Florianópolis, no contexto da moda e da sustentabilidade. A partir de consulta à literatura específica acerca da Renda de Bilro, dos aportes teóricos acerca da Sustentabilidade e da prática projetual, aliados à pesquisa de campo, o estudo demonstra a amplitude das atividades do Design e o seu potencial para o uso de ferramenta estratégica voltada ao desenvolvimento sustentável do Município de Florianópolis.

Palavras-chaves: Renda de Bilro. Moda. Design. Upcycling.

Abstract

Sustainability refers to the capacity of a process or system to sustain or conserve itself. In a world full of commodities and in an environment saturated with discards in limits no longer acceptable, the demand for sustainable scenarios requires changes in production and consumption patterns. In the Fashion area, sustainable development concerns a production model that reduces social and environmental impacts, avoiding the linear production format and seeking a circular alternative. Aligned with the precepts of sustainability and circular fashion, upcycling can be understood as an ecological alternative that gives new meaning and function to certain material that would be discarded. The purpose of this study is to present some key posts and relevant results of field research that sought to go through the path of bobbin lace in Florianopolis. In this sense, it is an applied research with the development of an innovation project, based on the Guideline for Project Development (GODP), in the projectual practice of Fashion Design that resulted in an adapted methodology of the project with a user-centered approach, in turn developed from the vocation and potential of local traditional crafts, the Bobbin Lace of Florianopolis, in the context of fashion and sustainability. From consultation with specific literature about the bobbin lace, the theoretical contributions about the Sustainability of projectual practice, combined with field research, the study demonstrates the breadth of Design activities and its potential as a strategic tool for sustainable development of the City of Florianopolis.

Keywords: *Bobbin Lace. Fashion. Design. Upcycling.*

Resumen

La sostenibilidad se refiere a la capacidad de mantener o conservar un proceso o sistema. En un mundo lleno de mercancías y en un entorno saturado de descartes en límites que ya no son aceptables, la demanda de escenarios sostenibles requiere cambios en los patrones de producción y consumo. En el área de Moda, el desarrollo sostenible concierne a un modelo de producción que reduce los impactos sociales y ambientales, evitando el formato de producción lineal y buscando su alternativa circular. Alineado con los preceptos de la sostenibilidad y la moda circular, el upcycling puede entenderse como una alternativa ecológica que le da un nuevo significado y función a cierto material que de otro modo sería descartado. El objetivo de este estudio es presentar algunos puntos clave y resultados relevantes de la investigación de campo que busco describir el camino del encaje de Bolillos en Florianópolis. Se trata, en este sentido, de investigación aplicada con el desarrollo de un proyecto de innovación, basado en la Orientación para el Desarrollo de Proyectos (GODP), en la práctica del diseño de Diseño de Moda que dio como resultado una metodología adaptada del proyecto con un enfoque centrado en el usuario, a su vez desarrollado a partir de la vocación y potencialidad de la artesanía tradicional local, el Encaje de Bolillos de Florianópolis, en el contexto de la moda y la sostenibilidad. Basado en literatura específica sobre el encaje de Bolillos, aportes teóricos sobre la sostenibilidad y de la práctica del diseño, combinados con investigación de campo, el estudio demuestra la amplitud de las actividades del Diseño y su potencial como herramienta estratégica para el desarrollo sostenible del Municipio de Florianópolis.

Palabras clave: *Encaje de bolillos. Moda. Diseño. Upcycling.*

1 INTRODUÇÃO

O artesanato brasileiro representa fonte de renda e trabalho para muitas comunidades, além de se constituir como relevante representação do contexto histórico, cultural e social de um determinado lugar. A atividade da Renda de Bilro em Florianópolis é considerada uma técnica tradicional porque remonta a um saber-fazer ancestral, tradicionalmente transmitido de forma oral entre as gerações de mulheres de uma mesma família. O artesanato tradicional possui uma história maior do que a das artesãs e da sua comunidade, ao mesmo tempo é impregnado pela singularidade de cada artesã que o produz. O consumo de artesanato é incentivado por diversos setores da economia, por exemplo, envolvendo o turismo e, especialmente a Moda e o Design, considerando que se encontra no artesanato um diferencial simbólico para os produtos e ao mesmo tempo uma possibilidade de inovação social que visa gerar renda para os artesãos por meio da valorização da cultura e identidade local.

Um dos principais desafios dos setores de moda e de design na contemporaneidade é desenvolver soluções para questões de alta complexidade, que exigem uma visão abrangente do projeto, envolvendo produtos, serviços e comunicação de forma coordenada e sustentável. Diante do exposto – e com o reconhecimento da relevância do ofício das Rendeiras na cidade de Florianópolis – o objetivo deste estudo é apresentar alguns pontos-chave e resultados relevantes de pesquisa de campo que buscou percorrer o trajeto da Renda de Bilro de Florianópolis em busca de possibilidades de inovação para este artesanato tradicional. Para isto foi desenvolvido um projeto de inovação, baseado no Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos (GODP) na prática projetual do Design de Moda (MERINO; VARNIER; MAKARA, 2020), que resultou em uma metodologia adaptada ao projeto com abordagem centrada no usuário, desenvolvida a partir da vocação e do potencial do artesanato tradicional local. O objetivo do projeto foi identificar oportunidades de inovação para o produto artesanal da Renda de Bilro, não apenas sob o aspecto estético dos produtos ou atendendo às necessidades do mercado focado no usuário, mas, principalmente, assinalando oportunidades para o projeto de fabricação em pequena escala, visto que se trata de um trabalho artesanal tradicional e patrimonializado. Assim, o projeto visa a sustentabilidade ambiental, econômica e social focada nas artesãs, valorizando a identidade, preservando a cultura e fomentando a economia local.

O estudo se caracteriza como pesquisa aplicada, com abordagem qualitativa. Quanto ao objetivo, a pesquisa é descritiva e, quanto aos procedimentos técnicos, foram desenvolvidas pesquisa bibliográfica e questionários para aplicar na pesquisa de campo, permitindo identificar necessidades e oportunidades de mercado focadas no usuário, a partir do potencial e vocação do artesanato local. Para desenvolver a abordagem teórica acerca das

representações da Renda de Bilro, enquanto artesanato tradicional de Florianópolis, foram utilizadas, os estudos de Soares (1987) e Wendhausen (2015). Para compreender o ofício das rendeiras como Patrimônio Cultural, foram feitas consultas nos sites da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). As dimensões da Sustentabilidade são abordadas com base nas teorias de desenvolvimento Sustentável de Sachs (1993) e na *Agenda 2030* da Organização das Nações Unidas (ONU), além da mobilização de autores sobre economia circular e *upcycling* Braungart e McDonough (2002). Por fim, o trabalho utiliza-se da percepção de Design de Krucken (2009) e de Manzini (2008) associada à prática projetual de Merino, Varnier e Makara (2020).

Dessarte, o artigo se estrutura do seguinte modo: além desta introdução, na seção 2 compreendemos a Renda de Bilro enquanto artesanato tradicional, patrimônio cultural e atividade sustentável, na seção 3 será abordado o tema da moda circular e *upcycling* e na seção 4 será apresentado o projeto de inovação seguido das considerações finais.

2 RENDA DE BILRO: ARTESANATO, TRADIÇÃO, PATRIMÔNIO E SUSTENTABILIDADE

Artesanato pode ser considerado como “[...] toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade” (SEBRAE, 2010, p. 12). O produto final é resultado da manipulação e transformação de matérias-primas em pequena escala e, apesar da semelhança com outros, cada produto é único. A Renda de Bilro (Figura 1) é um tipo de artesanato feito com auxílio de ferramentas: (i) bilros; (ii) fios ou linhas; (iii) piques/desenhos; (iv) almofada; (v) caixote ou cavalete; e (vi) alfinetes. Os bilros são pequenas bobinas de madeira, manejadas aos pares em movimento rotativo, que tecem fios de linha e, deste processo, é construída a Renda. Para isso, além dos bilros e da linha, são utilizados na confecção da renda: o pique, que consiste no gabarito em papelão furado com o formato da renda que será produzida; uma almofada onde o pique é fixado, que geralmente é apoiada em um caixote ou cavalete; e os alfinetes que são utilizados para prender os pontos da Renda conforme o desenho do pique.

Figura 1 - Almofada com renda de bilro sendo produzida.



Fonte: arquivo da autora.

Para Soares (1987), a Renda de Bilro é considerada um artesanato tradicional por pertencer a uma comunidade de artesãs, em um trabalho de tradição, que foi transmitido de forma oral através das gerações; e uma arte popular que veio com as famílias açorianas para Ilha de Santa Catarina entre os anos de 1745 e 1748. O artesanato tradicional exprime um valioso patrimônio cultural acumulado por uma comunidade, um dos meios mais importantes de representação da identidade de um povo. É considerado patrimônio o que é reconhecido por um grupo social como referência de sua cultura e de sua história, presente na memória das pessoas do local (LUZ, 2016). Segundo a UNESCO o Patrimônio Cultural Imaterial ou Intangível compreende as expressões de vida e tradições que comunidades, grupos e indivíduos em todas as partes do mundo recebem de seus ancestrais e passam seus conhecimentos a seus descendentes. Na preservação do patrimônio cultural imaterial, é primordial cuidar dos processos e práticas, valorizando os saberes e conhecimentos das pessoas. No Brasil, o IPHAN é o órgão federal que responde pela preservação do Patrimônio Cultural Brasileiro. Em 2008, o IPHAN realizou o Projeto de Diagnóstico Documental do Patrimônio Cultural Imaterial de Santa Catarina, no relatório final foi apresentada uma lista com 126 atividades culturais que fazem parte das diversidades regionais com influências étnicas definidas. O ofício das Rendeiras figura na lista como atividade vigente e é considerado uma expressão do artesanato catarinense e, em Florianópolis, reúne a maior concentração de rendeiras no Estado de Santa Catarina (IPHAN, 2008). Um dos objetivos do Relatório Técnico citado foi organizar um banco de dados que subsidie ações de inventário

e registro do patrimônio imaterial de Santa Catarina. Desde 2019 a Renda de Bilro Tramoia está em processo de reconhecimento como Patrimônio Cultural Imaterial de Florianópolis junto ao IPHAN. Com base no que foi exposto, observa-se a importância do artesanato de Renda de Bilro para Florianópolis. Desta forma, na próxima seção vamos compreender os aspectos da sustentabilidade envolvidos na cadeia de valor e de produção da Renda de Bilro.

2.1 SUSTENTABILIDADE E O ARTESANATO RENDA DE BILRO

Sustentabilidade diz respeito a capacidade de sustentação ou conservação de um processo ou sistema. Para Okada e Berlim (2014) trata-se de um conceito sistêmico que envolve aspectos econômicos, socioculturais e ambientais, e, ademais, que direciona as atividades humanas para atender as suas necessidades e preservar o meio ambiente, o que exige o desenvolvimento produtivo e social dentro dos limites da capacidade do planeta de absorver e se regenerar, minimizando os impactos da ação humana, sem comprometer a satisfação das necessidades das gerações futuras. Sabe-se que o conceito de desenvolvimento, quando relacionado à sustentabilidade, é controverso. Portanto, elegeu-se como embasamento adequado para esta pesquisa os estudos de Sachs (1993), que define cinco dimensões para o desenvolvimento sustentável e os documentos elaborados pela ONU – o relatório *Nosso futuro comum*, conhecido como relatório Brundtland, e a *Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*, que oferecem parâmetros de sustentabilidade.

Sachs (1993) aponta que o desenvolvimento de um país ou região deve se basear em suas próprias potencialidades, respondendo à problemática da harmonização dos objetivos sociais e econômicos com uma gestão prudente dos recursos ecológicos, ou seja, a preocupação com os aspectos sociais e ambientais deve estar no mesmo grau que os econômicos. Para o autor, as cinco dimensões da sustentabilidade devem ser consideradas simultaneamente ao planejar o desenvolvimento: a social, que objetiva reduzir as desigualdades, considerando o desenvolvimento em sua multidimensionalidade material e não material; a ambiental ou ecológica, que compreende o uso dos recursos inerentes aos variados ecossistemas compatíveis com sua mínima deterioração, para propósitos socialmente válidos; a cultural, que busca pluralidade de soluções, respeitando as especificidades de cada ecossistema, cultural e local; a econômica, que pressupõe a alocação e gestão eficiente dos recursos e um fluxo regular de investimento, absorvendo os critérios macrossociais e não apenas a lucratividade; e a espacial ou geográfica, que sugere uma relação mais equilibrada entre a configuração rural e urbana, a industrialização descentralizada e o estabelecimento de uma rede de reservas naturais e de biosfera para proteger a biodiversidade.

A proposta de cenários sustentáveis exige mudanças nos padrões de produção e consumo, e está relacionada ao desenvolvimento de atividades no plano cultural que promovam novos critérios e valores, ou seja, que busquem despertar a consciência do consumidor de que qualquer tipo de empreendimento humano precisa ser: ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente diverso. A transição para sustentabilidade é um processo de longo prazo, multidimensional e complexo, no qual diferentes atores precisam ter objetivos comuns (CAMARGO, 2019). Nesse contexto, representantes dos 193 Estados-membros da ONU, em 2015, adotaram o documento *Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*, documento já aqui citado, em que reconheceram que a erradicação da pobreza extrema é o maior desafio global e requisito indispensável para o desenvolvimento sustentável, e, ainda, comprometeram-se a tomar medidas ousadas e transformadoras para promover o desenvolvimento sustentável até 2030. Todos os países e grupos interessados devem atuar em parceria de forma colaborativa para implementar o plano. Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) foram anunciados na Agenda 2030 e demonstram a escala e a ambição na busca por assegurar os direitos humanos de todos e alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento de mulheres e meninas. Os 17 ODS são integrados e indivisíveis, e mesclam as cinco dimensões do desenvolvimento sustentável: econômica, social, ambiental, cultural e territorial.

A Agenda 2030 e os 17 ODS representam uma das estratégias de transição, pois, embora sejam de natureza global e universalmente aplicáveis, devem dialogar com as políticas e ações nos âmbitos regional e local em diferentes setores. Nesse sentido, a UNESCO traça interconexões entre os patrimônios vivos e os 17 ODS que a comunidade internacional estabeleceu para 2030. Ciente da importância dos Patrimônios Culturais para a Humanidade, em 2003, a comunidade internacional adotou a Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, de modo a contemplar toda a herança cultural da humanidade.

Por conta disso, observa-se que a confecção de Renda de Bilro ou Bobina da Eslovênia, conhecida como *bobbin lace* (na língua inglesa), foi inscrita em 2018 na Lista Representativa do Patrimônio Cultural Imaterial; a atividade é considerada uma habilidade artesanal e expressão criativa. Segundo a UNESCO, a confecção de Renda de Bilro possui funções terapêuticas, além de ser uma atividade ecologicamente limpa e voltada para sustentabilidade. A atividade da Renda de Bilro, da Eslovênia, se relaciona com 4 dos 17 ODS: “3 assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades”; “5 alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas”; “8 promover o desenvolvimento econômico sustentável, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos”; e “12 assegurar padrões de produção e consumo sustentáveis”.

A UNESCO (2021) considera que o patrimônio cultural intangível, além de ser fonte de diversidade e de cultura, é também uma fonte inestimável de conhecimento comprovado pelo tempo sobre como viver em nosso planeta de forma sustentável e pacífica. Com base no contexto apresentado sobre desenvolvimento sustentável, serão analisadas três dimensões da sustentabilidade na atividade da Renda de Bilro de Florianópolis: a econômica, a social e a ambiental.

Segundo Canclini (1993), o artesanato conserva uma relação complexa entre sua origem e seu destino por ser um fenômeno econômico e estético que não é capitalista devido à sua confecção manual e seus desenhos, porém é inserido no capitalismo como mercadoria. Para entender a Sustentabilidade econômica da atividade Renda de Bilro é importante conhecer sua história no contexto da cidade de Florianópolis. No princípio, quando chegou em Florianópolis, a produção da Renda de Bilro restringia-se às peças de utilidades domésticas, como toalhas de bandeja e de mesa, porta copos, cortinas e colchas. Já em meados do século XX, com o desenvolvimento crescente da cidade e, principalmente, do turismo, a Renda de Bilro passou a integrar o comércio local, aumentando sua produção e simplificando desenhos para adequar os preços.

Já no final do século XX, as rendeiras observaram seu trabalho perder força para os produtos industrializados, frutos da globalização, com valores muito mais acessíveis. Porém, de acordo com Projeto de Diagnóstico Documental do Patrimônio Cultural Imaterial de Santa Catarina, desenvolvido pelo IPHAN (2008), o ofício das Rendeiras é cultura vigente que concentra em Florianópolis o maior número de artesãs de Santa Catarina. Em março de 2011 foi instalado, no Centro Cultural Bento Silvério, o Centro de Referência da Renda de Bilro em Florianópolis, sob responsabilidade da Fundação Cultural de Florianópolis Franklin Cascaes (FCFFC), visando criar um espaço para valorização do artesanato (WENDHAUSEN, 2015). Existem, espalhados em Florianópolis, pontos de venda, dos quais podemos citar o Armazém da Renda no Mercado Público, a Casa da Renda em Santo Antônio de Lisboa, o Casarão das Rendeiras do Sambaqui, o Centro Cultural Bento Silvério e, na Avenida das Rendeiras na Lagoa da Conceição, ainda se encontram algumas lojas. Além desses pontos de venda, as rendeiras também recebem encomendas de forma independente e escoam sua produção em feiras, eventos, hotéis e em suas redes sociais.

Sobre os aspectos da sustentabilidade social, a Renda de Bilro é relevante no contexto da cidade de Florianópolis pelo seu valor histórico e cultural, mas, principalmente, pelas figuras das Rendeiras, que preservam a influência cultural dos primeiros imigrantes da Ilha de Santa Catarina e perpetuam o ofício de rendar. As rendeiras de Florianópolis têm histórias muito semelhantes de um passado recente composto pela vida simples e sacrificada, o trabalho iniciado ainda na infância, os modos de fazer o artesanato, as brincadeiras idílicas e as experiências acumuladas. Todos esses testemunhos remetem a “um lugar que

não existe mais” e que só se perpetua nas memórias de quem os relata, representantes que são de toda uma geração de mulheres e homens. Assim, a conotação dos fatos traz consigo importantes aspectos sobre esse saber fazer tradicional do lugar e revelam um contexto sociopolítico e cultural no qual se inseriam à época (FIGUEIREDO, 2015). Vale ressaltar que existem programas abertos à comunidade, como oficinas e encontros dos grupos de rendeiras, que visam à transmissão dos saberes e à preservação da Renda de Bilro na sua forma simbólica, como irradiadora da cultura de Florianópolis.

Quanto à esfera ambiental do desenvolvimento sustentável, a produção da Renda de Bilro é uma atividade ecologicamente limpa e que assegura padrões de produção e de consumo sustentáveis, visto que a produção é artesanal e em pequena escala. A atividade está interconectada com a natureza, uma vez que envolve extração de matéria-prima para produção dos seus artefatos e ferramentas. O material utilizado é o mesmo desde a sua origem, os bilros são feitos de madeira, a linha de algodão (ainda é a mais utilizada), antigamente era fiada em rocas pelas próprias artesãs e atualmente é industrializada. Além dos bilros e da linha, são utilizados para confecção da renda o pique, que consiste no gabarito em papelão furado com o formado da renda que será produzida, que é fixado em almofada cilíndrica, comumente recheadas com capim de colchão ou a palha de bananeira. Outro elemento utilizado em grande quantidade são os alfinetes, também industrializados, que prendem o pique na almofada ao mesmo tempo em que sustenta, ponto a ponto, a linha que vai sendo rendada (MATSUSAKI, 2016).

A partir disso, percebe-se que a inovação voltada para a sustentabilidade requer um alto grau de participação social (MANZINI, 2008). Para promover a concepção de soluções sustentáveis, é necessário desenvolver uma visão sistêmica e integrar competências de diversos atores. O designer assume o papel de facilitador, ou agente ativador, de inovações colaborativas, promovendo interações na sociedade (KRUCKEN, 2009). Sob essa perspectiva, a próxima seção irá abordar habilidades e competências do design de moda para promover novos critérios para desenvolvimento de produtos baseados na economia circular.

3 MODA CIRCULAR E UPCYCLING

Compreende-se a Moda inter-relacionada diretamente com o Design, ambos de abrangência social expressiva nas sociedades contemporâneas, conjugando atividades criativas, transgressoras e disseminadoras que envolvem padrões simbólicos de desejo e de consumo. Para Okada e Berlim (2014), é preciso mudar o modo como se faz moda e transitar em contextos sociais incomuns, apoiar-se em valores culturais e em experiências práticas que estimulem o envolvimento e o cuidado ao, mesmo tempo em que melhorem a

vida das pessoas. O sistema da Moda se encontra em processo de transição, de uma moda convencional, fundamentada no efêmero e no desuso sistemático (LIPOVETSKY, 1989), para uma moda sustentável, com base nas relações humanas, na qualidade de vida e na preservação do meio ambiente (CAMARGO, 2019). Porém essa transição rumo à sustentabilidade acontecerá por meio de um processo de aprendizagem social largamente difuso, atingindo todas as dimensões do sistema sociotécnico (física, econômica, institucional, ética, estética e cultural), sendo precedida de muitas descontinuidades locais até atingir uma escala global (MANZINI, 2008). Essa realidade exige de produtores e designers do século XXI uma nova postura na concepção dos artefatos e dos produtos e serviço, fazendo com que ampliemos o foco da nossa atividade do projeto em função de um mundo repleto de mercadorias e de um ambiente saturado de descartes em limites não mais aceitáveis (KRUCKEN, 2009).

Braungart e McDonough são os autores da principal obra de referência em projetos de desenvolvimento sustentável, *Cradle to Cradle*, lançado em 2002 – tradução livre: “Do berço ao berço” – que faz referência a formato circular de produção em que um produto, em vez de ser descartado ao final da sua vida útil, retorna como matéria-prima da cadeia produtiva, seja através da reciclagem, do *upcycling* ou do *downcycling*. Os autores explicam que o conceito *Cradle to Cradle* vai além de regras governamentais de reciclagem, eles defendem que seja pensado o que será feito desse produto após seu ciclo de uso, seja ele um utensílio doméstico, um piso, um móvel ou uma roupa (SALGUEIRO; LIMA, 2021, p. 195). Na área da Moda, o desenvolvimento sustentável corresponde a um modelo de produção que diminui impactos sociais e ambientais, evitando o formato linear de produção caracterizado pelo ciclo extração de matérias-primas – fabricação – distribuição – uso – descarte. Tal modelo busca o formato circular de produção, considerando, desde as fases iniciais do projeto, estratégias para o fim de vida do produto que visam devolver os materiais com segurança de volta ao ambiente ou a um sistema de produção em circuito fechado. Em outras palavras, a peça descartada poderá, assim, retornar ao ciclo como matéria prima (SALGUEIRO; LIMA, 2021, p. 191).

Alinhado com os preceitos da sustentabilidade e da moda circular, o *upcycling* pode ser entendido como uma alternativa ecológica para dar novo significado e função a determinado material que seria descartado, transformando algo que está no final de sua vida útil em algo novo e de maior valor sem passar por nenhum dos processos físicos ou químicos característicos da reciclagem (VIALLI, 2013 apud PINHEIRO *et al.* 2018). Diferente da reciclagem – processo que gera um material de mesmo valor do original que lhe deu origem, como o vidro e o alumínio – e do *downcycling* – que reaproveita materiais descartados gerando um material com menor qualidade ou menor valor

agregado, a exemplo do papel – o *upcycling* é o processo em que o reaproveitamento do material descartado gera outro material de maior qualidade ou maior valor agregado (BRAUNGART; MCDONOUGH, 2014 apud SALGUEIRO; LIMA, 2021, p. 192).

O objetivo do *upcycling* é evitar o desperdício de materiais potencialmente úteis, fazendo uso dos já existentes, o que reduz o consumo de novas matérias-primas durante a criação de novos produtos (BRAUNGART; MCDONOUGH, 2014 apud SALGUEIRO; LIMA, 2021) e proporciona outro destino ao material que antes iria para o lixo, processo característico principal da economia circular. Especificamente na Moda, o *upcycling* consiste na utilização de peças antigas ou de resíduos de produção que seriam descartados e fazer deles matéria-prima para novas roupas e acessórios, impedindo a geração de lixo e dispensando a necessidade de novas matérias-primas poluentes (SALGUEIRO; LIMA, 2021, p. 193).

Nicolini (2017) lembra ainda que a produção de peças e acessórios a partir do *upcycling* está diretamente ligada às manualidades que, de alguma forma, promovem e difundem a produção cuidadosa, delicada e ética de uma peça feita ou acabada pelas mãos de alguém” (NICOLINI, 2017, p. 166 apud SALGUEIRO; LIMA, 2021, p. 193). Para Salgueiro e Lima (2021), o contexto social, econômico e cultural em que o *upcycling* se insere vem provocando, na área da Moda, construções de significados e ressignificações por diversos sujeitos e grupos que são afetados por esse objeto.

É cada vez mais imperativa a necessidade de mudança de estilos de vida e dos modelos produtivos para reduzir o impacto ambiental e, para isso, é necessária uma transformação dada sobretudo na esfera social (KRUCKEN, 2009). É o comportamento do consumidor que vai moldar a demanda por produtos e serviços sustentáveis e esse consumidor passa, então, a entender ética e sustentabilidade em produtos e serviços como requisitos inegociáveis. A visão estratégica da sustentabilidade considera sistemas de produtos e serviços que envolvem desde os modos de produção e de distribuição até modos de consumo e de descarte e reuso, selecionando aqueles que possibilitam às pessoas viver melhor e consumindo menos recursos ambientais (KRUCKEN, 2009). O Design encontra o tema da transição em direção à sustentabilidade de modo potencialmente fértil e assume a complexa tarefa de mediar produção e consumo, tradição e inovação, qualidades locais e relações globais. Na próxima seção será apresentado o Projeto de inovação desenvolvido a partir da identificação da vocação e potencial das rendeiras de Bilro de Florianópolis.

4 PROJETO DE INOVAÇÃO PARA A RENDA DE BILRO DE FLORIANÓPOLIS

Considerando como ponto de partida o reconhecimento da relevância do ofício das Rendeiras para a cidade de Florianópolis, o objetivo deste projeto é identificar oportunidades de inovação para o produto artesanal da Renda de Bilro, não apenas sob o aspecto estético dos produtos e o projeto das necessidades do mercado focado no usuário, mas principalmente o projeto de viabilidade visando a sustentabilidade ambiental, econômica e social focada nas artesãs, valorizando a identidade, preservando a cultura e fomentando a economia local. Passamos, a seguir, à metodologia projetual do design.

4.1 METODOLOGIA PROJETUAL DO DESIGN

A abordagem projetual do design visa beneficiar simultaneamente produtores e consumidores, isso significa planejar ações que valorizem conjuntamente os recursos locais e o capital social, em uma perspectiva duradoura e sustentável em longo prazo. A metodologia aplicada no desenvolvimento do projeto foi uma adaptação do GODP aplicado à prática projetual no Design de Moda (MERINO, 2020). O GODP, conforme mostra a Figura 2, é uma metodologia cíclica com abordagem centrada no usuário, dividida em 8 Etapas, compreendidas em três grandes momentos: Momento Inspiração (Etapa -1: oportunidade; Etapa 0: prospecção; Etapa 1: levantamento de dados), Momento Ideação (Etapa 2: organização e análise dos dados; Etapa 3: criação e geração de alternativas), Momento Implementação (Etapa 4: execução; Etapa 5: viabilização; Etapa 6: verificação final).

Figura 2 - Etapas de projeto do GODP.



Fonte: Merino (2020, p.15).

A aplicação do GODP à prática projetual do Design de Moda pode auxiliar os designers na compreensão das reais necessidades dos usuários, reconhecendo suas capacidades e limitações, fazendo com que os projetos sejam mais efetivos (MERINO, 2020). Ademais, o objetivo do método, além de considerar o usuário como o ponto de partida, é garantir uma sistemática planejada, o que permite o levantamento, a organização e a análise consciente dos dados, fornecendo informações relevantes para o projeto e, assim, favorecendo a direção criativa e mercadológica no desenvolvimento do produto. No decorrer das etapas foram aplicadas o uso de ferramentas de Baxter (2000). Essa organização favorece o desenvolvimento do projeto, visto que possibilita extrair e converter os dados obtidos em requisitos de projeto (MERINO, 2020).

As adaptações foram feitas, principalmente, no que se refere a viabilização, pois, trata diretamente das dimensões da sustentabilidade econômica e social da produção artesanal da Renda de Bilro. Foi incluída uma etapa de pré-viabilização na primeira etapa do projeto na fase levantamento de dados e, na terceira etapa, de implementação, as fases de viabilização e execução foram invertidas, de modo que a viabilização se tornou a primeira etapa da terceira fase, dado que se trata de um trabalho manual que requer tempo para produção.

Além da viabilidade econômico-produtiva para todos os envolvidos na produção, tornou-se evidente no decorrer do projeto a necessidade de contribuir para tornar visível à sociedade a história por trás do produto, estimular o reconhecimento das qualidades e dos valores relacionados com um produto local e a sua importância para a comunidade de artesãs. Para Krucken (2009), contar essa “história” significa comunicar elementos culturais e sociais correspondentes ao produto, possibilitando ao consumidor avaliá-lo e apreciá-lo devidamente e desenvolver uma imagem favorável do território em que o produto se origina. Essa visibilidade pode contribuir para a proteção do patrimônio cultural e a diversidade das culturas, sendo, desse modo, um fator de preservação da herança cultural. Contribui também para a adoção e a valorização de práticas sustentáveis na produção, na comercialização e mesmo no consumo. Na próxima subseção serão descritas as etapas do projeto adaptado ao produto artesanal, serão apresentados os resultados do desenvolvimento do projeto até a fase de ideação, com os dados levantados em pesquisa analisados e convertidos em oportunidades de mercado e requisitos de projeto.

5 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A primeira fase, chamada de Inspiração, é composta por três etapas – oportunidade, prospecção e levantamento de dados. Na etapa oportunidade (-1), foi feita uma pesquisa inicial de macrotendências voltadas para o setor têxtil e de confecção desenvolvidos pela

Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC), o Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense 2022 - Rotas Estratégicas Setoriais que, entre as macrotenências, apresentou a Sustentabilidade e a apropriação de valores intangíveis como principais tendências de inovação para o setor. Também foi consultado o observatório FIESC, que apresenta os indicativos setoriais da indústria de Santa Catarina e destacou a herança cultural e moda, materiais avançados e os negócios em rede como as principais tendências tecnológicas e de mercado para o setor têxtil, confecção, couro e calçados.

Com a pesquisa inicial concluída, e identificadas as macrotenências para o setor, iniciou-se a etapa de prospecção (0), com o desenvolvimento de um projeto informacional. Todas as definições do projeto partiram da escolha do produto, focado nos valores intangíveis e na sustentabilidade social, econômica e ambiental do trabalho artesanal desenvolvido nas comunidades locais: a Renda de Bilro de Florianópolis. Posteriormente, em conversa com funcionária da Fundação Cultural de Florianópolis Franklin Cascaes (FCFFC) sobre a produção e demanda das Rendeiras da Lagoa da Conceição, ficou definido um grupo de seis rendeiras para desenvolvimento inicial de pilotos para viabilização de encomendas. Nesta etapa foi verificada a disponibilidade e custo da mão de obra das artesãs, além do entendimento da dinâmica encomenda/custo/prazo/pagamento. Importante destacar que foi necessário a autora redesenhar os piques para desenvolvimento das amostras, visto que o acervo de piques do Centro Cultural Bento Silvério, é em grande maioria fotocópias de peças prontas que reproduzem irregularidades e deformações ao serem colocadas na máquina fotocopadora. Ainda nessa fase foi realizada pesquisa de matéria-prima no mercado local e a disponibilidade de opções ecologicamente sustentáveis. Importante mencionar que não foram encontradas no mercado local opções de linhas ecologicamente sustentáveis para a Renda de Bilro, desta forma foi utilizada linha 100% algodão mercerizado disponível no mercado de aviamentos. Foram produzidos 6 modelos de rendas, um modelo por rendeira, as encomendas levaram em média 2 semanas para ficarem prontas - metade do tempo planejado - e, desta forma, foi possível calcular o consumo de matéria por modelo. Todo o processo de encomenda foi coordenado pela funcionária da FCFFC, que informou ao final do trabalho, ter percebido um sentimento de satisfação e realização das rendeiras pelo interesse e valorização do seu trabalho.

A última etapa da fase de Ideação consiste no levantamento de dados (1). Para tal, o primeiro passo é definir os blocos de referência: produto, usuário e contexto. Sobre o produto, realizamos pesquisas de ponto de venda, levantamento de produtos ofertados e valores e, quanto ao usuário, foi aplicado um questionário para identificar o perfil e fazer o mapeamento de expectativas e necessidades dos potenciais clientes. No que se refere ao contexto, foram pesquisados os lugares onde o produto está inserido: desde sua origem, o território local onde é produzido, os canais de venda e ocasiões de uso.

A cadeia de valor constitui um sistema econômico que se organiza em torno de um produto comercial, conectando diferentes atividades necessárias para conceber e distribuir um produto ou serviço ao consumidor final. A coordenação dessas atividades, envolvendo as diferentes fases de produção, distribuição e descarte após o uso, é extremamente importante para garantir a qualidade e a quantidade correta do produto final (KRUCKEN, 2009). Uma das adaptações no GODP foi incluir na etapa de levantamentos de dados a viabilização para avaliar os piques (gabaritos das Rendas) disponíveis e as possibilidades de distribuição de desenvolvimento das peças piloto entre as Rendeiras, levantamento da disponibilidade e cálculo da mão de obra, consumo de linha/matéria prima, testes de uso e de costura.

A segunda fase do GODP, chamada de Ideação, é composta por duas etapas: organização e análise dos dados (2) e criação/geração de alternativas (3). O designer precisa ter a habilidade visionária de imaginar cenários e traduzi-los em visões desejáveis de produtos e serviços que se caracterizem pela relação com o território, o local onde é produzido, e com a sua comunidade. Os dados levantados em questionário foram analisados utilizando-se as ferramentas de Baxter para organização e tomadas de decisões. A oportunidade identificada no mercado, através de 174 respostas ao questionário, é a venda on-line da Renda de Bilro por meio de *e-commerce* e, então, foi elaborado o quadro 1, que relaciona as necessidades dos clientes, por ordem de prioridade, com os requisitos de produto e indicação de possíveis soluções e as respectivas possibilidades de inovação. Com a organização dos dados em forma de quadro, o foco do projeto é voltado para a necessidades dos clientes em ordem de prioridade, e, nesse caso, mostra que o consumidor quer um produto usável funcional, mas também confirma a tendência de que o consumidor está consciente e busca por produtos e serviços sustentáveis. Confirma-se o interesse por produtos e serviços que visam ética, a responsabilidade social, destaca-se o interesse dos entrevistados em conhecer a história por trás do artesanato, a cadeia de produção e as comunidades de artesãs que produzem as Rendas de Bilro de Florianópolis, além da disposição em adquirir produtos que fomentam a economia local e colaboram com comunidades tradicionais, pois compreendem o valor simbólico do produto artesanal.

Quadro 1- Necessidades de cliente x Requisitos de produto x Solução x Inovação.

comentários colhidos em pesquisa de campo	necessidade do cliente por ordem de prioridade	requisito de produto	solução	inovação
utilidade, ser prático menos decorativo, que tenha alguma aplicação, que possa ser usado, uso, criatividade	função prática	usabilidade, produto funcional, usável	acessórios: bolsas, bijoux, top (peças pequenas usáveis)	materiais ecosustentáveis no produto e embalagens
			serviço atelier brechó: aplicação das rendas em peças de vestuário	serviço de upcycling
ser refinado, beleza, produto da moda, exclusividade, bom gosto, moderno, aspectos estéticos	função estética	bonito	novos desenhos, atenção aos acabamentos, ficha técnica de produtos	DESAFIO
valor imaterial, significado afetivo, história por trás, memória afetiva, curiosidade cultural,	valor simbólico	comunicação	historytelling	aliar redes sociais ao e-commerce
tradição e história do artesanato, saber a história de quem faz, ajudar o artesão é gratificante, conhecer mais sobre a origem e a história do local, conhecer a história e a cultura	responsabilidade social e aspectos culturais	comunicação	tag	SUSTENTABILIDADE ECONOMICA E SOCIAL: montar um negócio que gera valor ao cliente mas principalmente para as artesãs
uso de material alternativo, reaproveitável, que não agride o meio ambiente, sabendo que o material é sustentável e o valor vai direto para o artesão sem atravessadores	ecosustentabilidade dos materiais e processos	não usar material tóxico não produzir resíduos tóxicos	matéria prima e processos sustentáveis em todo o desenvolvimento	SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL - linha ECOSUSTENTÁVEL: EuroRoma Blumenau, Casulo Feliz Maringá

Fonte: Desenvolvido pela autora (2021).

O Quadro 1 apresenta os requisitos que o produto deve apresentar para atender às necessidades dos clientes e, nele, fica evidente o interesse do cliente em conhecer a procedência do produto, principalmente no que se refere às dimensões socioculturais, ambientais e econômicas: produção ética e valores intangíveis relacionados à produção do artesanato tradicional e o fomento à economia local. O Design pode contribuir direcionando o desenvolvimento de novos produtos, mas, principalmente, organizando uma rede justa, inclusiva e colaborativa de artesãs. Com base no quadro de necessidade dos clientes e requisitos que o produto deve apresentar para atender essas necessidades, foi identificada a seguinte oportunidade de inovação: aplicar a Renda de Bilro em peças de brechó ou de descarte, aplicando os conceitos da moda circular, aliando produção e consumo sustentável, recuperando peças com algum defeito e, assim, fazendo um upcycling de peças, ressignificando peças e artesanato tradicional ao mesmo tempo. A Figura 3 apresenta as etapas da transformação de um vestido que estava rasgado, para o qual foi desenvolvida e aplicada uma Renda de Bilro, o que ressignificou a peça, e o vestido que seria descartado se tornou matéria prima para uma nova peça.

Figura 3 - Sequência de fotos do upcycling: aplicação de renda de bilro em vestido com defeito.



Fonte: Arquivo da autora.

Com os dados levantados e analisados, inicia-se a criação/geração de alternativas (3), segunda e última etapa da fase de Ideação do projeto. O primeiro passo é, com base nos dados coletados, desenvolver os *moodboards*⁵ de cliente/ *lifestyle*⁶ e produto, novamente ferramenta de Baxter (2000), que vai servir como direção criativa e mercadológica desde o desenvolvimento do produto até a estratégia de comunicação. O projeto de inovação desenvolvido para esta pesquisa, foi concluído com a apresentação do *moodboard* cliente/*lifestyle*.

O uso das Ferramentas de Baxter (2000), possibilitou extrair e converter dados obtidos na etapa de levantamento dados, organizar os dados de forma consciente, dando segurança para tomada de decisões e fornecendo informações que vão alimentando as etapas seguintes. Dando seguimento às etapas do projeto, com o *moodboard* de cliente e *lifestyle* é feito um *briefing*⁷ dos produtos para orientar a geração de alternativas com o desenvolvimento de esboços de produtos para ser confeccionados.

A terceira e última fase de Implementação é dividida em três etapas: viabilização (4), execução (5) e verificação final (6). A primeira etapa da fase de implementação adaptada para o artesanato da Renda de Bilro é a viabilização dos produtos. Com os desenhos aprovados para desenvolvimento, é preciso avaliar a existência e a qualidade dos piques escolhidos e fazer os testes com as matérias primas, verificar as possibilidades de distribuição de produção entre as artesãs. A rede de Rendeiras já existe e é composta, na sua grande

5 Painel semântico que reúne referências visuais do projeto.

6 Estilo de vida do cliente.

7 Instruções, apanhado de informações que servem de base para encaminhar o projeto como: informações da empresa, seus problemas, objetivos, público alvo, oportunidades, recursos disponíveis, afim de atingir suas metas a partir de um planejamento.

maioria, por senhoras da terceira idade organizadas entre os bairros. A Renda de Bilro é um trabalho que leva bastante tempo para ser feito e não pode ser exigida produção por hora, essa não é a finalidade do projeto, ao contrário, é respeitar o tempo, valorizar o artesanato, organizar e distribuir a demanda de trabalho de forma justa e ética entre as artesãs.

A segunda etapa da fase de Implementação para a Renda de Bilro é a execução (5). Existem as Líderes, que distribuem trabalhos por encomendas – por meio do telefone celular elas se comunicam e, entre a vizinhança, entregam os trabalhos. Esta etapa compreende a produção das peças que serão utilizadas para fotos e para cálculo de mão de obra, consumo de linha/matéria prima, testes de uso e de costura. A execução é a fase que apresenta o maior desafio do projeto: formar uma rede de artesãs, pois não existe um banco de dados ou cadastro de artesãs dispostas a trabalhar sob encomenda. É possível organizar as demandas e distribuir encomendas entre os diversos núcleos e, com o amadurecimento do projeto, é possível desenvolver produtos de acordo com o potencial de cada grupo/núcleo. A verificação final é o último passo bem como a preparação para o início de um novo ciclo de desenvolvimento de produto. Com as peças-piloto em mãos, pode-se estudar a estratégia de comunicação e o preço final do produto.

O desafio do projeto foi conciliar as necessidades do consumidor em termos de qualidade, custos e acesso com os aspectos que caracterizam a produção artesanal, sem que ocorra a perda dos valores culturais envolvidos em sua produção. A proposta de cenários sustentáveis corresponde a mudanças de “estilo de vida” e está diretamente relacionada ao desenvolvimento de atividades no plano cultural que promovam novos critérios e valores, ou seja, ações que tendem a mudar comportamentos. Esse nível de interferência só pode emergir de dinâmicas complexas de inovações socioculturais nas quais os designers têm um papel importante, pois esses cenários devem fornecer inovações que atendam a critérios de qualidade que sejam ao mesmo tempo sustentáveis para o ambiente, socialmente aceitáveis e culturalmente atraentes para as pessoas (OKADA; BERLIM, 2014). Para projetar soluções para a dimensão ambiental, centrada na redução do impacto ambiental de materiais e processos, aventa-se a possibilidade de buscar matérias-primas ecossustentáveis e, sob esse aspecto, a atividade da Renda de Bilro apresenta potencial de produção e consumo sustentável por se tratar de produção em pequena escala geralmente com linha de algodão. Porém, evoluindo o entendimento da sustentabilidade ambiental em direção ao ciclo de vida do produto passou-se a considerar todas as etapas de produção, distribuição, consumo, ciclo de vida e descarte do produto, para reduzir o impacto ambiental ao longo dessas fases. Foi aí que se pensou na moda circular como proposta de inovação: dispor um serviço de ateliê de costura e *upcycling* de peças de descarte e brechó, com aplicação das Rendas de Bilro.

Ainda que o projeto não tenha encerrado o ciclo até a etapa de verificação final (6), conclui-se que o objetivo do projeto de inovação foi alcançado, originando uma metodologia adaptada, com abordagem centrada no usuário, desenvolvida a partir da vocação e potencial do artesanato tradicional local, a Renda de Bilro de Florianópolis. O GODP, aplicado à prática projetual do Design de moda, auxilia os designers na compreensão das reais necessidades dos usuários que começam a entender o conceito de sustentabilidade e despertar para um consumo consciente exigindo, ou pelo menos almejando, produtos e serviços que sejam resultado de uma cadeia ecologicamente correta, economicamente viável, socialmente justa e culturalmente diversa. Ressalta-se que os usuários são beneficiados com a pesquisa ao encontrar produtos adequados às suas necessidades e, assim, reafirma-se a importância e relevância da Moda e do Design para a sociedade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Design e Moda são campos relacionados às transformações sociais. Entretanto, é necessário compreender e questionar os mecanismos que alimentam a dinâmica da Moda, a efemeridade e obsolescência, o impacto ambiental e o ciclo de vida dos produtos, sua função cultural para identidade individual e social, visto que é necessário fortalecer a diversidade de padrões existentes para transformar as perspectivas sociais. Este estudo apresentou o desenvolvimento de um projeto para identificar oportunidades de inovação nas possíveis áreas de interferência do design de moda no campo do artesanato tradicional da Renda de Bilro de Florianópolis para estimular produção e consumo sustentáveis. Na Moda, cada vez mais a Sustentabilidade está sendo considerada como sinônimo de qualidade percebida, que compreende a ética e responsabilidade social, na cadeia de produção, combinada a ecoeficiência na gestão de matérias primas e processos.

Diante do exposto, neste artigo, ao identificar oportunidades de inovação, surgem novas questões que é importante serem aprofundadas em novos estudos: no que se refere à dimensão social quantas Rendeiras ativas existem em Florianópolis? Qual o perfil das Rendeiras de Florianópolis? Existe interesse por parte das Rendeiras de produzir novos modelos de Rendas de Bilro? Onde é possível encontrar os desenhos das rendas, os piques? É possível criar novos desenhos e propostas de produtos? Como ou quem pode desenhar novos piques? Ao colocar luz na valorização dos recursos locais pela análise de valor na cadeia produtiva, a pesquisa contribui para que melhor se entenda a complexidade existente no âmbito da atividade artesanal e o potencial do Design como ferramenta estratégica para desenvolver a vocação cultural, turística, folclórica e cultural da renda de Bilro para o desenvolvimento sustentável do Município de Florianópolis.⁸

⁸ Nathalia Muller Camozzato. Graduada em Letras Português pela UFSC. Mestra e doutoranda em Linguística pela mesma instituição. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6311119745751643>. email:nathaliacrevisao@gmail.com

REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike R. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. 2 ed. São Paulo: Blucher, 2000.

BRAUNGART, M.; MCDONOUGH, W. **Cradle to Cradle** – Criar e Reciclar Ilimitadamente. Tradução de Frederico Bonaldo. São Paulo: Editora Gustavo Gili, 1ª Ed. 2014. Edição Kindle.

BRUNDTLAND, G. H. **Nosso futuro comum**: comissão mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

CAMARGO, Cariane W. **Ativismo de Design**: sistematização e proposição de estratégias projetuais para estimular o processo de transição cultural e social rumo à moda sustentável. 2019 Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Design. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

CANCLINI, Nestor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

CARUSO, Raimundo C. **Vida e Cultura Açoriana em Santa Catarina** – 10 entrevistas com Franklin Cascaes. Florianópolis: Cultura Catarinense, 1997.

FIGUEIREDO, Wilmara (org.). **Desde o tempo da pomboca**: renda de bilro em Florianópolis. Rio de Janeiro: IPHAN/CNFCP, 2015.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GONÇALVES, José R. S. Monumentalidade e cotidiano: Os patrimônios culturais como gênero do discurso. In: OLIVEIRA, Lucia Lipp (org.) **Cidade**: História e Desafios. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2002.

IPHAN. **Patrimônio Material**. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/276?_ga=2.88777885.780118248.1606520190-827730416.1599791355 Acesso em: 27 nov. 2020.

IPHAN; IELUSC; FACULDADE DE TURISMO. **Projeto Diagnóstico Documental do Patrimônio Cultural Imaterial de Santa Catarina**: Relatório Técnico. Joinville: Iphan, 2008. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/relatorio_tecnico_santa_catarina_pnpi.pdf http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/relatorio_tecnico_santa_catarina_pnpi.pdf Acesso em: 22 nov. 2020.

KRUCKEN, Lia. **Design e Território**: valorização de identidades. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LEITÃO, D. K. Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França. **Revista Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, n. 28, p. 203-230, jul./dez. 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LUZ, Geovana A. **De artesanato a tradição**: a preservação da prática da Renda de Bilro na Ilha de Santa Catarina. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) – Graduação em Museologia.

logia, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2016. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/171278/TCC_geovana_alves_final.pdf?sequence=1&iSAllowed=y Acesso em: 13 dez. 2020.

MAGALHÃES, A. E. **Triunfo**: a questão dos bens culturais no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira; Fundação Roberto Marinho, 1997.

MANZINI, E. **Design para inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E- papers, 2008.

MASCÊNE, Durcelice C.; TEDESCHI, Mauricio. **Termo de Referência**: Atuação do Sistema SEBRAE no Artesanato. Brasília: SEBRAE, março 2010. Disponível em: <http://intranet.df.sebrae.com.br/download/uam/Pesquisa/Artesanato/Termo%20de%20Referencia%20Artesanato%202010.pdf> Acesso em: Jan. 2021.

MATSUSAKI, Bianca do Carmo. **Trajatória de uma tradição**: renda de bilros e seus enredos. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-11052016-111953/publico/MATSUSAKI_BC_M_TM_2016.pdf. Acesso em: 14 ago. 2021

MERINO, Gisele S. A. D.; VARNIER, Tiago; MAKARA, Elen. Guia de orientação para o desenvolvimento de projetos - GODP - aplicado à prática projetual no design de moda. **ModaPalavra**, v.13, n.2, p. 8-47, abr./jun. 2020.

MESSIAS, Fernanda Bocorny. **O Pentagrama da Sustentabilidade na visão da Economia Criativa**: um estudo da Economia Criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil. 2017. Dissertação (Mestrado) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/31461/1/2017_FernandaBocornyMessias.pdf. Acesso em: 21 set. 2021.

MORAES, Dijon D., KRUCKEN, Lia. **Caderno de Estudos Avançados em Design**: Transversalidade. Caderno 2, v.1., Editora Santa Clara, Belo Horizonte: Editora Santa Clara, 2008.

NICOLINI, Fernanda. Upcycling e acessórios. *In*: MAROTTO, Isabela. (org). **Mais sustentabilidade às marcas de moda**: Reflexões e Indicadores. Rio de Janeiro, e-book. 2017. p. 157 - 168. Disponível em: <http://porfavormenoslixo.com.br/wp-content/uploads/2018/01/LIVRO-SUSTENTABILIDADE-%C3%80S-MARCAS-DE-MODA.pdf>. Acesso em: 12 out. 2021.

OKADA, Regina A.; BERLIM, Lilyan. Design de Moda: Possibilidade de inovação social e sustentabilidade. **Iniciação** – Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística. Edição temática de Sustentabilidade. São Paulo, v. 4, n.1, mai. 2014.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o século XXI**: desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Nobel/Fundap, 1993.

SALGUEIRO, Rafaela; LIMA, Rita de Cássia Pereira. Contribuições da teoria das representações sociais para (re)pensar o upcycling na área da Moda. **Revista de Ensino em Artes**,

Moda e Design: Dossiê Arte, Design e Artesanato: Ressignificações e Relacionamentos em Rede. Florianópolis, v. 5, n. 2, p. 188 – 208, jun- – set/2021. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/issue/view/738/313>. Acesso em: 2 set. 2021.

SCHUCH, Alice Beyer. Moda circular: a moda sustentável pelo viés da economia circular. *In:* MAROTTO, Isabela. (org). **Mais sustentabilidade às marcas de moda:** Reflexões e Indicadores. Rio de Janeiro, e-book. *In:* MAROTTO, Isabela. (org). **Mais sustentabilidade às marcas de moda:** Reflexões e Indicadores. Rio de Janeiro, e-book. 2017. p. 57 - 71. Disponível em: <http://porfavormenoslixo.com.br/wp-content/uploads/2018/01/LIVRO-SUSTENTABILIDADE-%C3%80S-MARCAS-DE-MODA.pdf>. Acesso em: 12 out. 2021.

SOARES, Doralécio. **Rendas e Rendeiras da Ilha de Santa Catarina.** Florianópolis: Atlas, 1987.

UNESCO. **Interconexões entre Patrimônio Cultural Imaterial e os Objetivos para Desenvolvimento Sustentável.** Disponível em: <https://ich.unesco.org/en/dive&display=sd-g#tabs> Acesso em: 14 mai. 2021.

UNESCO. **Lista Representativa do Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade Inscrição (13.COM): BobbinLace Slovênia.** Disponível em: <https://ich.unesco.org/en/RL/bobbin-lacemaking-in-slovenia-01378><https://ich.unesco.org/en/RL/bobbin-lacemaking-in-slovenia-01378> Acesso em: 4 mai. 2021.

WENDHAUSEN, Maria A. M. **Renda de Bilro.** Um legado açoriano transcendendo séculos em Florianópolis. Blumenau: Nova Letra, 2015.

Data de submissão: 30/04/2021

Data de aceite: 25/11/2021

Data de publicação: 01/02/2022



CALL FOR RETHINKING ON FASHION DESIGN EDUCATION IN THE ERA OF POST-PANDEMIC: Insights from Turkey

Convocação para reflexão sobre educação de design de moda na era pós-pandêmica: Insights da Turquia

Llamado a la reflexión sobre la educación en diseño de moda en la era posterior a la pandemia: Perspectivas de Turquía

POST-PANDEMİ DÖNEMİNDE MODA TASARIMI EĞİTİMİNİ YENİDEN DÜŞÜNMEK: Türkiye'den İçgörüler

Şakir Özudođru¹

¹ PhD in Communication Design and Manegement at Anadolu Üniversitesi (2019); Master's degree, Fashion/Apparel Design at Anadolu Üniversitesi (2008); Head Of Department at Eskişehir Technical University; Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5451-1971>; email: sharcho@gmail.com

ABSTRACT

In this study, the benefits and challenges of remote education in textile and fashion design are examined. The case of the study is Department of Textile and Fashion Design, Faculty of Architecture and Design in Eskişehir Technical University, Turkey. The data is collated through many assessment meetings with academics, students, and top management held during and after the pandemic, as well as personal experiences as a manager and faculty member, plus varied unstructured interviews with academicians, undergraduates, management, and other employees. The meeting and interview notes were transcribed and analyzed by descriptive analyses. As the result, critical insights from various aspects and a SWOT analysis of remote education activities performed during the pandemic are provided.

Keywords: *Fashion design education, Distance education in design education, Education in the post-pandemic.*

Resumo

Neste estudo, os benefícios e desafios da educação à distância em design têxtil e de moda são examinados. O caso do estudo é o Departamento de Design Têxtil e de Moda da Faculdade de Arquitetura e Design da Universidade Técnica de Eskişehir, na Turquia. Os dados são coletados por meio de muitas reuniões de avaliação com acadêmicos, alunos e alta administração realizadas durante e após a pandemia, bem como experiências pessoais como gerente e membro do corpo docente, além de várias entrevistas não estruturadas com acadêmicos, alunos de graduação, administração e outros funcionários. As notas do encontro e da entrevista foram transcritas e analisadas por meio de análises descritivas. Como resultado, são fornecidos insights críticos de vários aspectos e uma análise SWOT das atividades de educação remota realizadas durante a pandemia.

Palavras chave: Educação em design de moda, Educação a distância na educação de design, Educação após-pandemia.

Resumen

En este estudio, se examinan los beneficios y desafíos de la educación a distancia en diseño textil y de moda. El caso de estudio es el Departamento de Diseño Textil y de Moda de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Técnica de Eskişehir en Turquía. Los datos se recopilan a través de muchas reuniones de evaluación con académicos, estudiantes y altos directivos celebradas durante y después de la pandemia, así como reuniones personales. experiencias como gerente y miembro de la facultad, así como numerosas entrevistas no estructuradas con académicos, estudiantes universitarios, administración y otro personal. Las notas de la reunión y de la entrevista se transcribieron y analizaron mediante análisis descriptivos. Como resultado, se brindan conocimientos críticos sobre varios aspectos y un análisis SWOT de las actividades de educación remota realizadas durante la pandemia.

Palabras clave: *Educación en diseño de moda, Educación a distancia en educación en diseño, Educación pospandemia.*

1 INTRODUCTION

Because of the Covid-19 pandemic that appeared in Asia in 2019 September and disseminated to various parts of the world (WHO, 2020), many schools at all grades around the world have had to restrict educational activities. Later, education has been continued through the tools of remote education (DANIEL, 2020; HAMUTOGLU, 2021). At the end of 2020, face-to-face education activities stopped or were interrupted in 169 countries (UNESCO, 2020). Turkey was among the 169. When the pandemic spread in the country, at first, educational activities at all levels was ceased, then referring to the principle of “education right” (BOZKURT, 2020, p.114), education and training were continued by distance and online learning tools. In the literature, the learning/teaching activities used during this period are called “emergency remote education.” It is underlined that emergency remote education is unsystematic and spontaneous education organization which should be considered as a crisis’s result and solution. A body of literature marks on the difference between emergency remote education and distance education. (BOZKURT et al., 2020; HUDGES, et al., 2020). Since the process has been witnessed forced the institutions and educators to adopt the tools of remote education, it is hard to claim that educators and students were ready to adopt and employ distance education strategies into their educational process. The differences between emergency distance education and education are shown in Table 1.

Table 1-Differences between emergency remote education and distance education

Emergency Remote Education	Distance Education
Obligational	Optional
Focused on finding temporary solutions	Focused on developing permanent
Reactional decisions and applications	Planned, systematic decisions and applications
Physical distance	Physical, interactive, and psychological distance

From: (BOZKURT et al., 2020, p.117)

As illustrated in the table, emergency remote education was utilized as an obligation. In this process, the focus was on finding temporary solutions for small and medium scaled crises and educational activities were shaped by daily basis decisions made by administrators of educational institutions. Educators found themselves in an educational environment they never experienced. While they were trying to support remote teaching strategies developed daily basis by top management (ÇETİNKAYA, 2020), they were required to deve-

lop their personal strategies. Students found themselves in the same situation. Therefore, emergency remote education applications can be handled as a tremendous social experiment varying from country to country, institution to institution.

At the beginning of the pandemic, higher education institutions took a break from the education in Turkey. Later, referring to the order of Higher Education Council, institutions started their educational activities in the frame of emergency remote distance education, particularly employing online applications to teach the lessons conventionally. In the press release given by the president of the Higher Education Council of Turkey, Mehmet Ali Yekta Saraç, it is stated that the theoretical course in the training-based programs would continue with remote education methods by utilizing online means, but the practice-based courses would be given after the pandemic to compensate the insufficiencies. However, the effects of pandemic did not decrease during the academic year, thus all courses were operated online. The materials, environment, and methods of distance education should be designed and developed carefully. However, during the remote education process, the stages of planning and designing were too short. At the first stage, a lot of institutions and tutors continued their face-to-face curriculum on online applications such as Zoom, Hangouts, and Teams on the platforms provided by universities. And most of the tutors uploaded conventional teaching materials like Power point slides, Word documents, and Pdf files to the modules (HAMU-TOGLU, 2021, p.104). A bunch of distance education researcher claim that in the era of post-pandemic, our understanding of education would change, experiences earned during the pandemic would affect our style of learning and teaching, and a blended education model based on mix of face-to-face and remote education would rise.

In this study, the benefits and challenges of remote education in textile and fashion design are examined. The case of the study is Department of Textile and Fashion Design, Faculty of Architecture and Design in Eskişehir Technical University, Turkey. The data is collated through many assessment meetings with academics, students, and top management held during and after the pandemic, as well as personal experiences as a manager and faculty member, plus varied unstructured interviews with academicians, undergraduates, management, and other employees. The meeting and interview notes were transcribed and analysed by descriptive analyses. As the result, critical insights from various aspects and a SWOT analysis of remote education activities performed during the pandemic are provided.

2 INSIGHTS FROM AN INSIDER: THE BENEFITS AND CHALLENGES OF REMOTE EDUCATION IN TEXTILE AND FASHION DESIGN EDUCATION

2.1 The Case: Department of Textile and Fashion Design, Eskişehir Technical University

The case of the study, Department of Textile and Fashion Design, was established as part of the School of Industrial Arts in Anadolu University in a medium size, student city at central Anatolia, Eskişehir, under the name of the Department of Fashion Design in 2021-2002 academic year. In 2018, four departments, Fashion Design Department, Interior Design Department, Industrial Design Department, and Architecture Department, were gathered under the roof of Architecture and Design Faculty by council of minister's decision. In the same year, Anadolu University was divided the universities as many universities in Turkey. The faculty of Architecture and Design was incorporated into Eskişehir Technical University, which was a part of Anadolu University. With the updated organizational structure, the Fashion Design Department needed to update itself. The curriculum of the department had mostly focused on clothing design, including compulsory courses Fashion Design, Pattern Application, and Fashion Illustration. In renewed curriculum under the name of Textile and Fashion Design, courses on textile design such as Introduction to Textile Design, Dyeing Technics, Fabric Construction, Printing Technics and Woven Design were added as compulsory ones. As a necessity of 21st century, compulsory courses on general knowledge, such as History of Civilization and Art History, were added to the curriculum. Also, to improve analytical thinking skills of pupils, Design Research was added as a compulsory one. Plus, we changed the structure of selective and vocational selective courses. Since courses like Textile Sustainability and Textile Handcrafts were formed to rise awarenesses about the importance of sustainability and cultural inheritance in textile and fashion sector, courses like Design Culture and Creative and Critical Thinking were added to the curriculum to boost the creative, critical, and flexible thinking abilities of pupils. During preparing the curriculum of the Textile and Fashion Design Program, we examined curriculums of national and international alike programs, considered the expectations of Council of Higher Education in Turkey and the mission and vision of the relatively new university and the necessities and expectations of external stakeholders. Thus, the structure of the curriculum transformed into a program providing required knowledge and abilities of textile and fashion sector from a simple clothing design program.

2.2 Views on Remote Education during the Pandemic and Experiences

First, to define the textile and fashion design education, we can state that educational textile and fashion design programs concentrate on training-based courses requiring atten-

dance and practicing in a sufficient atelier environment. Besides, these programs include theoretical-based courses such as the history of civilization, art history, aesthetics, creative thinking, branding, and entrepreneurship. Graduates of these programs struggle in a highly competitive sector need not only perfection in vocational knowledge and competence but also skills of analytical thinking, social networking, basic knowledge of marketing and management, and a passion for hard working.

Basically, we may separate the educational process into two main branches as vocational education and social preparing in textile and fashion education. To maintain a healthful and beneficial distance education in such programs, these two branches should be harmonized through a rigorous planning. Course contents should be formulated systematically for distance education, and these contents should be tailored in the light of program outputs.

First, to define the textile and fashion design education, we can state that educational textile and fashion design programs concentrate on training-based courses requiring attendance and practicing in a sufficient atelier environment. Besides, these programs include theoretical-based courses such as the history of civilization, art history, aesthetics, creative thinking, branding, and entrepreneurship. Graduates of these programs struggle in a highly competitive sector need not only perfection in vocational knowledge and competence but also skills of analytical thinking, social networking, basic knowledge of marketing and management, and a passion for hard working.

Basically, we may separate the educational process into two main branches as vocational education and social preparing in textile and fashion education. To maintain a healthful and beneficial distance education in such programs, these two branches should be harmonized through a rigorous planning. Course contents should be formulated systematically for distance education and these contents should be tailored in the light of program outputs.

As a preparation for shaping our programs to blended education, in advance, training-based and theoretical-based courses are required to be restructured to cover remote learning activities. Training-based programs like textile and fashion design are designed fundamentally for face-to-face education, and these programs rarely have a distance education framework. Most of us, as lecturers teaching in such programs, lack knowledge and background in distance education. Thus, we typically build our teaching contents and process upon face-to-face education. Social interaction occurring spontaneously during sharing a physical environment usually cannot be provided with online teaching/learning tools. Most of the professors complain about the lack of interaction. Because of social anxiety and lack of readiness, graduates do not prefer to open their cameras or microphones during online courses. This situation increases social anxiety level of lecturers who have a limited experience of distance education and struggle to accomplish the task of giving the lecture to names on black squares or profile pictures, if they are lucky.

Most of the instructors have completed their own trainings through a model based on mentor-protégé relationship requiring spending long hours together in an atelier environment. They cannot identify how to reconstruct their teaching practices into remote activities except giving homeworks taking remarkably long hours. More importantly, most of them have reasonable doubts about distance education. On the one hand, because of the increasing number of homeworks, students can not complete their tasks on time. On the otherhand, because of lack of knowledge and trust in distance education, lecturers consider online and remote teaching activities simply as a temporary solution for a crisis. Thus, both of the parties experience a lack of motivation.

To overcome the lack of knowledge and motivation, intensive-additional vocational training courses, including practices of online teaching applications, theoretical foundations and good examples of distance education, might be designed for lecturers. Also, designing orientation courses for students can be an option. Because, during the pandemic, students lacking distance education experience have found themselves in an unfamiliar situation and environment, and, depending on chooses of their professors, they had to use various online learning platforms and tools at the same time. Providing a psychological and technical readiness to them might help to reduce their anxiety and improve their motivation. Also, using same distance education platforms and online tools might reduce the excess workload of both students and lecturers. Accordingly, students' workload should be restructured by minding dynamics of online teaching/learning environments.

One handicap occurring both theoretical-based and training-based courses is an insufficient interface. Most of the courses are given in a synchronic manner in which students and professors meet at a time on an online meeting application such as Zoom, Hangouts or Teams. During these meetings, previously prepared course materials are shared with students. During the courses, interruptions causing by power cuts, software bugs, and hardware problems frequently occur. Nor professors neither students have the same opportunities. Because of the socio-economic and geographical differences, students' ratio and quality of live-course attendance, watched records of live-courses and access to supportive course materials differ. Thus, a group of students become disadvantageous. According to sociologist Robert K. Merton's Matthew Effect (1968), advantageous individuals and groups have a higher potential to find themselves in more advantageous situations, or vice versa. We can observe such an effect in all aspects of social life and education is not an exception. However, the gap between technological equipment ownership and digital literacy may boost the effect. Thus, it is vital to mind the echoes of Matthew Effect in education and develop strategies to minimize it when it comes to distance education.

For art and design education, copyright is one of the other challenging issues. In the curriculum of a design education program, it is inevitable to have courses concentrating on

art history, art theory, contemporary design and art events, and so on. In these courses, visual materials are used by necessity. Apart from free royalty materials, lecturing on contemporary developments and today's visual culture demands to cover visuals of copyrighted art and design objects. According to law, it is legal to use such materials during the courses without redistribution. However, in distance education, the courses can be recorded and circulated on social media sites by students or third parties. This situation generates anxiety for educators and institutions. Therefore, those visual and audial materials used for scholarly purposes should be free of royalty to overcome that anxiety.

The problems listed insofar maybe common for most of the educational programs. But the major problem in distance art and design education is coordinating training-based courses remotely. First, these courses need sufficient equipment such as sewing machines, silk-screened equipment, weaving looms, and powerful computers. For example, in textile and design education, the main courses are clothing design, printing design, and weaving design. And it is impossible to provide essential equipment individually to perform the tasks. Also, for courses including applications like dyeing, printing, and washing, an atelier environment becomes a necessity in the sense of work safety and health. Short-term internship applications and an appointment system for managed atelier visits may be temporary solutions for a limited period.

Second, training-based courses are largely formed upon a mentor-protégé model, suggesting a shared time between student and teacher, and learning collectively. However, the physical distance in remote education brings to a standstill to this synergy. It needs further research to reconstruct the model in distance education. This problem also should be considered as a major problem of the future of design education. In today's world, CAD/CAM softwares like Kaledo Lectra, Clo 3D, and Assyst give opportunities to prepare digital patterns, present 3D cloth and textile simulations, and even create virtual fashion shows. Troubles like slowdown of production during the pandemic, interruptions in supply chains and logistics, decreasing in consumption, and so on are the problems of the near future of textile and fashion sector. Many schools in the world have adopted CAD/CAM softwares into their curriculum as selective courses, yet, during the pandemic, such softwares became more popular among the prestigious institutions including London College of Fashion, Fashion Institute of Technology, and Amsterdam Fashion Institute (VAID, 2020). Besides, a bunch of other online materials such as pre-recorded, instructive videos, multiple screen sharing, and step-by-step exercises became common learning materials. In the Textile and Fashion Design Department, Eskisehir Technical University, we employed all the applications listed above. However, now, during the early stages of post-pandemic, we experience that student's motivation aimed at face-to-face applications or remote courses decrease. It seems that a new, updated model for design education is needed.

Last but not least, art and design education is dedicated to teaching materials, how to use, form and transform them. It needs to improve tactile senses of students (ALP, 2009). However, intrinsic properties, such as color, texture, and structure, cannot be narrated properly in online environments. For example, a piece of cloth can be seen in various colors in altered light conditions and on different displays. So, the right knowledge about the material cannot be given. In certain training-based courses, students choose a theme or a design problem to develop design solutions or produce products. But because of the problems mentioned earlier, for the tutor, it becomes a challenging issue to lead the student. This situation brings us to a crucial question: With distance education, can we provide program outcomes and train students to become qualified labor force in the textile and fashion sector? Expressions like “The graduate chooses the proper material for the project”, “the graduate can use the material properly”, and “the graduate can perform vocational knowledge and skills” take place in most of the outcomes of textile and design programs in Turkey. It is vital to provide a collective learning and experiencing space, to be more precise, an atelier environment. Thus, the skills like sewing, modelling, collection preparation, and prototyping cannot be gained through a full distance education process. On the other hand, considering the increasing number of students year by year and insufficient infrastructure of universities, a blended model of design education can be more effective in achieving the learning goals of programs. In such a model, theoretical parts of the courses can be maintained by remote education by supporting live courses and supportive learning materials and training hours can be performed with an appointment system in a face-to-face manner.

During the pandemic, another problem was material supply. Since students live in various cities, each student had limited and different opportunities to access proper materials to complete the tasks. Students living in large cities had a higher chance of finding and buying qualified and various materials, but others living smaller cities or towns had to perform their tasks in a limited range of options, and sometimes there was no mercer or hosiery in their towns. We developed a strategy to transform this challenge into a win situation. When the total closedown was announced, we updated our project-based courses contents, and developed a project aimed to raise awareness on sustainability. In this context, we asked students to find design problems focusing on re-design and re-use. In their projects, they used wasted clothes, textiles and accessorizes and transformed these materials into new, design objects.

The other example of transforming crisis into a win situation is online professional seminars. During the pandemic, it was impossible to invite professionals to our department or organize technical visits. When we realized that in distance education, physical distance is not a matter at all, we held a lot of online meetings with sector professionals and designers. Online meetings and workshops also can be used as a new model for industry and university integration.

RESULTS

In today's world, information and communication technologies develop rapidly. Before the pandemic, there were experiments on incorporating these technologies with our curriculum. But the pandemic made the process inevitable. In the post-pandemic era, we are forced to restructure and update our curriculum and ways of teaching to include opportunities for distance education and online learning tools. However, this task needs to build a systematic structure through rigorous planning. For art and design education, we have already realized the importance of social interaction and learning together. Now the first mission in front of us is to find methods allowing to integrate the mentor-protégé model into a digitalized environment. To achieve this task, it is vital to gain professors', students' and other stakeholders' trust and improve their motivation. Leading learners to a self-oriented learning model can be seen as a challenging mission at first glance, but it is obvious that conventional methods of teaching are not sufficient for digital natives. With the experience of struggling to maintain educational activities during the pandemic, it can be claimed that distance education activities will always be not only in the middle of our educational processes but also in the middle of our life. In our experience, theoretical-based courses, such as the history of civilization, art history, aesthetics, and so on, became more effective and self-oriented. If we can get rid of our doubts, we can create a self-oriented, self-disciplined, and more effective training-based course structures giving opportunities to students to feel themselves as professionals.

To provide a roadmap, a basic SWAOT analysis of our experience of remote education during the pandemic is shown in Table 2

Table 2 - A SWOT analysis of the remote education of the Department of Textile and Fashion Design, Eskisehir Technical University during the pandemic

Strengths			Weaknesses		
General	Theoretical-based Courses	Training-based Courses	General	Theoretical-based Courses	Theoretical-based Courses
Autonomy in learning Diminishing in social phobia	Access to recorded live-courses Self-orientation	Interaction provided via online applications Practice-based education supported with step-by-step videos	Inequality in technological equipment ownership Inequality in digital literacy Screen fatigue	Lack of motivation Lack of concentration Social digital anxiety	Being away from atelier environment Inability to establish mentor-protégé relationship Interruption in learning together processes

Opportunities			Threats		
General	Theoretical-based Courses	Training-based Courses	General	Theoretical-based Courses	Training-based Courses
Access to information from everywhere Adaptation to Society 6.0	Being free of psychosocial constraints caused by insufficient infrastructure	Opportunities for establishing new models of design education	Ethical issues Health issues Copyright issues Resistance to change	Diminishing in social interaction Lack of motivation Adoption issues	Lack of basic vocational knowledge Need to a self-disciplined agenda

REFERENCES

ALP, K. Ö. Uygulamalı sanatlar eğitiminde tasarım, yapı, işlev, estetik ve algo sorunu. **Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi**, v. 4, n. 1, p. 48-59, 2009. Available at <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/146294> Accessed Dec 19. 2021. 21:50.

BOZKURT, A. Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci ve pandemi sonrası dünyada eğitime yönelik değerlendirmeler: Yeni normal ve yeni eğitim paradigması. **Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi**, v. 6, n. 3, p. 112-142, 2020. Available at <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1215818> Accessed Dec 19. 2021. 22:00.

BOZKURT, Aras and others. A global outlook to the interruption of education due to COVID-19 pandemic: Navigating in a time of uncertainty and crisis. **Asian Journal of Distance Education**, v. 15, n. 1, p. 1-126, 2020. Available at <http://www.asianjde.com/ojs/index.php/AsianJDE/article/view/462> Accessed Dec 19. 2021. 22:10.

ÇETİNKAYA, A. G. COVID-19 salgını sürecinde öğretmenler. **Tedmem**, April 2020. Available at <https://tedmem.org/covid-19/covid-19-salgini-surecinde-ogretmenler> Accessed Dec 19. 2021. 22:10.

DANIEL, S. J. Education and the COVID-19 pandemic. **Prospects**, v. 49, n. 1, p. 91-96, 2020. Available at <https://doi.org/10.1007/s11125-020-09464-3> Accessed Dec 19. 2021. 22:10.

HAMUTOĞLU, N. B. A roadmap for the COVID-19 pandemic process to ensure quality of assurance active learning strategies in online learning environments: How to plan, implement, evaluate, and improve learning activities. In BOZKURT, Aras (Ed.). **Examining emerging pedagogies for the future of education: Trauma-informed, care, and pandemic pedagogy**. IGI Global, 2021. p. 101-126. Available at <https://www.igi-global.com/chapter/a-roadmap-for-the-covid-19-pandemic-process-to-ensure-quality-of-assurance-active-learning-strategies-in-online-learning-environments/276962> Accessed Dec 19. 2021. 22:10.

HUDGES, Charles and others. The difference between emergency remote teaching and online learning. **Educause Review**, n. 27, p. 1-12, 2020. Available at <https://er.educause.edu/articles/2020/3/the-difference-between-emergency-remote-teaching-and-online-learning> Accessed Dec 19. 2021. 22:30.

MERTON, R. K. The Matthew effect in science. **Science**, n. 159, p. 53-63, 1968. Available at <https://ir.stonybrook.edu/xmlui/bitstream/handle/11401/8044/mertonscience1968.pdf?sequence> Accessed Dec 19. 2021. 22:30.

SARAÇ, M. Y. Press Release. **Council of Higher Education**. 2020. Available at <https://basin.yok.gov.tr/KonusmaMetinleriBelgeleri/2020/04-yok-baskani-sarac-uzaktan-egitime-iliskin-basin-toplantisi.pdf> Accessed Dec 19.2021.22:10.

UNESCO. Covid 19 impact on education. 2020. Available at <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse> Accessed Dec19.2021.22:10.

VAID, M. COVID-19 pushes fashion design schools into an increasingly digital future. **Fashionista**, March23,2020. Available at <https://fashionista.com/2020/03/coronavirus-fashion-design-education> Accessed Dec19.2021.22:20.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Coronavirus disease (COVID-19) pandemic. Available at: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> Accessed- Dec19.2021.21:50.

Data de submissão: 30/10/2021

Data de aceite: 10/01/2021

Data de publicação: 01/02/2022



**REFASHIONING COLLABORATIONS:
CROSSING BORDERS DURING THE PANDEMIC¹**

**Remodelando colaborações:
Cruzando fronteiras durante a pandemia**

**Remodelando colaboraciones:
Cruzando fronteras en la pandemia**

Regina A. Root²
Stephanie N. Saunders³

¹ Originalmente, Refashioning Collaborations: Crossing Borders during the Pandemic foi publicado em 2021 em inglês, na Middle Atlantic Review of Latin American Studies (DOI: <http://doi.org/10.23870/marlas.361>), sob licença Creative Commons. Considerando sua importância para a discussão em torno do tema desse dossiê, com o consentimento das autoras e da publicação original, apresentamos essa versão simplificada em português para maior alcance dos leitores deste idioma.

² Regina A. Root, PhD., é professora na William & Mary University, Estados Unidos. Especialista em design participativo e produção cultural, escreveu, entre outras obras, *The Latin American Fashion Reader*, *Couture and Consensus* e *The Handbook of Fashion Studies*. Dedicou-se às metodologias de design conceitual e ao desenvolvimento de experiências relativas à arte e às indústrias criativas. ORCID 0000-0003-1942-6282; email: raroot@wm.edu

³ Stephanie N. Saunders, PhD., é professora e chefe de departamento na Capital University, Estados Unidos. Sua pesquisa permeia estudos corporais, estudos espaciais, migração e identidade. É autora de *Fashion, Gender and Agency in Latin American and Spanish Literature*. ORCID 0000-0003-1337-344X; email: ssaunde2@capital.edu

Abstract

Responding to the 2020 COVID-19 pandemic, when news of quarantines, shutdowns, and sheltering-in-place mandates abounded, the organizers of the tenth fashion congress of Ixel Moda in Cartagena, Colombia decided collectively to develop the content for an unprecedented five-day, 3-dimensional virtual gathering that would bring together artisans, designers, chefs, scholars, and other creators. The event would provide the scenario for exchanges on many facets of culture—food, music, film, fashion, politics, museum exhibits, performance, decorative arts, sustainability, tourism, and advertising—in the midst of a difficult period. This essay explores Ixel Online 2020 as a showcasing of the creative arts, includes the voices of the cultural organizers, and proposes this event as a model for increased international dialogue in the face of global crisis.

Key Words: *pandemic, fashion, creative industries, border crossing, avatars.*

Resumo

Em resposta à pandemia de COVID-19 em 2020, quando notícias de quarentenas, fechamentos e isolamento social mandatórios explodiram, os organizadores da décima edição do congresso Ixel Moda, em Cartagena, Colômbia, decidiram coletivamente desenvolver conteúdo para um encontro virtual 3D sem precedentes, de cinco dias de duração, que juntaria artesãos, designers, chefs, acadêmicos e outros criadores. O evento proveria o cenário de trocas em muitos âmbitos da cultura – comida, música, cinema, moda, política, mostras de museus, performance, artes decorativas, sustentabilidade, turismo e publicidade – no meio de um período difícil. Este artigo explora como Ixel Online 2020 tornou-se uma vitrina para as artes criativas, incluindo as vozes de organizadores culturais, e propõe o evento como modelo para um diálogo internacional crescente diante de uma crise global.

Palavras-chave: *pandemia, moda, indústrias criativas, cruzamento de fronteiras, avatares.*

Resumen

En respuesta a la pandemia de COVID-19 en 2020, cuando el noticiero de cuarentenas, cierres y aislamiento social compulsorios fueron abundantes, los organizadores de la décima edición del congreso Ixel Moda en Cartagena, Colombia decidieron colectivamente desarrollar contenido para cinco días sin precedentes de un encuentro virtual tridimensional que juntaría artesanos, diseñadores, chefs, académicos, y otros creadores. El evento presentaría el escenario para intercambios en muchas facetas de la cultura – comida, música, filme, moda, política, exhibiciones de museos, performance, artes decorativas, sostenibilidad, turismo y publicidad – en medio a un momento duro. Ese artículo explora Ixel Online 2020 como vidriera para las artes creativas, incluyendo la voz de organizadores culturales, y propone un modelo para diálogo internacional creciente delante de la crisis global.

Palabras-clave: *pandemia, industrias creativas, cruce de fronteras, avatares.*

During the onset on the COVID-19 pandemic, a frenzy of quarantines, shut-downs, and sheltering-in-place materialized over global communities in varying degrees. People worldwide began to address new realities with an increased focus on flexibility and resistance, in some ways highlighting the importance of humanity in the most physically alienating of times. While unemployment levels surged, an intrinsic language emerged regarding “social distancing,” “masks,” “exposure,” “essential and non-essential,” for example. New technology platforms made hybrid and remote working conditions more accessible and necessary than ever (for a fraction of the world’s population), albeit not without a steep learning curve for even the most agile of users. “We’re in this together,” became a proverbial rally cry of sorts. Increased access to technological platforms in the majority of cases would appear to have facilitated interactions, though not without a number of socioeconomic and health concerns. Not all participants had access to wifi and many couldn’t leave their homes. As the domino effect of lockdowns and closing borders loomed over plans to travel, new virtual opportunities provided unique, real-time cultural interactions and manifestations.

The organizers of the tenth fashion congress of Ixel Moda,⁴ located in Cartagena, Colombia, and also the site of the Latin American encounter for the creative industries in its second year, wondered if their endeavor could forge ahead in light of a severe public health emergency and economic realities that seemed to leave the future of fashion and other creative industries in doubt. This essay explores what prior to the pandemic was already a notable event. While it is too soon to understand fully its impact on the creative industries at large, this preliminary description brings together voices of some of the event’s main organizers who acted quickly to design an online global congress we believe is without precedent. First, this was an online congress of the creative industries. Second, Ixel Online went beyond what a normal congress would do in terms of the conversations, both spontaneous and scripted carefully. It would appear that the massive reimagination of what a congress represents led to new conversations and collaborations, some perhaps unintentional. This essay details some of these, fully recognizing that to discuss any of them in great depth is beyond the scope of this description.

Like most scholarly encounters, Ixel Moda had always met face-to-face in Cartagena, attracting thousands of participants from throughout Latin America and the rest of the world. In 2020, its meetings almost did not happen because the organizers could not imagine how to create this type of virtual congress from scratch in just a few months. Danilo Cañizares (2021), its academic director, details the challenges of turning an entire congress around so quickly while protecting Ixel Moda’s integrity:

4 See the Ixel Moda website: <http://www.ixelmoda.com>.

Entender el nuevo mundo digital, afrontar la virtualidad, pensar y diseñar desde el escenario del confinamiento, tener equipos de trabajo que desde sus casas aprendieran sobre nuevos métodos, manteniendo la seriedad de los contenidos y la formalidad de los procesos, que nos ha permitido a lo largo de los años garantizar un escenario responsable de transmisión de cultura y conocimiento; fueron los grandes retos que como equipo tuvimos que afrontar. Lo hicimos desde la perspectiva de la innovación y de la sostenibilidad, entendiendo que no era solo un discurso, sino que debía ser una realidad y una oportunidad de demostrar la coherencia de nuestra línea de pensamiento. (Danilo Cañizares, 2021)

Against all odds, a core group of cultural practitioners worked day and night for months to help develop the content for an unprecedented five-day, 3-dimensional virtual congress that would bring together artisans, designers, chefs, scholars, and other creators for exchanges on the many facets of culture—food, music, film, fashion, politics, museum exhibits, performance, decorative arts, sustainability, tourism, and advertising—in the midst of what a difficult period. Ixel Online, as it was ultimately advertised, showcased the creative arts and creatively showcased the arts.

Congress organizers could easily have caved and cancelled Ixel Moda, especially because they had little to nothing lined up virtually. Fashion weeks around the globe had already cancelled their events. Newspapers and other media, even fashion magazines themselves, dropped coverage of fashion-as-usual. With travel limitations, fashion events became more difficult than ever to hold and report, and at the same time, such attention was questioned as possibly inappropriate. The main organizers, including Ixel Moda’s Executive President Erika Rohenes Weber and Cañizares, moved quickly to assemble celebrities and other professionals who would push this congress into a new collective realm that was even more global in scope.⁵ According to Rohenes Weber, “Cada año se organiza en y desde Cartagena de Indias, Colombia (sede oficial), convocando más de 1.200 personas de todo el continente; aunque en el 2020, gracias a la magia de la digitalidad, la edición especial online, logró registrar más de 4.500 participantes y cerca de 11.000 visitas” (2021). Ixel Online’s success in the virtual realm resulted in a springboard for the 2021 edition that will involve, according to Rohenes Weber, 3D experiences, alongside hybrid spaces, allowing for in-person guests to follow biosecurity measures and view live streaming across social media, thus facilitating connections previously unimagined.

In the case of the Ixel Moda Online 2020, the message was clear: the show would go on and the work would get done if everybody assumed a small role. Support videos created a rich tapestry of international voices in favor of the indestructible textile of creativity, industry, and academia that would surpass the pandemic with its sheer strength of human will and spirit. Zoom webinars, which connected different stakeholders across various time zones,

⁵ See, for example, the media coverage by Camila Villamil Navarro for *El Tiempo*, 2020a, 2020b.

pondered the future of fashion brands and design markets, the centrality of sustainability, and the simple “how to reimagine” all that people could do to connect during the lockdowns. Topics included the future of professional design education, craft, and luxury. This time, however, the conversation was not happening in Milan, or New York, or Paris.

Unlike anything that had happened before and, as a collective endeavor that embraced any form of support that would ultimately make a contribution, this was all in. The congress went from eight in the morning to eleven at night, with upbeat music and virtual coffee that kept even the most tired of souls awake. Celebrating the cultural heritage of many regions, but especially that of Cartagena, Colombia, Ixel Online garnered the support of governmental agencies, museums and cultural institutions, and sponsors who would flood creative professionals with much needed support. For the show to go on, and to give design students alongside designers the venues to which they had long been accustomed, fashion films replaced the runways, artisans spoke within virtual exhibition booths about their crafts instead of offering in-person workshops, chefs opened up conversations about their inspirations and shared recipes, and interior designers pondered a new way of being now that they were, well, at home and not at the office.⁶

Acknowledging that the world was experiencing great grief, trauma, and uncertainty, Ixel Online also gave space for authorities to talk about, educate and provide resources for issues that would ordinarily go unaddressed: domestic violence, inequity, and social unrest. There were memories shared of people who had been lost the previous year, such as design professor Alex Blanch. Academics found themselves cast into a less marginal role at the congress, for everyone was interested now in things they had been saying for well over a decade as they underscored how the fashion industry’s research, which can focus on the bottom line and added value, had never quite aligned with the sustainable futures imagined by scholars because in all likelihood the creative industries had simply never wanted to fund it. The scholars continued to converse for free despite this renewed interest, but they probably could have charged admission. Ixel Online had the feel of a global laboratory seeking new knowledge and collaborations.

The virtual format, which was created by the Belgium-based Hyperfair, allowed major design programs and universities to cross physical borders like never before. By the second day, computers were crashing because attendance skyrocketed, and Ixel Online decided to take some of its sessions live to its YouTube channel. People who had traded information in advance or during the congress connected to each other via text or on WhatsApp to figure out how to continue attending sessions, connect differently, and not miss anything.

Coverage leading up to Ixel Online heralded a new experience, and politicians seized the moment to inaugurate and support their individual country’s creative industries in crisis.

⁶ See Laura Anaya Garrido’s “Judy Hazbún: ‘Tenemos la valentía de transformarnos’” (2020) involving Ixel Moda’s inclusion of fashion films.

Colombian President Iván Duque Duque addressed the possibilities of reopening what he called the “franja naranja” or so-called Orange Zones that had already become a mainstay of the world heritage site economy, which congress advertisements showed as empty plazas, boutiques, hotels, and restaurants that had once welcomed tourists and foreign cruise ships.⁷ Candid conversations on the role of women and pressing social issues that had been magnified by the crisis were addressed by Vice President Marta Lucía Ramírez and Minister of Culture Carmen Vásquez Camacho. In a more global conversation, the upcoming United States presidential elections were a topic of detailed conversation that pondered who had dressed the candidates.

In short, one could hardly fail to notice what a big deal this all was, and perhaps the first of the magisterial speakers chosen could not have made this clearer: Nina García, Editor in Chief of *Elle* magazine and of Project Runway fame, opened the fashion congress from her New York City apartment. The first moments of Ixel Online were fashionably late, as always, but perhaps this concept was not as easily transferred to a new technological platform. As guests and participants waited, just like at any conference, there was upbeat music interspersed with organizing voices and whispers before the event began. Once in session, there were lots of questions for guests placed in the chat box and read by a host. Someone asked Nina García who her favorite Colombian designer was. She paused. It was a fair question given the new platform.

In many ways, Ixel Moda Online amplified the need to consider the rich diversity of Latin America, as showcased through the visual medium of fashion. As Carol Garcia, a member of the scientific committee, recognizes:

Geographically speaking, Latin America is a wide territory. Nevertheless, if one adds imagination to the images of luxurious jungles and crowded cities, there is much more to pay attention to. The impressive culture that lies underneath stereotypes is still unknown, mostly due to the fact that the continent still holds strongly to a mix of ethnic origins, including ancestral indigenous roots and African influences whose presence is rarely documented apart from visual culture. Besides the commonly known areas that share Spanish and Portuguese languages inherited from European conquerors, most documentation on the territory has been passing on over the years through oral traditions, without written testimonies. Consequently, it is not difficult to envision that visual culture fulfills an important role to preserve the continent’s legacy. Among other items closely linked to original people’s lifestyles, clothes provide a fundamental means of documentation of everyday life through handcrafted techniques such as weaving, embroidery, printing and a vast array of natural materials collected from the different biomes that coexist. An event such as Ixel Moda makes it possible for this legacy to be not only studied and documented, but shared so that the local journey of clothes and adornments can provide a unique point of view for everyone who wants to understand in depth the various layers that contribute to a way of living expressed through fashion. (Carol Gracia, 2021)

7 See Marcela Aguliar Salcedo (2020) and Loraine Obregón Donado (2020) for more information on the president’s participation.

In this way, this new platform assisted global conversations on challenges, lifestyle and wellbeing. Additionally, celebrations of cultural heritage provided designers and researchers what is undoubtedly a lasting archive of local cuisine, music, architecture, textile arts and everything fashion.

As a three-dimensional virtual experience, each participant engaged a learning curve to dress their avatar (and with so much to wear from the virtual hotel closet, this took time), to use this same representation to roam hallways and exhibits, thus creating a new order outside of one's personal order in real time. Text messages went out to participants that another avatar would knock at their virtual hotel door when it was time to escort the avatar to the congress site. Tour guides and diversity and inclusion officers greeted avatars arriving at their booths. If you grew tired of an outfit, a quick fashion change between sessions was possible. Participants could meet other avatars and meet friends at specific venues within the congress. Adriana Betancur Betancur elaborates on these networking experiences: "Estas relaciones sinérgicas tuvieron una especial relevancia durante Ixel 2020, que fiel a su postulado vanguardista, asumió el momento histórico único de la humanidad, y logró reunir, en una agenda diversa y en un escenario virtual, las visiones más cualificadas sobre temáticas de valor para la industria y la academia" (2021). The opportunities for connections seemed both awkward and spontaneous, depending on the level of engagement with this virtual world. Each institution received a free series of tickets for interested faculty, students, and administrators, and otherwise the congress cost participants around ten dollars.

The experience seemed highly personalized, with the backdrop of serious conversations about the politics of reopening economies during a global crisis, the plight of internally displaced refugees, those seeking employment or new ways of imagining scholarship and career tracks, the ongoing peace process and truth and reconciliation movements, questions about the role of craft and innovation in design, the significance of recent social movements, all in virtual spaces. Laura Novik president of the scientific committee, explains:

En el contexto de las profundas y aceleradas transformaciones sociales, políticas, económicas, ambientales y biológicas que sacuden al mundo y a Latinoamérica en particular, las instituciones educativas de moda en nuestra región tienen la responsabilidad de preparar a los futuros actores del sector con las habilidades y competencias que les permitan descubrir problemas y crear futuros posibles para una industria en plena transición. En este sentido, las tareas de investigación y de formación comprometidas con el pensamiento creativo y crítico, abordadas desde diversos contextos geográficos, con variedad de temas y enfoques disciplinarios y desde una perspectiva intercultural y decolonial, emergen como un imperativo. Son algunas razones por las que considero que el Congreso Académico de Instituciones de Moda (CAIM) puede convertirse en una plataforma de carácter político, para el desarrollo de marcos teóricos alternativos e inclusivos, capaces de analizar y comprender la moda desde una perspectiva regional, que aporte nuevos enfoques en

el actual contexto de deconstrucción del sistema tradicional de la moda a escala global. (2021)

In this way, Novik identifies the overdue call-to-action of the fashion industry as related to political discourse, and especially the role of Ixel Moda as a dialectic platform. The art of connecting people across the divides, in the critical mission of appreciating and saving the creative industries, their traditions, and advances, took on new meaning. The pandemic appeared to have magnified other illnesses like poverty and injustices, calling into question what it means to be a cultural practitioner, designer and entrepreneur at this moment. CAIM, which Novik mentions, has already begun to meet regularly to share challenges facing the sectors in the longer term and design innovations to meet them. These collective findings will be presented at Ixel Online 2021.

Offering amplified contact among new collaborators, Ixel Moda has become an event with a most purposeful position that, while centering Colombia as the host country, has worked hard to select and represent a more diverse event for the creative industries than it had been when face-to-face.

In the face of the pandemic, or other personal and professional factors that may limit participants' ability to travel, Ixel Online continued to facilitate engagement. Even with borders closed, this platform allowed, and will continue to allow in its iteration in 2021, new opportunities for those who wish to meet other conference participants virtually at exhibits and panels or wander into multi-floor shopping center, and museum hallways.

RETHINKING COLLABORATIONS

For Latin Americanists, Ixel Online would appear to offer an unprecedented experience for its virtual participants, with a host of activities like nightly installments live on YouTube. Sponsored by the Colombian Ministry of Culture and Fontur, cooking shows, fashion videos from throughout Latin America, concerts, and dance performances predominated. Such connections facilitated access for multiple viewings of performances from throughout the country and in this way provided a flexibility that also seemed novel, as well as the opportunity to share these experiences with colleagues, students, friends, and family who might not have traveled alongside participants to a physical conference. At the same time, these offered a welcoming advertisement for Cartagena, Colombia and future tourism.

The question must be asked: would places with less attention to cultural heritage attract as much participant involvement? With 4,500 registered participants and 11,000 visits,

Cartagena was uniquely situated to facilitate a visually and virtually striking experience. As Danilo Cañizares explains, there is likely no substitute for in-personal experiences, however thoughtful the applications of the virtual. There are, however, other advantages that did not go unrecognized:

Creemos que debemos mantener la disminución de la huella de carbono a través de un congreso desprovisto de papel, de volantes y documentos, trabajamos por menos cartas físicas y más propuestas a partir de un mundo digital, esto nos ayuda a entender un presente y un futuro en el que nuestro compromiso vaya más allá de ser un evento que congrega a la red académica más grande de Latinoamérica en moda, y nos comprometa a mantener un mundo viable para todos. Debemos ser pioneros en la construcción de un pensamiento conectado con la realidad de nuestro mundo hoy. (2021)

Ixel Moda Online, he reminded us, continued its path as a trailblazing congress at once committed to dialogue, connections and new creations. Nothing like this had been done before. The future was, as the congress theme had announced, something no one could have ever imagined.

Note: All interviewees gave their consent for their thoughts to be used in this essay⁸.

8 GARCIA, Carol. Professora do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura, Artes e Design do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. E-mail: maria.garcia@belasartes.br

WORKS CITED

ALVES, Castro. **Navio negreiro**. [S.l.]: Virtual Books, 2000. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/virtualbooks/freebook/port/Lport2/navionegreiro.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2002.16:30.

AGUILAR SALCEDO, Marcela. “El Presidente de Colombia Iván Duque, participa en la Ceremonia de Instalación de Ixel Moda Online.” **Fashion News**, 20 de Octubre 2020. Available at: <https://fashionnews.com.mx/el-presidente-de-colombia-ivan-duque-participa-en-la-ceremonia-de-instalacion-de-ixel-moda-online/>. Accessed on: 20 oct 2020.

ANAYA GARRIDO, Laura. “Judy Hazbún: ‘Tenemos la valentía de transformarnos.’” **El Universal**, 22 October 2020. Available at: <https://www.eluniversal.com.co/farandula/judy-hazbun-tenemos-la-valentia-de-transformarnos-JG3679975>. Accessed on: 20 oct 2020.

BETANCUR BETANCUR, Adriana. Personal correspondence, 28 April 2021.

CAÑIZARES, Danilo. Personal correspondence, 27 April 2021.

GARCIA, Carol. Personal correspondence, 27 April 2021.

NOVIK, Laura. Personal correspondence, 29 April 2021.

OBREGÓN DONADO, Loraine. “Creatividad e ingenio, el llamado en Ixel Moda.” **El Herald**. 20 October 2020. Available at: <https://www.elheraldo.co/sociedad/creatividad-e-ingenio-el-llamado-en-ixel-moda-766974>. Accessed on: 20 oct 2020.

ROHENES WEBER, Erika. Personal correspondence, 27 April 2020.

VILLAMIL NAVARRO, Camila. “La décima edición de Ixel Moda sería en formato online.” **El Tiempo**, 13 October 2020. Available at: <https://www.eltiempo.com/vida/la-decima-edicion-de-ixel-moda-sera-en-formato-online-543095>. Accessed on: 20 oct 2020.

VILLAMIL NAVARRO, Camila. “Fashion films, conferencias y más: así fue Ixel Moda Online.” **El Tiempo**, 23 October 2020. Available at: <https://www.eltiempo.com/vida/fashion-films-conferencias-y-mas-asi-fue-ixel-moda-online-544895>. Accessed on: 20 oct 2020.

Data de submissão: 30/04/2021

Data de aceite: 25/01/2022

Data de publicação: 01/02/2022



**A EXPERIÊNCIA COMPARTILHADA E A PESQUISA
PARTICIPANTE NA FOTOGRAFIA DE MODA**

**The shared experience and participatory research
in fashion photography**

**Esperienza condivisa e ricerca partecipata nella
fotografia di moda**

Vanilson Luis de Melo Coimbra¹

¹ Centro Universitário Belas Artes - mestrando em Arquitetura, Urbanismo e Design. Centro Universitário Belas Artes - Professor e idealizador do Curso Livre Básico Digital de Fotografia - desde 2020. Centro Universitário Belas Artes - Professor e idealizador do Curso Livre de Fotografia e Editorial de Moda - desde 2016. Encontros Fotográficos Práticos - Idealizador - desde 2019. Editoria Gemeco Itália – de 2013 a 2018 – editoria e colaboração de moda. Office Im – desde 2005 – Proprietário, internacional manager. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6671376285217520>; Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5241-1950>; E-mail: vcoimbra@officeim.com.br.

RESUMO

O presente artigo visa descrever um conjunto de encontros fotográficos realizados entre 2013 e 2021, nos formatos presenciais e on-line, sobre narrativas fotográficas de moda. Entende-se que o editorial de moda é uma narrativa fotográfica que codifica um tema de moda e o aproxima do público. Usa-se como metodologia uma investigação de caráter descritivo e exploratório, do tipo bibliográfico, e uma pesquisa participante com base nos estudos de casos. O propósito principal é compreender de que maneira o artista encontra a sua própria singularidade na experiência fotográfica compartilhada. Joan Fontcuberta (2010), Nicolas Bourriaud (2009) e Berger (2017) são alguns dos autores estudados e que possuem interesse na experiência compartilhada como complemento da obra artística. É possível que o artista exponha uma troca transitiva entre si, o fotografado e o espectador e considera-se que não se pode encurtar o diálogo entre o artista e o espectador sem aferir uma infinidade de outras negociações, que ocorrem durante o processo criativo. A experiência fotográfica coletiva com potencial de fazer o espectador participar da narrativa passa pelo binômio da troca.

Palavras-chave: Narrativa Fotográfica. Fotografia de Moda. Editorial de Moda. Pesquisa Participante. Inteligência Coletiva.

Abstract

This article aims to describe a set of photographic meetings performed between 2013 and 2021, in face-to-face and online formats, about fashion photographic narratives. It is understood that the fashion editorial is a photographic narrative that codifies a fashion theme and brings it closer to the public. It uses as methodology a descriptive and exploratory investigation, of the bibliographic type, and a participant research based on case studies. The main purpose is to understand how the artist finds his own singularity in the shared photographic experience. Joan Fontcuberta (2010), Nicolas Bourriaud (2009) and Berger (2017) are some of the authors studied and who are interested in the shared experience as a complement to the artistic work. It is possible that the artist exhibits a transitive exchange between himself, the photographed and the spectator, and it is considered that the dialogue between the artist and the spectator cannot be shortened without measuring an infinity of other negotiations that take place during the creative process. The collective photographic experience with the potential to make the viewer participate in the narrative involves the binomial of exchange.

Keywords: *Photographic Narrative. Fashion Photography. Fashion Editorial. Participant Research. Collective Intelligence.*

Abstract

Questo articolo si propone di descrivere una serie di incontri fotografici tenuti tra il 2013 e il 2021, in formato presenziale ed online, sulle narrazioni fotografiche di moda. Capisce che l'editoriale di moda è un racconto fotografico che codifica un tema moda e lo avvicina al pubblico. Utilizza come metodologia un'indagine descrittiva ed esplorativa, di tipo bibliografico, e una ricerca partecipata basata su casi studio. Lo scopo principale è capire come l'artista trovi la propria singolarità nell'esperienza fotografica condivisa. Joan Fontcuberta (2010), Nicolas Bourriaud (2009) e Berger (2017) sono alcuni degli autori studiati e interessati all'esperienza condivisa come complemento al lavoro artistico. È possibile che l'artista esibisca uno scambio transitivo tra sé, il fotografato e lo spettatore, e si ritiene che il dialogo tra l'artista e lo spettatore non possa essere abbreviato senza misurare una moltitudine di altre negoziazioni che avvengono durante il processo creativo. L'esperienza fotografica collettiva con il potenziale di rendere partecipe lo spettatore della narrazione coinvolge il binomio dello scambio.

Parole chiave: *Narrazione Fotografica. Fotografia di Moda. Editoriale di Moda. Ricerca Partecipante. Intelligenza Collettiva.*

1 Introdução

Um conjunto de encontros fotográficos realizados entre 2013 e 2021 é o escopo do presente artigo. Por meio de imagens, as histórias são contadas e cada fotógrafo tem sua própria maneira de ver: alguns contemplam superficialmente a cena e se perdem na trajetória. Muitas vezes, fotografam para agradar o outro, seja ele cliente, veículo ou seguidor nas redes sociais. A tensão está em avaliar o ponto em que a fotografia se complementa no outro e mantém a própria narrativa.

Observa-se que a fotografia de moda tem se transformado cada vez mais em tecnicista e repetitiva. A ansiedade em agradar o outro vai na contramão da singularidade do fotógrafo.

Ao abrir espaço para as experiências coletivas dos encontros fotográficos e ao vivenciá-las, os fotógrafos têm a oportunidade de se aproximar de outros profissionais e expandir sua forma de ver a cena. O portfólio profissional do participante é modificado e antigas concepções e técnicas vão sendo repensadas; novas técnicas de direção de cena são introduzidas e novos meios de estudar as referências são incorporados.

A motivação para a elaboração do artigo nasce da reflexão sobre como o artista encontra singularidade em um mundo automatizado por imagens. Acredita-se que o estudo possa suscitar uma reflexão sobre a forma de contar histórias por meio da fotografia de moda e do fazer fotográfico, que encontra potencialidade nas relações construídas entre o artista e o espectador. Narrativas fotográficas de moda, inspiradas nas experiências, criam maior entendimento entre as obras e quem as vê, independente das imposições comerciais do mercado.

De que maneira os artistas encontram sua própria singularidade na experiência fotográfica compartilhada? Faz-se necessário compreender a disposição do artista em compartilhar sua narrativa fotográfica e perceber o quanto da ideia original pode ser potencializado por meio das inteligências coletivas.

A partir da vivência das práticas fotográficas implantadas com os alunos dos cursos livres de Fotografia e Editorial de Moda, do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, e dos encontros fotográficos liderados entre 2013 e 2018 é possível observar o processo do artista em busca de sua singularidade, mediante o aparecimento das inteligências coletivas durante o processo criativo.

Para compreender as formas do artista de buscar sua singularidade diante da coletividade faz-se uso do estudo de caso e da pesquisa participativa. O objetivo é criar práticas fotográficas e estudos compartilhados a fim de estabelecer uma consistência entre a expe-

riência do artista e o compartilhamento de ideias durante o processo criativo fotográfico.

Fotógrafos são humanos, inseguros com técnicas e narrativas, seres em constante mutação, mentirosos por opção, que se abnegam de seus dois olhos e passam a enxergar o mundo e as pessoas com um olho só, como ciclopes.

ENCONTROS FOTOGRÁFICOS

O termo experiência é definido como o ato de experimentar e também como uma forma de conhecimento não organizado, não linear. Segundo o Léxico, dicionário da língua portuguesa on-line, o efeito de experimentar é também usado como o significado para sentir, conhecer ou presenciar algo. A prática de uma atividade que proporciona conhecimento ou capacidade para fazer algo (EXPERIÊNCIA, 2018).

Entende-se que a experiência, quando compartilhada, potencializa a vivência e o conhecimento. Em suma, a experiência compartilhada é o conhecimento por meio do coletivo; e a experiência coletiva ocorre quando o aprendizado passa pelo outro, pelas relações e pelo entorno, produzindo um tipo de inteligência potencializada na troca gerada pela pluralidade dos participantes. Para Lévy (2003, p. 28), a inteligência coletiva é “[...] uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. O uso das inteligências coletivas, compartilhadas no fazer fotográfico, reconhece, no outro, as habilidades que, se bem distribuídas, capacitam a narrativa e o aprendizado.

Em 2013, partindo da necessidade de produzir um editorial de moda, este autor é convidado por um grupo de fotógrafos cariocas para uma experiência coletiva de fotografia de moda. Para este tipo de demanda, comumente convida-se um profissional experiente para ministrar um curso de curta duração, com conteúdo teórico e atividades práticas. Observando a necessidade dos participantes, entende-se que o grupo almeja percorrer o caminho oposto, partindo da prática fotográfica compartilhada a necessidades técnicas e de aprimoramento teórico. Posteriormente, o evento é batizado de “encontros fotográficos”.

A quididade da proposta é criar possibilidades compartilhadas do fazer fotográfico, seguindo a linha narrativa de editorial de moda, onde se estabelece um tema e abastece-se os participantes com referências, inspirações e possibilidades de concretizar, em imagens, a história sugerida. Os participantes são fotógrafos profissionais e amadores, que enxergam, no exercício compartilhado, possibilidades de conhecimento, relacionamento e aprimoramento da visão fotográfica.

Becker (2010, p. 27) sustenta que, no trabalho artístico, a cooperação e as relações humanas valorizam a continuidade da obra:

Todo trabalho artístico, como toda atividade humana, envolve a atividade conjunta de um grande número de pessoas. Por meio da cooperação deles, a obra de arte que eventualmente vemos ou ouvimos vem a ser e continua a ser. O trabalho sempre mostra sinais dessa cooperação (BECKER, 2010, p. 27).

Tais influências coletivas aprimoram o relacionamento e valorizam as capacidades individuais dos artistas. O exercício busca criar uma sinergia entre os participantes e incentiva que cada um compartilhe aquilo que de mais precioso possui.

Nicolas Bourriaud (2009a), em *Estética Relacional*, Claire Bishop (2012), com arte participativa, e Grant H. Kester (2004), com arte socialmente engajada, são autores que levantam as questões da participação como complemento da intenção do artista. Em diferentes defesas, os autores apontam para o deslocamento do artista, como único criador da obra, para uma colaboração produtora de situações, que posteriormente tem seu resultado decodificado pelo espectador.

Na prévia do encontro fotográfico, o autor abastece os artistas com informações, imagens de moda, referências de fotógrafos, filmes e elementos artísticos inspiradores, que ajudam a compor a cena. Observa-se uma dificuldade natural entre os presentes de formular uma narrativa pessoal, baseada em sua própria cultura e vivência. Geralmente, muitos participantes estão presos em questões puramente técnicas.

Para Fontcuberta (2010, p. 43), o ato fotográfico começa com o momento decisivo do clique e prossegue com o encantamento; culmina no gozo, traduzível como a consumação da imagem; e, em geral, é seguido por dúvidas e decepção, a crise *postpartum* que sucede a criação.

ENCONTRO FOTOGRÁFICO: URBANO

Em 2013, tendo o boêmio bairro de Santa Teresa, no Rio de Janeiro, como cenário e inspiração, modelos são fotografadas se equilibrando entre saltos altos e trilhos. Nem a chuva diminui a experiência. Olhando de relance aquele grupo de fotógrafos, pode-se, levemente, confundir com alunos de um curso de fotografia, mas a experiência do encontro fotográfico é um descontrolo artístico: tem-se a inspiração, o local, a moda, as modelos, e todo o processo é baseado na experiência e na criação conjunta.

Kester, em entrevista a Tom Stott (2014, p. 75), explica: “[...] há uma mudança na direção de experiências participativas baseadas no processo [...]”. Diante da cena sugerida,

não existe o professor, o amador ou aquele com a câmera mais potente. O encontro fotográfico iguala o artista. Cada um, com sua vivência, é estimulado a descobrir sua singularidade e a decodificar o *modus vivendi* da cena sugerida.

Dentre os fotógrafos errantes e nômades urbanos encontram-se experiências distintas. Quando a enfermeira do sistema hospitalar da periferia negocia com a sua chefia a folga do plantão para fotografar moda, não se questiona apenas o interesse pelo assunto e, sim, o afastamento da própria realidade, essencialmente cruel e estressante.

No encontro fotográfico, a experiência possibilita a construção de uma nova realidade por meio da narrativa fotográfica. O evento estimula a prática da errância urbana no bairro de Santa Teresa e o relacionamento com os demais participantes como forma de troca. Caminhar pelas ruas do bairro, além de inspirador, facilita a compreensão do espaço urbano e solidifica a singularidade de cada artista. A mesma cena é montada com a modelo para todos os participantes. Cada um extrai aquilo que lhe convém do encontro fotográfico.

Kester (STOTT, 2014) diz que é possível transformar a consciência dos participantes por meio da colaboração que se dá na práxis compartilhada. Percebe-se que o grupo se fideliza e que a fotografia é um ponto em comum para novas formas de estarem juntos.

ENCONTRO FOTOGRÁFICO: GABRIELA, CRAVO E CANELA

Ainda em 2013, o autor sugere outro encontro fotográfico, desta vez inspirado no romance *Gabriela, Cravo e Canela*, de Jorge Amado (1975). O estímulo parte de várias referências, entre elas, o livro homônimo: “Ela riu novamente, mostrando os dentes brancos, limados. Ele estava cansado, já começava a achar que tinha feito uma besteira. Ficara com pena da sertaneja, ia levar um trambolho para casa” (AMADO, 1975, p. 82).

A preparação do evento é feita pelas redes sociais, onde se compartilham informações do contexto que o escritor criou a personagem. Os participantes também são convidados a pesquisar referências de fotógrafos e narrativas fotográficas de moda ligadas ao tema.

São três horas de prática fotográfica que resgata Sônia Braga, Gal Costa e Juliana Paes. Cada participante busca, em sua própria cultura, ferramentas para construir a narrativa e dar vida a sua Gabriela fotográfica. Criar a narrativa fotográfica é semelhante à criação de uma personagem: os questionamentos se estendem à imaginação de compreender quem é esta figura que se está tentando fotografar e qual é seu cotidiano.

O enredo pautado na sensualidade da personagem de Jorge Amado é um convite para que cada artista descubra sua própria maneira de interpretar o tema. Não existe um roteiro linear: a inspiração passeia pela música, literatura e cinema. Observa-se que alguns

fotógrafos chegam à cena completamente despreparados e, diante de uma modelo bonita, se perdem na imagem sensualizada e produzem registros repetitivos e cliché, enquanto outros artistas se reinventam, dominam a caixa preta flusseriana.

O ato repetitivo, cliché, é referenciado por Batchen (2008, p. 123-124) como um gênero popular, massivamente praticado. São imagens designadas pelo autor como “pouco imaginativas”, “*snapshots*”. O conflito de clichês apresentado por alguns participantes revela imagens rasas, copiadas ou adaptadas de outros campos da fotografia. Assim como na moda e na arte, este tipo de imagem tem um gosto de comida estragada, passada do ponto.

Dorival Caymmi (1914-2008) descreve em versos e música as particularidades de sua personagem Gabriela. Retrata, sabiamente, a inocência desatinada da protagonista e sinaliza o próprio tom da narrativa iniciada por Jorge Amado (1975). A polissemia e a liberdade do uso de palavras favorecem seu estilo narrativo. Transpor tal liberdade para a fotografia é inspirador, quando se interpreta as características da moça que não se importa em ser assim.

Quando eu vim para esse mundo
Eu não atinava em nada
Hoje eu sou Gabriela
Gabriela é meus camaradas
Eu nasci assim eu cresci assim e sou mesmo sim
Vou ser sempre assim Gabriela, sempre Gabriela
Quem me batizou quem me nomeou
Pouco me importou é assim que eu sou
Gabriela sempre Gabriela
Quando eu vim para esse mundo
Eu não atinava em nada
Hoje eu sou Gabriela
Gabriela é meus camaradas
Eu nasci assim eu cresci assim e sou mesmo sim
Vou ser sempre assim Gabriela, sempre Gabriela
Quem me batizou quem me nomeou
Pouco me importou é assim que eu sou
Gabriela sempre Gabriela
Gabriela sempre Gabriela
Eu nasci assim eu cresci assim e sou mesmo sim
Vou ser sempre assim Gabriela, sempre Gabriela
Eu sou sempre igual não desejo o mal
Amo o natural etc e tal (CAYMMI, 1975)

Gabriela é uma figura feminina de múltiplas possibilidades fotográficas. Da força retirante à mulher sensual brejeira, traz elementos bem característicos de cor, construção de personagem e narrativa referenciada no cinema, na televisão e na literatura. Cabe ao fotógrafo buscar, nas entrelinhas destas representações, os signos para construir sua própria

“Gabriela”.

A cultura e o treino do olhar estão diretamente ligados à vivência do artista e à percepção do momento. Berger (2017, p. 39) diz que uma fotografia, ao registrar o que foi visto, sempre e por sua natureza, se refere ao que não é visto: “O verdadeiro conteúdo de uma fotografia é invisível”. O invisível tende a habitar o universo cultural de cada fotógrafo e se funde nos relacionamentos construídos antes e durante o encontro fotográfico.

Busca-se referência na Gabriela de Jorge Amado (1975), de Dorival Caymmi (1975), de Bruno Barreto (2012) e se potencializa na experiência de cada artista com questões como sensualidade e a relação com o feminino. Reflete-se que o artista pode se sentir atraído pelo tema, pelo desejo de fotografá-lo, mas o tom que cada um escolhe para sua narrativa tem uma ligação com o invisível e suas relações.

Para Berger (2017, p. 40): “A fotografia é eficaz quando [...] revela tanto o que está ausente quanto o que está presente”. E continua: “O quantum de verdade da foto pode estar em um detalhe, em uma expressão, em uma composição, em uma ambiguidade visual. [...] essa verdade nunca pode ser independente do espectador” (BERGER, 2017, p. 40). A verdade da “Gabriela” que diferencia os vários participantes do encontro fotográfico está no visível e no invisível e vai além da vontade do artista em registrar o tema.

ENCONTRO FOTOGRÁFICO: TARANTINO

Em 2014, um galpão abandonado é alugado e sete modelos elegantemente vestidos de preto caminham diante do grupo de fotógrafos para a cena final do encontro fotográfico do dia. Os modelos portam armas cenográficas e se amontoam em frente a uma estilosa moto *Harley Davidson*. Ao fundo, percebe-se fumaça artificial sob o comando de voz deste autor para o movimento dos modelos.

A cena montada e repetida diversas vezes dava chance aos fotógrafos de escolherem os próprios ângulos, técnicas, cortes, erros e acertos. A inspiração parte do múltiplo talentoso Quentin Tarantino e o *moodboard* é cinema, rapidez, violência e moda. As referências visuais partem da filmografia do próprio diretor em *Cães de Aluguel* (1992), *Pulp Fiction* (1994), *Jackie Brown* (1997) e *Kill Bill* (2003-2004).

Também está inclusa a estética feral do fotógrafo norte-americano Steven Klein, em especial a colaboração editorial de moda desenvolvida para a *W Magazine* entre os anos de 2003 e 2014. São marcantes a compreensão de luz e a direção de cena desenvolvidas no projeto-filme-manifesto *Secret Project Revolution*, de 2013. Um videoclipe onde o artista, em conjunto ao diretor criativo ítalo-brasileiro Giovanni Bianco e a cantora pop norte-americana Madonna, compõe uma narrativa visual crítica sobre temas como processo político,

igualdade de gênero, racismo e liberdade de expressão.

A construção narrativa de Tarantino não é linear e nem facilmente explicativa. O espectador é convidado a compreender as razões das personagens para cometer atos violentos e a rapidez das cenas e ângulos inusitados trazem o olhar para dentro da cena, em um jogo de foco e desfoque, banhado de sangue e diálogos elaborados, alguns até *nonsense*. A normalização da morte no discurso tarantinesco aparece também na narrativa de Steven Klein.

Assim como ocorre em outros encontros fotográficos, a montagem da cena começa antes do disparo do obturador. Este autor abastece os participantes com referências de fotografia, moda, atitude e construção de personagem, mas estimulam-se também a criatividade e a rapidez de associação mental para fotografar a cena.

Muito além de objetivos didáticos, os encontros fotográficos elevam o gosto dos participantes pela narrativa editorial fotográfica. A experiência leva a uma elaboração da técnica e à construção de portfólio. Alguns artistas saem da prática com narrativas prontas para serem publicadas nos veículos de moda.

Foto 1 - Encontros fotográficos.



Fonte: (Arquivo pessoal, São Paulo, 2013).

Foto 2 - Encontros fotográficos.



Fonte: (Arquivo pessoal, Rio de Janeiro, 2013).

Foto 3 - Encontros fotográficos.



Fonte: (Arquivo pessoal, Rio de Janeiro, 2013).

Foto 4 - Encontros fotográficos.



Fonte: (Arquivo pessoal, Rio de Janeiro, 2013).

VIAGENS FOTOGRÁFICAS

Quando o participante do encontro fotográfico busca maior entendimento sobre os múltiplos usos da experiência em seu portfólio, vivencia a contemporaneidade da obra. Assim como a arte contemporânea deixa o museu em busca de um diálogo maior com o espectador, a narrativa fotográfica, quando rompe as paredes invisíveis das páginas de revista, evidencia a liberdade criativa e a fotografia se aproxima da alma genuína da vivência do artista. O fotógrafo-artista contemporâneo experimenta, por meio das relações construídas na coletividade, maior entendimento de sua própria narrativa fotográfica.

Em 2014 e 2015, o autor convida um grupo de fotógrafos para realizar viagens fotográficas, sendo uma delas para Milão, na Itália, e outra para Londres, na Inglaterra. Os fotógrafos vivenciam *in situ* as práticas de errância e são convidados a usarem tais práticas em suas narrativas fotográficas de moda. O programa inclui visitas técnicas, de museus a agências de modelos. Deriva-se na cidade e inspira-se naquilo que a urbe e o *modus vivendi* do cidadão local oferecem. O propósito da viagem fotográfica é preparar o fotógrafo para a naturalidade da direção de cena, com base na vivência e nas relações construídas, além

de melhorar o portfólio por meio das experiências vivenciadas.

Em meio à monumental *Galeria Vittorio Emanuele II*, entre a *Piazza del Duomo* e a *Piazza della Scala*, a cena habitual é formada por uma infinidade de turistas, munidos de câmeras fotográficas e smartphones de todos os tipos e formatos, que se confundem com o frenesi natural da cidade. Em junho de 1859, os austríacos saíram derrotados de Milão e a prefeitura decidiu redesenhar o cenário do centro e celebrar a vitória. No ano seguinte, por meio de um concurso público, o arquiteto Giuseppe Mengoni (1829-1877) se encarrega de construir um espaço que não fosse apenas um corredor de conexão entre duas importantes praças. A suntuosa galeria, também conhecida como “*Il Salotto di Milano*”, foi construída entre 1865 e 1887 e é formada por dois arcos perpendiculares, cobertos por uma abóbada de vidro e ferro. Impressiona por sua grandiosidade e beleza.

Este autor, *in situ*, analisa meticulosamente as condições do espaço público, o movimento e a complexidade técnica. Observa-se a insegurança dos fotógrafos e o incômodo de dividir a cena fotográfica com dezenas de turistas efervescentes. A situação apresentada é caótica, em termos técnicos, de absoluto descontrole criativo, e a impossibilidade de despoluir a cena mais parece didática, no sentido de buscar soluções. É possível adequar a lente da câmera e desfocar o fundo, mas, ainda assim, o fundo estará lá, invadindo a cena, guerreando com o elemento principal do editorial de moda.

A inspiração é fotografar o caos e provocar mais descontrole, como “pipoca na pipoqueira”, convidando o artista a buscar uma alternativa dentro daquilo que lhe foi apresentado. Como defende Bourriaud (2009a, p. 18), as obras “[...] procuram constituir modos de existência ou modelos de ação dentro da realidade existente, qualquer que seja a escala escolhida pelo artista”. O fotógrafo, poeticamente, é convidado a fechar os olhos se quiser enxergar. Sentir a vibração da cidade e seguir sua própria intuição é, também, uma forma de fotografar a cena.

Um casal de modelos é posicionado estrategicamente no meio da galeria, próximo a um grupo de turistas. Não é permitido pedir espaço e, sim, inserir a atmosfera na cena. A modelo, loira, alta, porta um vestido de noiva curto, confeccionado com pedrarias e plumas. O modelo, contrapondo a beleza monárquica da parceira de cena, apresenta-se despojado: veste bermudas em alfaiataria, blazer, gravata borboleta e tênis. A beleza masculina é destacada pelos cabelos longos desalinhados, uma referência visual roqueira. Uma vez que a cena é montada, bastam os primeiros cliques vindo das câmeras profissionais dos fotógrafos para perceber o olhar curioso da massa de turistas. Em poucos minutos do início do editorial de moda é impossível discernir o que é fotógrafo e o que é público, tamanho é o mimetismo do bloco em meio a turistas e transeuntes.

O *gran finale* da cena é rápido, orquestrado pelo autor, de forma repentina e apoteótica. Por meio de sinais e olhares, subitamente os fotógrafos mudam de lugar e se posicio-

nam atrás dos modelos, que rapidamente giram, ora de frente para os turistas, ora de frente para os fotógrafos. A cena é mesclada entre o movimento dos fotógrafos, dos modelos e do público, e concretiza um tipo de balé fotográfico, onde o público se difunde e se confunde com a cena, ora como plateia, ora como cenário. Poeticamente é possível incluir música na cena e sentir a batuta do maestro Zubin Mehta regendo o ritmo da orquestra da ópera do *Teatro alla Scala* ao fundo.

Para David Duchemin (2017, p. 46), “não se aprende a enxergar abrindo os olhos, mas a mente”. A cena caótica da massa turística jamais se transformaria em ópera se os fotógrafos não encontrassem, na coletividade e na participação do outro, os elementos necessários para reger a orquestra. Seja no balé ou na ópera, a qualidade está na harmonia dos elementos. O novo olhar se constrói a partir da participação do espectador, que é também coautor da narrativa. Em um sentido fotográfico, torna-se necessário sentir a cena e aprender a enxergar novas abordagens, para exercer a arte na narrativa fotográfica.

O fotógrafo tem uma intenção disfarçada de cumprir a encomenda da pauta. Diante do descontrole, encontra no espectador o tom de harmonia para reger a orquestra. O artista não prevê e nem controla completamente a cena, mas o exercício prático de caos inicial leva-o a entrar em contato com soluções rápidas de adequação. Observa-se na narrativa fotográfica a mobilidade descrita por Umberto Eco (1991, p. 51): “[...] objetos artísticos que trazem em si mesmos como que uma mobilidade, uma capacidade de reproduzir-se caleidoscopicamente aos olhos do fruidor como eternamente novos”.

Foto 5 - Viagens fotográficas.



Fonte: (Arquivo pessoal, Milão, 2014).

Voltando ao exemplo da cena orquestrada na *Galeria Vittorio Emanuele II*, observa-se que o editorial de moda dos noivos se potencializa enquanto obra em movimento. Uma nova narrativa se constrói a cada instante, seja pelo olhar dos artistas, seja pelo movimento sem controle da cena. O descontrole do momento torna-se a beleza que dá o tom da narrativa fotográfica.

Katia Canton (2009, p. 37) diz que: “No momento em que se perde a confiança no excesso de imagens que varre o mundo, contar histórias se transforma em um jeito de se aproximar do outro e, na troca entre ambos, de gerar sentido em si e nesse outro”. Com isso, a fotografia calcada na experiência e no escambo das relações compartilhadas aproxima o artista de sua obra.

A MELANGE WOLFENSON

Por meio de encontros virtuais realizados com o fotógrafo de moda Bob Wolfenson, entre junho e julho de 2021, investiga-se o quanto da narrativa fotográfica, encomendada por um veículo ou cliente, permite-se à influência da experiência compartilhada durante o processo criativo de um editorial de moda.

Os encontros se enquadram em um tipo de pesquisa participante que, segundo Thiollent (1986, p. 7 apud CARVALHO; DUARTE; MENEZES; SOUZA, 2019, p. 46), “[...] valoriza não somente a participação direta dos sujeitos (numa clara oposição aos métodos mais objetivos e científicos em seu modo mais tradicional), mas privilegia aquilo que eles produzem em seus discursos”. Dessa forma, os encontros fundamentam-se no diálogo cultural e no fazer compartilhado, o que credibiliza as ideias investigadas no artigo.

Segundo Wolfenson (2021), no final dos anos 1990, o artista se reunia com o editor e definia as referências, que eram comunicadas à equipe. E, depois dos anos 2000, com a valorização de outros profissionais no *set* fotográfico, o *moodboard* dissipa a função de orientação e, por vezes, se confunde, visto que coleta várias ideias e algumas delas não dialogam entre si. O artista ainda confessa que sempre busca uma forma de fazer o editorial a sua maneira. Seu método trabalha com elementos da realidade e promove descontrole, mesmo quando fotografa em estúdio, para que haja ruído, algo insólito, que saia daquela mesmice da modelo em fundo branco, parada, mostrando a roupa.

Para o artista, além do peso da responsabilidade de entregar a encomenda, a cena está em seu radar. O fotógrafo-artista cava a sua liberdade narrativa, mesmo diante da

pressão de uma encomenda. O processo criativo se torna mais complexo diante do compartilhamento de ideias no *set* fotográfico. E isso também inclui o processo de pós-edição, visto que tanto o diretor criativo quanto o *stylist* opinam bastante no decorrer do trabalho, que, por vezes, é muito pessoal para o artista. O fotógrafo enxerga o processo desde a inspiração até a edição das imagens. É válido compreender o quanto a equipe enxerga a mesma linha criativa e se a interferência na relação é algo agregador ao processo ou se conflitua com o objetivo inicial do trabalho.

Para Wolfenson (2021), até o final da década de 1990, o processo criativo de uma pauta editorial era autocrático. O fotógrafo, enquanto autoridade no *set* fotográfico, mantinha o poder de decisão mais ditatorial: “era isso e acabou”. A contemporaneidade convida a uma mescla de relações que se misturam no fazer fotográfico. Se, por um lado, o profissional recebe boas ideias nascidas do compartilhamento de propostas, por outro lado, o conjunto de várias opiniões exige do artista uma inteligência seletiva em compreender o quanto do processo criativo tende a se dissipar do projeto inicial.

O fato é que, segundo Wolfenson (2021), a imagem cria uma série de interpretações. O fotógrafo vê uma cena, fotografa, joga para o mundo e a obra diz “tchau”. Ela não é mais sua e o espectador interpreta-a como quiser. Obviamente, o nexos que o artista estabelece é um, mas o espectador cria seu próprio nexos ao realizar a leitura da fotografia. A ressonância, mesmo que na contramão do que originalmente foi pensado pelo artista, faz com que a imagem ganhe um sentido maior. Assim como Marcel Duchamp (1975, p. 74) defende: “O ato criador toma outro aspecto quando o espectador experimenta o fenômeno da transmutação; [...] o papel do público é o de determinar qual o peso da obra de arte na balança estética”.

Convidar a cidade a participar da cena fotográfica também é uma maneira de compartilhar ideias. Quando o artista integra o movimento da cidade, organicamente e intuitivamente, experimenta a fruição da encomenda com o instante. O espírito errante de Bob Wolfenson é perceptível em vários de seus trabalhos. Para ele, o fotógrafo precisa se conectar com o local e criar cadência na narrativa fotográfica.

Se, por um lado, o errante se perde na cidade, é na errância que a narrativa encontra seu próprio movimento. Nicolas Bourriaud (2011, p. 97) alerta que o errante não demora a esbarrar, como inseto na vidraça, nesses territórios em que o espaço público (partilhado) se reduz mais e mais a cada dia que passa. É válido compreender que Wolfenson, em 1996, quando revolucionou a revista *Playboy* com um ensaio da atriz Maitê Proença na Itália, não esbarrou na Sicília mas, sim, viveu naquela vila italiana, mesmo que por um breve momento. Experimentou o espaço público, compartilhou a cultura local e construiu sua própria narrativa do lugar com as 24 páginas do editorial realizado.

Entende-se que não basta captar a cidade, mas, sim, vivenciá-la, para se criar o movimento da narrativa. Se compartilhar vem de partilhar, entende-se que a troca é recíproca.

A cidade vivenciada pela errância do artista torna-se viva e dinâmica por meio de sua obra. A inteligência coletiva é transmitida por toda parte e coloca em movimento o pensamento da sociedade.

Pensamos, é claro, com ideias, línguas, tecnologias cognitivas recebidas de uma comunidade. Mas a inteligência culturalmente constituída não é mais fixa ou programada como a do cupinzeiro ou a da colmeia. Por meio de transmissão, invenção e esquecimento, o patrimônio comum passa pela responsabilidade de cada um (LÉVY, 2003, p. 31).

Em consonância ao pensamento de Lévy (2003, p. 31), o compartilhamento do conhecimento difunde mais conhecimento. Observar a cidade, as pessoas, a cultura, completa o artista no momento da inspiração e também do fazer fotográfico. É de se pensar que a inteligência coletiva habita no *set* fotográfico e o mesmo traz a rua, a cultura e a vivência do artista.

Quando o autor questiona Wolfenson (2021) sobre a escolha técnica de uma imagem da modelo com o fundo desfocado, o artista retorna a sua memória fotográfica ao bairro onde nasceu – Bom Retiro, região central e essencialmente comercial de São Paulo. Na frente de seu apartamento de infância e início da adolescência, seu horizonte é interrompido por uma paisagem de prédios e fios elétricos. Destaca a memória do transformador, estrategicamente posicionado à altura da janela de seu quarto. Relembra que a própria palavra “transformador” tem um simbolismo: transforma a dor e alimenta esta vontade de querer ver além do horizonte.

No texto escrito para o lançamento de seu website, em 2010, o fotógrafo nomeia o transformador como o objeto que se interpõe, entre si e o assunto da foto, o objeto de seu interesse. Faz da experiência compartilhada um estilo, quando traz para a cena fotográfica a simbiose com a cidade. Percebe-se que a cena se confunde com a cidade quando se dificulta, por meio de técnica fotográfica, a separação do elemento principal (a modelo) com o fundo (a cidade).

Nas palavras do fotógrafo (WOLFENSON, 2021), a imagem da modelo “se amassa” com o entorno. É intencional o recurso de amassamento: mais do que um estilo, é um retorno à origem amassada do bairro do Bom Retiro. Arrisca-se, ainda, a refletir que exista neste estilo o desejo latente de conquista e errância. Novamente, Nicolas Bourriaud (2011, p. 114) endossa tal prática: “O artista tornou-se o protótipo do viajante contemporâneo, o *Homo viator*, cuja passagem através dos signos e formatos remete a uma experiência contemporânea da mobilidade, do deslocamento, da travessia”. Wolfenson leva consigo suas origens e motivações e faz de sua própria travessia o seu estilo. Diz não ser algo feito deliberadamente: é o seu jeito de ver as coisas.

Nicolas Bourriaud (2011, p. 54-55) chama de radicante o sujeito nômade que coleta

signos dentro da paisagem cultural. A montagem da narrativa parte da vivência do artista, de sua origem, e o transforma em locatário, habitante de estruturas existentes. “Os artistas radicantes seriam, portanto, “inventores de percursos”, nômades que, amalhando signos, constituiriam novas “paisagens culturais”” (BOURRIAUD, 2009, p. 34 *apud* FABBRINI, 2016, p. 5).

O fotógrafo-artista contemporâneo é inspirado pelos elementos da coletividade – que se fundem ao seu próprio repertório –, com seu modo de olhar, com o talento, com a modelo que está fotografando, com os desejos dos que estão em volta. Na fotografia de moda, os envolvidos estão realizando o seu ego – não no sentido pejorativo da palavra, mas no sentido do seu “eu”: o cabeleireiro e o maquiador estão se expressando, o *stylist* está se expressando, a revista, o fotógrafo, a modelo. Há vários desejos pairando sobre o *set* fotográfico, que vão se acondicionando um ao outro e se realizando. Não em sua totalidade, mas é a partir dessa *mélange*, essa mistura de todos os desejos, que se configura a imagem final. Fontcuberta (2014), em seu manifesto pós-fotográfico, sustenta que, na experiência da arte, as práticas de criação habitam-se à desapropriação. Uma referência clara de que compartilhar é melhor do que possuir.

No texto de apresentação da exposição *Fashion Stories*, Wolfenson (2016) diz que não acredita em fotografias de moda sem uma encomenda por trás. É na tensão entre as injunções do pedido e as realizações das ideias de todos os envolvidos que a magia acontece. A magia encontra terreno fértil no controle e também no descontrole, defende o artista. O controle está na encomenda, na pauta e na escolha da locação, da equipe, dos modelos; e o descontrole transita no entorno dos mesmos elementos. A magia ocorre em ambas as esferas e cabe ao artista encontrar sabedoria para enxergar onde a coletividade potencializa o momento.

Buscar a singularidade do artista na narrativa fotográfica da vivência, da experiência e da coletividade é um aprendizado contínuo. O artista, inspirado pelo entorno, usa o controle da encomenda e o descontrole da coletividade para costurar a sua própria colcha de retalhos de referências e inspirações. Assim como o *Parangolé* da obra de Hélio Oiticica (VALENTIN, 2020, p. 68) precisa do movimento dos passistas da Mangueira para existir como obra de arte, o fotógrafo-artista contemporâneo necessita dominar a técnica, saber usar o controle e compreender que o descontrole é aliado. O instante fotográfico é controle, mas também se materializa no oposto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível notar que os fotógrafos, habitualmente condicionados a seguir uma en-

comenda ou pauta com temas específicos, quando desafiados a criar de forma compartilhada sentem-se ameaçados em sua singularidade. Constatou-se que, para alguns artistas, a proposta pareceu intimidadora.

Ao analisar a experiência dos encontros fotográficos, buscou-se respostas para a hipótese formulada. Investigou-se a disposição do artista em compartilhar sua narrativa fotográfica e perceber o quanto da ideia original pode ser potencializado por meio das inteligências coletivas. Para que seja possível uma troca é necessária a predisposição do artista em compartilhar sua obra. A abertura da narrativa ao outro, mais do que um desprendimento por parte do artista, se dá no desejo e na coragem de deixar o que está dentro sair. A permissão é a premissa da escolha por fazer parte da troca e de criar o teor de transitividade.

Foi possível e necessário compreender que não se pode encurtar o diálogo entre o artista e o espectador sem aferir uma infinidade de outras negociações, que ocorrem durante o processo criativo. Além da responsabilidade da entrega da encomenda, o artista negocia com o seu próprio reflexo, a forma como ele enxerga a sua narrativa. Paradoxalmente, é preciso encontrar o tom da narrativa com outros profissionais criativos antes de pleitear uma interação com o espectador.

A narrativa fotográfica com potencial compartilhado é fundamentada na reciprocidade e tem como cerne o “estar junto”. A elaboração coletiva do sentido passa pelo binômio da troca, onde alguém mostra algo a alguém, que lhe devolve a sua maneira, como defendido por Nicolas Bourriaud (2009a) em *Estética Relacional*.

Visto que uma das potencialidades da imagem é seu sentimento de ligação, a relação de troca evoluiu com o ingresso destas outras negociações presentes na inteligência coletiva. Com isso, observou-se que a experiência passou a ser uma miríade de possibilidades, ao incluir os outros profissionais e a própria cidade como coautoria da narrativa fotográfica. Deduziu-se que, com o surgimento das inteligências coletivas, o fotógrafo precisa encontrar novos meios de manter sua singularidade e seu potencial comunicativo. A potencialidade da narrativa fotográfica passa pelos encontros e também pelos desencontros, tendo no espectador o conforto da narrativa.

Ao se perguntar “De que maneira os artistas encontraram a sua própria singularidade na experiência fotográfica compartilhada?”, foi possível notar que os profissionais de fotografia são resistentes à temática de como as práticas artísticas podem encontrar um terreno fértil em novas abordagens e experimentações.

Se, por um lado, os fotógrafos de moda mais experientes reclamam pela autoria de suas obras quando se veem diante da necessidade do “criar compartilhado”, por outro, os fotógrafos mais novos se perdem em suas narrativas, quando presos a encomendas e regras técnicas de fotografia.

A metodologia mostrou que uma narrativa fotográfica de moda, amparada pela sensibilidade coletiva, tornou-se um convite ao espectador, de coautoria da obra. O

artista que experimentou essa abertura mostrou-se mais criativo e permissivo em complementar a sua obra com o ensejo da participação de outros profissionais e do próprio espectador.

A disponibilidade do fotógrafo Bob Wolfenson (2021) permitiu que os aspectos teóricos levantados no artigo se reverberassem nos aspectos práticos. Os encontros com o artista perscrutaram o objeto de estudo e esclareceram a hipótese levantada.

Além da naturalidade da percepção de como o artista lida com o tema proposto, o exercício prático objetivado durante os encontros fotográficos assume que o olhar é ensinado e, também, aprendido. Nesta abordagem, é possível observar que o desenvolvimento do olhar singular do participante passa pela dimensão do outro, do intercâmbio social, da interferência do meio, bem como das situações de aprendizagem que se efetivam durante o fazer fotográfico prático.

Seguindo a linha de pensamento de Bakhtin (1986), quando diz que os signos não apenas refletem a realidade, mas a refratam, acredita-se que os encontros fotográficos refratem a realidade do participante, quando sugerem que é possível encontrar a singularidade do artista na experiência compartilhada. Etimologicamente, refração é a mudança da direção de uma onda de um meio para outro meio. Originário do latim *Refractio*, significa quebra, mudança de onda.

Durante o processo, inspirado no coletivo, permitiu-se que o olhar do artista fosse refratado, encontrando no compartilhamento de ideias uma forma de fazer a direção de cena fluir. Se, antes, acreditava-se que o fotógrafo de moda era o único maestro capaz de reger a orquestra durante uma narrativa fotográfica de moda, com os conceitos relacionais aplicados à prática foi possível perceber que os conflitos de poder dentro do *set* fotográfico potencializam a narrativa. A questão não era mais como interpretar a encomenda e, sim, o quanto da pauta, tema, estaria no outro².

REFERÊNCIAS

AMADO, Jorge. **Gabriela, Cravo e Canela**. 51 ed. Rio de Janeiro: Record; São Paulo: Martins Fontes, 1975. 358 p.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1986. 196 p.

BAPTISTA, Mauro. **O cinema de Quentin Tarantino**. 2 ed. São Paulo: Papirus, 2010. 144 p.

² Clarice Dall'Agnol, Bacharel em Direito pela PUC-RS e Licenciada em Letras e Literatura pela PUC-SP; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2601802416711078>; e-mail clariceddallagnol@gmail.com

BATCHEN, Geoffrey. Snapshots: Art history and the ethnographic turn. **Photographies**. Londres, v. 1, n. 2, p. 121-142, set. 2008. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/17540760802284398>>. Acesso em: 5 ago. 2021.

BECKER, Howard Saul. **Mundos da Arte**. Lisboa: Livros Horizonte, 2010. 328 p.

BERGER, John. **Para entender uma fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2017. 1 ed. 264 p.

BISHOP, Claire. **Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship**. Nova Iorque: Verso, 2012. 382 p.

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética Relacional**. Tradução: Denise Bottmann. São Paulo: Martins Fontes, 2009a. 149 p.

BOURRIAUD, Nicolas. **Pós-produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo**. Tradução: Denise Bottmann. São Paulo: Martins Fontes, 2009b. 110 p.

BOURRIAUD, Nicolas. **Radicante: por uma estética da globalização**. Tradução: Dorothée de Bruchard. 1 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011. 196 p.

CANTON, Katia. **Narrativas Enviadas**. 1 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009. 57 p.

DUCHAMP, Marcel. O Ato Criador. *In*: BATTCKOK, Gregory (Org.). **A nova arte**. São Paulo: Perspectiva, 1975. p. 71-74.

DUCHEMIN, David. **A Alma da Fotografia: o fotógrafo como artista criador**. Tradução: Wendy Campos. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. 288 p.

ECO, Umberto. **Obra Aberta: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas**. 8 ed. São Paulo: Perspectiva, 1991. 284 p.

ESTRELA: Maitê Proença. **Revista Playboy**. São Paulo, [s. v.], n. 253, p. 74-97, ago., 1996.

EXPERIÊNCIA. *In*: Léxico. Dicionário de Português Online. Porto: 7Graus, 2018. Disponível em: <<https://www.lexico.pt/sobre.html>>. Acesso em: 30 dez. 2021.

FABBRINI, Ricardo Nascimento. Estética e transgressão: da arte radical à arte radicante. **Artelogie**. Paris, v. 8, [s.n.], p. 1-20, jan., 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.4000/artelogie.593>>. Acesso em: 15 mai. 2020.

FONTCUBERTA, Joan. **O beijo de Judas - Fotografia e Verdade**. 1 ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2010. 132 p.

FONTCUBERTA, Joan. Por um manifesto pós-fotográfico. Tradução: Gabriel Pereira. **Revista Studium**. Campinas, v. 36, [s. n.], p. 118-130, jul., 2014. Disponível em: <<https://www.studium.iar.unicamp.br/36/7/index.html>>. Acesso em: 17 jul. 2021.

JABOR, Arnaldo. **Bob Wolfenson**. Folha de São Paulo, 1996. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/3/03/revista_da_folha/6.html>. Acesso em: 15 jun. 2021.

KESTER, Grant H. **Conversation pieces**: community and communication in modern art. Berkeley: University of California Press, 2004. 253 p.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 4 ed. São Paulo: Loyola, 2003. 212 p.

STOTT, Tom. Uma entrevista com Grant H. Kester. **Revista Poiésis**. Niterói, v. 15, n. 23, p. 75-84, 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.22409/poiesis.1523.75-84>>. Acesso em: 5 ago. 2021.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 2 ed. São Paulo: Cortez; Autores Associados, 1986. 109 p.

VALENTIN, Andreas. Hélio Oiticica, do samba ao rock: um relato pessoal. **Concinnitas** - Revista do Instituto de Artes da UERJ. Rio de Janeiro, v. 21, n. 38, p. 48-71, mai. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.12957/concinnitas.2020.53756>>. Acesso em: 5 ago. 2021.

WOLFENSON, Bob. Entrevista concedida a Vanilson Luis de Melo Coimbra. São Paulo, 7 jun./25 jun./13 jul. 2021.

WOLFENSON, Bob. **Fashion Stories**. Bob Wolfenson, 2016. Disponível em: <<https://www.bobwolfenson.com.br/fashion-stories-1>>. Acesso em: 7 jul. 2021.

WOLFENSON, Bob. **Jardim da Luz**. Bob Wolfenson, 1996. Disponível em: <<https://www.bobwolfenson.com.br/jardim-da-luz>>. Acesso em: 5 ago. 2021.

Data de submissão: 30/04/2021

Data de aceite: 04/11/2021

Data de publicação: 28/01/2022





Aberturas Transversais

**GREENWASHING E O MITO DA SUSTENTABILIDADE NA MODA:
ALIENAÇÃO E FETICHISMO DA MERCADORIA**

***Greenwashing and the mith of sustainability in fashion: alienation
and commodity fetishism***

Greenwashing y el mito de la sostenibilidad em la moda: alienación y el fetichismo de la mercancía

Luciana P. Benetti¹

M. Sílvia Barros de Held²

1 Luciana P. Benetti. Doutoranda em Economia Política Mundial pela Universidade Federal do ABC, Mestra em Têxtil e Moda pela Universidade de São Paulo, pós-graduada em Cenografia e Figurinos pela Belas Artes, graduada em Moda pela Universidade Feevale. É idealizadora da Mar Sustentabilidade e professora do Programa de Pós-graduação em Moda da Faculdade Unyleya. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5446352404974344>; Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2397-9392>; e-mail: lucianabenetti@usp.br

2 Doutora e Mestra em Artes pela Universidade de São Paulo, graduada em Artes e em Publicidade / Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas, atualmente é Professora efetiva da Universidade de São Paulo, na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH-USP) no Curso de Têxtil e Moda. Também é professora visitante da Universidade de Lisboa (Portugal), do Instituto Politécnico de Castelo Branco (Portugal) e pesquisadora do Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design (CIAUD) da Universidade de Lisboa (Portugal), onde desenvolveu o seu Pós-Doutorado em 2016. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5645756396955777>, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4373-4955>, e-mail: silviaheld@usp.br.

RESUMO

O mito da sustentabilidade, juntamente com o *greenwashing*, são ferramentas de alienação utilizadas pelo mercado com o intuito de desviar a atenção dos problemas ambientais provocados pelo modo de produção capitalista. A abordagem do tema no presente artigo revela as contradições inerentes à forma socioeconômica vigente, especialmente no que tange ao espectro da moda, através da articulação dos conceitos de fetichismo da mercadoria, alienação, valor de uso e ruptura metabólica. Como objetivo, busca-se a intersecção dos discursos em torno da sustentabilidade na moda através de uma abordagem sociopolítica por meio de revisão bibliográfica de especialistas que auxiliem na desmistificação do modo de produção capitalista. Busca-se, portanto, demonstrar a insuficiência e as contradições das narrativas efetuadas pelo mercado da moda, e o sistema capitalista em geral, identificando também práticas de *greenwashing*, além da utilização do mito da sustentabilidade como instrumento de validação de práticas predatórias do sistema, tanto no que tange ao meio ambiente quanto à sociedade.

Palavras-chaves: *Greenwashing*; Mito da sustentabilidade; Fetichismo da mercadoria.

Abstract

The sustainability myth, along with greenwashing, are alienation tools used by the market in order to divert attention from the problems caused by the capitalist mode of production. The approach of the theme in this article reveals the contradictions inherent to the current socioeconomic form, especially in reference of the fashion spectrum, through the articulation of the concepts of commodity fetishism, alienation, use value and metabolic rift. As objective, is sought the intersection of discourses around sustainability in fashion through a socio-political approach in bibliographic review of theoretical specialists that help to demystify the capitalist mode of production. As result of the research, it is possible to demonstrate the insufficiency and contradictions of the narratives carried out by the fashion market, and the capitalist system in general, also identifying greenwashing practices in addition to the use of the sustainability myth as an instrument for validating predatory practices of capitalism as well in reference of the environment as the society.

Keywords: *greenwashing*; *sustainability myth*; *commodity fetishism*.

Resumen

El mito de la sostenibilidad, junto con el *greenwashing*, son herramientas de alienación utilizadas por el mercado para desviar la atención de los problemas provocados por el modo de producción capitalista. El abordaje del tema en este artículo revela las contradicciones inherentes a la forma socioeconómica actual, especialmente en em referencia al espectro de la moda, a través de la articulación de los conceptos de fetichismo de la mercancía, alienación, valor de uso y fractura metabólica. Como objetivo, se busca la intersección de los discursos en torno de la sostenibilidad en la moda a través de un enfoque sociopolítico en revisión bibliográfica de especialistas teóricos que ayuden a desmitificar el modo de

producción capitalista. Como resultado de la investigación, es posible demostrar la insuficiencia y contradicciones de las narrativas hechas por el mercado de la moda, y el sistema capitalista en general, identificando también prácticas de greenwashing además del uso del mito de la sustentabilidad como instrumento de validación de las prácticas depredadoras del capitalismo, tanto en lo que respecta al medio ambiente como a la sociedad.

Palabras clave: *greenwashing; mito de la sostenibilidad; fetichismo de la mercancía.*

1 INTRODUÇÃO

O sistema capitalista tende à apropriação de movimentos e estratégias, muitas vezes desenvolvidos em contextos alternativos, transformando-os em produtos para atender o que chama de “novos nichos de mercado”. O *greenwashing*, o banho verde, em uma tradução literal do inglês, vem ganhando espaço especialmente no mercado da moda, em que diversas marcas reproduzem um discurso relacionado à sua gestão ambiental que diverge de suas práticas ou políticas internas. O mito da sustentabilidade, juntamente com o *greenwashing*, são ferramentas de alienação utilizadas pelo mercado com o intuito de desviar a atenção dos problemas centrais provocados pelo capitalismo e suas possíveis soluções.

Desta forma, a abordagem do tema sustentabilidade na moda deve ser feita em uma perspectiva crítica, propondo uma verdadeira mudança a partir de uma práxis antimercadológica, ou seja, que não se aproprie do tema convertendo-o em “um grande negócio”, superando a lógica do valor. É preciso se opor ao pensamento liberal-capitalista, que, além de tratar a ruptura metabólica entre sociedade e natureza como uma relação de exploração, trata a segunda como mercadoria reificada que pode ser explorada pela primeira até seu esgotamento com o único intuito de gerar mais-valor para acumulação.

O objetivo deste estudo é a intersecção dos discursos em torno da sustentabilidade na moda através de uma abordagem sociopolítica. O método utilizado é revisão bibliográfica de especialistas teóricas, como cientistas políticos e sociólogos, que auxiliem na desmistificação destas narrativas dentro do sistema capitalista.

A pesquisa é de grande relevância para se pensar a moda frente ao colapso climático já em curso e para a compreensão da sustentabilidade não como uma tendência a ser apropriada pelo mercado, mas como uma mudança de paradigma, como uma prática que transcenda o próprio sistema da moda aliada a uma mudança radical na sociedade.

Para tal, o presente artigo aborda, inicialmente, conceitos de outras áreas do conhecimento que são utilizados para construir o argumento, tais como valor de uso, fetiche da mercadoria e ruptura metabólica. É importante ressaltar que estes conceitos são abordados de forma introdutória, porém não sem o nível de aprofundamento necessário, a fim de torná-los mais acessíveis ao público não familiarizado e proveniente de outras áreas. Na sequência, esses conceitos são interseccionados com o *greenwashing* e o mito da sustentabilidade na moda a fim de desmistificar a narrativa mercadológica predominante. É preciso ressaltar que o intuito não é a abordagem conceitual da moda em seus desdobramentos subjetivos, comportamentais ou antropológicos. A moda é aqui analisada em relação ao mercado e sistema capitalista, como forma de expressão de valor, de acordo com categorias oriundas da crítica da economia política.

2 DESMISTIFICANDO O PENSAMENTO HEGEMÔNICO

O pensamento capitalista corresponde ao pensamento liberal-burguês, predominante desde a primeira Revolução Industrial. Essa forma social, herdada da sociedade feudal, estruturada através dos séculos, erigiu uma forma de pensar específica que hoje está tão incorporada na cultura da maioria das sociedades contemporâneas que é tomada como “normalidade”. Desta forma, diversas questões complexas tendem a desaparecer no interior dos processos, que deixam transparecer somente as partes desejadas (MARX, 2013). Em função disso, é preciso tecer um olhar crítico que seja capaz de trazer à tona o real funcionamento da sociedade, desmistificando seus processos omitidos pelo pensamento hegemônico.

O conjunto de ideologias que operam em meio ao capitalismo cumpre um papel importante de encaminhar a consciência teórica de explorados e oprimidos para longe da consciência prática, evitando a síntese que permitiria ação informada e entendimento alinhado com a realidade concreta (FERNANDES, 2020, p. 98).

O método desenvolvido por Marx a partir da crítica da dialética hegeliana, o materialismo histórico, “trata de levar o estudo da história à sua base econômica, e de deixar de vê-la como o simples desenvolvimento de princípios abstratos” (LÖWY et al, 2015, p. 87-86). Em outras palavras, trata-se de analisar a evolução histórica (não em um sentido positivista) como processos, em que cada momento histórico herda as condições materiais, portanto, econômicas, desenvolvidas pelo estágio anterior. O percurso da história não é tido como algo abstrato, mas como reflexo de determinantes econômicas que moldam as sociedades, criando, por exemplo, as classes sociais (NETTO, 2011). A partir dessa ideia, segundo Engels (1979, p. 22),

se concebe o mundo da natureza, da história e do espírito como um processo, isto é, como um mundo sujeito a constante mudança, transformações e desenvolvimento [...]. Encarada sob este aspecto, a história da humanidade já não se apresentava como um caos [...], mas, ao contrário, se apresentava como o desenvolvimento da própria humanidade, que incumbia ao pensamento a tarefa de seguir [...] até descobrir as leis internas, que regem tudo o que à primeira vista se pudesse apresentar como obra do acaso.

A sociedade capitalista europeia³ se desenvolveu pela separação do trabalhador de seus meios de produção através da “assim chamada acumulação primitiva” (MARX, 2013, p. 835). As terras, antes cultivadas de maneira comunitária, foram tomadas de camponeses através de um violento processo de cercamentos e passaram para as mãos da então emer-

³ É preciso destacar que o processo no continente americano se deu de forma distinta em função da colonização.

gente classe burguesa. Sem ter nenhum meio de subsistência, as massas camponesas foram obrigadas a migrar para as cidades e a vender o único bem que ainda possuíam: sua força de trabalho. O indivíduo se tornou “livre” dos meios de produção, não mais fazendo parte de uma comunidade que compartilhava o modo de subsistência, a terra, se tornando proprietário apenas de si mesmo. Passou a poder trocar sua força de trabalho pela própria subsistência, ingressando no mercado em troca de um salário. Ele já não produzia seu meio de subsistência, ao contrário, precisava ir ao mercado adquiri-lo. De uma sociedade baseada no *valor de uso*, passou a viver em uma sociedade baseada no *valor de troca* (MARX, 2013).

Naturalmente, é a dissolução de formações sociais pré-capitalistas (em particular do feudalismo europeu), que leva tanto a extensas expropriações de riqueza sob a forma não capitalista e sua reapropriação como capital. Também é a dissolução das condições materiais necessárias à reprodução das classes de produtores coagidos por laços de compulsão direta (servos e escravos), de um lado, e a limitação produtiva das economias fracionadas de trabalhadores livres (artesanato e pequena produção campesina), de outro, que explica o surgimento da classe de trabalhadores assalariados. Trabalhadores esses que, livres da coerção direta, mas “livres” também da propriedade dos meios de produção, aparecem em massa no mercado vendendo força de trabalho como mercadoria (SÁ BARRETO, 2018, p. 130).

As formas sociais que antecederam o capitalismo, possuíam a característica de serem baseadas na produção de valores de uso. Em outras palavras, o objetivo da produção humana era a satisfação das necessidades da sociedade, ocorrendo a troca ou a venda somente de eventuais excedentes. Os produtos, portanto, eram valorizados exclusivamente em função da sua utilidade, ou seja, pelo seu valor de uso. “É um traço distintivo do modo de produção capitalista que os produtos do trabalho humano tenham a natureza dialética de serem valores de uso [...] e valor; i.e. que assumam a forma de mercadoria” (SÁ BARRETO, 2018, p. 126). Desta forma, a produção deixa de ser voltada para a satisfação de necessidades e passa a ser voltada para a acumulação de riquezas.

Em princípio, não há um limite pré-estabelecido da quantidade de dinheiro que ele [o capitalista] pode obter na circulação. Quanto mais produz, mais pode vender e, por consequência, maior a amplitude de seu acesso à riqueza material. Sendo assim, existe já neste nível, o impulso à expansão da produção, originada nesta oportunidade de enriquecimento. A conclusão que se depreende daí é que a circulação generalizada de mercadorias é estruturada de uma forma tal que a riqueza produzida tende a crescer (SÁ BARRETO, 2018, p. 128-129).

O objetivo da produção capitalista é a acumulação infinita, não a criação de valores de uso. Ou seja, são produzidos valores de uso somente porque neles estão contidas a criação de valor excedente, que ocorre durante o processo de produção das mercadorias através da exploração do trabalho humano. A força de trabalho, a mercadoria do indivíduo

livre, é a única que pode ser comprada por um valor abaixo do que vale, sendo, portanto, a única mercadoria capaz de criar mais-valor. O valor contido nos meios de produção e matérias-primas é apenas transferido de forma equivalente para a nova mercadoria produzida (MARX, 2013).

[...] apesar da relação ser livre no sentido de que o empregador não é dono da pessoa e não pode vendê-la como mercadoria (nem forçá-la a trabalhar sem remuneração), sua força de trabalho é mercadoria e sua liberdade é limitada pela natureza opressora da estrutura capitalista: a trabalhadora se submete a trabalho determinado fora da própria autonomia, os frutos desse trabalho não lhe pertencem, e seu empregador acumula a partir do excedente do trabalho de todos os seus trabalhadores. O trabalho sob o capitalismo se torna *alienado*. A relação não é baseada na relação entre pessoas, mas pelo movimento das mercadorias que são produzidas e trocadas. A isso Marx se referia como “fetichismo da mercadoria” (FERNANDES, 2020, p. 76-77, grifo da autora).

Em outras palavras, a *troca de mercadorias* é a forma da *relação social entre os trabalhadores*. No entanto, essa interação é *mistificada* no processo de troca, que aparenta ser somente uma relação entre objetos. “É apenas uma relação social determinada entre os próprios homens que aqui assume, para eles, a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas” (MARX, 2013, p. 147). Ou seja, na troca, tende-se a ver o objeto, não o ser humano responsável pela sua produção. Tende-se a ver o valor da mercadoria, não o valor do trabalho humano despendido no processo produtivo.

[...] as relações sociais entre seus trabalhos privados aparecem como aquilo que elas são, isto é, não como relações diretamente sociais entre pessoas em seus próprios trabalhos, mas como relações reificadas⁴ entre pessoas e relações sociais entre coisas (MARX, 2013, p. 148).

No terceiro volume d’O Capital, Marx (2017) introduz o conceito de *ruptura metabólica* como um desequilíbrio nas relações entre natureza e seres humanos causada pela forma de produção capitalista. Para Marx (2017), o sistema pressiona a natureza ao seu limite provocando uma ruptura irreversível no metabolismo do planeta. Isso ocorre em função da transformação da relação entre o ser humano e a natureza sob o capitalismo: o ser humano já não estaria mais aliado à natureza visando sua própria reprodução, mas teria passado a lutar contra ela em prol da acumulação.

A teoria da ruptura metabólica de Marx era uma maneira de encarar as relações ecológicas ou metabólicas, e particularmente as complexas relações interdependentes da natureza e da sociedade, a partir de uma abordagem sistêmica muito anterior do desenvolvimento da ecologia de sistemas, que de fato surgiu em bases semelhantes (FOSTER, 2020, tradução nossa).

4 Leia-se “coisificado”.

Este metabolismo, sob o sistema capitalista, adquiriu características de dominação e exploração voltadas à acumulação. O excedente da produção, inicialmente estabelecido em função das necessidades de sobrevivência (em casos de intempéries ou outros fatores que condicionassem colheitas ruins, por exemplo), aos poucos aumentou dando origem à divisão social do trabalho e, conseqüentemente, ao surgimento de *classes sociais*.

Desta forma, o desenvolvimento da sociedade desequilibrou a relação com a natureza, uma vez que o excedente é rapidamente distribuído impelindo uma maior produção que, por sua vez, gera mais excedente. Nesse processo, o metabolismo da natureza sofre uma profunda alteração, especialmente em função da forma de organização necessária para comportar esta forma social, ou seja, sofre uma ruptura. Em decorrência disso, plantas e animais não-humanos são deslocados do meio natural e passam a ser tratados como *meios de produção*.

Para Marx (2017), o próprio capital se coloca como barreira para a produção capitalista uma vez que a autovalorização se coloca sempre como seu ponto de partida assim como ponto de chegada. Assim sendo, a produção capitalista existe em função de sua própria superação atingindo esse objetivo através da criação das mesmas barreiras que precisou superar, porém de forma mais intensa. Ou seja, o capitalismo é um sistema de crises. Os instrumentos que possibilitam a expansão do capital e sua acumulação conduzem, inevitavelmente à sua crise, que se dá em função da superacumulação (HARVEY, 2006).

Um sistema que preza por acumulação infinita e depende de recursos da natureza, que são finitos, possui uma contradição. É um sistema insustentável. Um sistema que concentra riquezas na mão de uma minoria por meio da exploração de uma maioria gera uma tensão de classes que é, a fundo, inegociável: um antagonismo de classes. Por isso, o capitalismo se apresenta como um sistema de crises (FERNANDES, 2020, p. 69).

Apresentadas as principais categorias que nos auxiliam a desmistificar o processo de produção capitalista e o funcionamento desta forma social, é possível interseccioná-las com os conceitos de *greenwashing* e sustentabilidade na moda.

3 A SUSTENTABILIDADE COMO MITO: GREENWASHING E O FETICHE DA MODA

Inicialmente é necessário resgatar algumas características do sistema da moda que revelam determinantes relevantes para a presente análise. Desta forma, a abordagem conceitual de moda aqui apresentada não leva em consideração análises de subjetividade,

comportamento, autoexpressão ou outras variantes antropológicas. As características ressaltadas aqui são relativas à materialidade, ao mercado e ao sistema capitalista, como forma de expressão de valor, de acordo com categorias oriundas da crítica da economia política. Para Calanca (2011, p. 11, grifo nosso), a moda

Alude, numa primeira instância, a uma *dicotomia temporal* entre o “velho” e o “novo”, entre o presente e o passado, entre imobilidade e mobilidade. É a experiência das aparências que *pressupõem “objetos”* nos quais se manifestar; é função e conteúdo estético. Com o termo “moda”, entende-se, especificamente, “o *fenômeno social da mudança cíclica* dos costumes e dos hábitos, as escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornado quase *obrigatório*”.

A expressão “*dicotomia temporal*”, utilizada para falar da necessidade constante de renovação, da substituição do velho pelo novo, relaciona-se também à *obsolescência programada*, técnica utilizada especialmente na indústria de tecnologia para que determinado produto tenha sua durabilidade reduzida e conserto dificultado, tornando necessária uma nova compra daquele mesmo objeto em um espaço de tempo cada vez menor. Na moda, este pensamento opera principalmente através das tendências. Ao lançar cada vez mais rapidamente novos modelos, cores e materiais no mercado, a necessidade pelo novo faz com que as peças de roupa, mesmo em boas condições de uso, sejam substituídas por outras que estejam “na moda” (LIPOVETSKY, 1987). É importante ressaltar, que, ao contrário do que os *bureaus* de tendência condicionam o público e, até mesmo, estilistas e designers, a acreditarem, não são eles, que, através de uma extensa pesquisa a nível mundial, detectam as “vontades” dos consumidores e as traduzem em “tendências de moda”. Quem lança as ditas “tendências” e, especialmente, as cores, são, na verdade, organizações compostas por pesquisadores e representantes de grandes corporações do ramo que, periodicamente, se encontram e definem, por meio de pesquisas, mas, principalmente através de seus estoques, o que será lançado nas próximas estações. Um dos maiores exemplos é a *Première Vision*⁵, plataforma de interação entre indústria têxtil, marcas e criadores, internacionalmente conhecida por suas feiras de negócios e que possui representantes da maioria dos países, inclusive do Brasil.

Calanca (2011) também afirma que a moda é a *objetificação das aparências*, ou seja, a *materialização da estética*. Isso reforça a ideia de que o produto da moda é duplamente fetichizado. Para além do *fetichismo da mercadoria*, em que o trabalhador não reconhece o fruto do seu trabalho graças à alienação, na moda, esse produto ainda é revestido de uma forma atraente que oculta ainda mais o conteúdo real do objeto. O produtor é constantemente deparado com o objeto produzido sem reconhecê-lo, sem ter acesso ao fruto da sua força de trabalho cujo valor, muitas vezes, supera significativamente seu próprio pagamento por

5 <https://www.premierevision.com>

aquela produção, ou seja, seu salário. Neste caso, movimentos como o “Quem fez minhas roupas?” - criado pelo Fashion Revollution⁶ - talvez tentem, mesmo que de forma inconsciente, desmistificar a mercadoria fazendo com que a relação social existente no objeto se aproxime de uma relação social entre seres humanos.

Por fim, Calanca (2011), citando Volli (1988, p.50), trata da moda como “fenômeno social da mudança cíclica”. A moda como movimento, que não pode parar, desacelerar ou deixar de se reinventar, relaciona-se desta forma ao próprio capital. Capital, segundo Marx (2013), é valor que se valoriza, é valor em constante movimento - movimento este, que também é cíclico. A moda, portanto, nada mais é, que uma forma de expansão do capital, que busca acelerar seus ciclos através da incansável busca pelo “novo”, refletida também na fetichização da mercadoria, na alienação do consumidor – que também é produtor - através de mecanismos criados especificamente para esse fim, acelerar a rotação do capital, como o marketing e a publicidade.

Neste contexto, é possível afirmar que moda, nada, ou muito pouco, tem a ver com a real expressão de identidade. Grupos ou indivíduos que se expressam através de seu comportamento, forma de vestir ou agir não necessariamente pertencem ao espectro da moda. É possível que o mercado se aproprie de determinados códigos oriundos destes grupos e os converta em tendências, em produtos, em mercadorias voltadas para a acumulação. Isso gera uma padronização a nível global – globalização – do vestir-se em que tanto a individualidade quanto traços e padrões culturais são subsumidos à lógica do mercado.

A sustentabilidade é um dos movimentos cooptados pelo mercado que mais sofre distorção em função do impulso expansivo do capital. Primeiramente, é preciso diferenciar o conceito de sustentabilidade ambiental da noção de sustentabilidade econômica. Enquanto que a primeira refere-se ao uso consciente dos recursos naturais, a não liberação de agentes poluentes no meio ambiente e a economia ou reciclagem de matérias-primas para evitar a extração da natureza, o segundo refere-se somente ao âmbito econômico, ao equilíbrio financeiro da produção capitalista. Sá Barreto (2016, p. 118), afirma que

Se uma medida qualquer – empreendida pelo capital com o objetivo de reduzir a geração de refugos e resíduos para além do nível médio – tiver um efeito poupador de capital, será esse efeito (e seus desdobramentos em termos de apropriação de valor) a principal motivação para implementá-la, não a redução dos materiais poluentes em si. Por outro lado, caso a medida seja eficaz na redução dos resíduos, mas não seja ao mesmo tempo poupadora de capital, não há motivo, com base na perspectiva da valorização do capital, para colocá-la em prática.

Neste ponto, é necessário abordar a existência de uma crença cega que deposita no desenvolvimento tecnológico a esperança de solução permanente da crise climática e a possibilidade de um modo de vida verdadeiramente sustentável dentro do

⁶ <https://www.fashionrevolution.org/brazil-blog/quem-fez-minhas-roupas-as-vidas-por-tras-do-que-vestimos/>

sistema capitalista. Nesse aspecto, Sá Barreto (2016), analisando Marx (2014), demonstra que avanços tecnológicos promovem, de fato, ganhos em produtividade e eficiência. Sem uma análise cuidadosa, pode-se deduzir que maior produtividade e eficiência implicam a redução de desperdício material. No entanto, o autor demonstra que esse pensamento é equivocado:

Primeiramente, tendem a avançar as forças produtivas da sociedade. Os ganhos de eficiência energética podem figurar como condição ou como consequência desse movimento (ou mesmo como ambos), seja possibilitando transformações econômicas profundas e abruptas no interior da produção capitalista, seja como importante elemento na luta incessante pela redução dos custos de produção. Entretanto, independentemente do papel que desempenham tais ganhos em cada caso específico, a energia (em geral) e a eficiência energética (em particular) são indissociáveis dessa tendência. Em segundo lugar, a generalização dos processos de maior produtividade, ao mesmo tempo em que faz avançar as forças produtivas da sociedade, reduz, exatamente por tal motivo, o tempo de trabalho necessário na produção de mercadorias. Tende a cair, portanto, seu valor. Em terceiro lugar, lembrando que a natureza do capital é autoexpansiva – que, portanto, a massa de valor produzida e apropriada deve aumentar continuamente –, a única alternativa à queda do valor unitário é a expansão da produção em proporção que mais que compense as perdas relativas em valor (SÁ BARRETO, 2016, p. 120).

Em outras palavras, Sá Barreto (2016) afirma que a supervalorização da possibilidade poupadora de recursos advindos de novas tecnologias compreende de forma mistificada os ganhos em produtividade e eficiência. Em relação ao primeiro, ele frustra a expectativa em desmaterialização pois aumenta o consumo produtivo, uma vez que a atividade produtiva é pautada no valor. Em relação à eficiência, mesmo poupando recursos materiais de determinado capital individual, não pode anular o aumento do consumo em geral. Ou seja, em função da lógica expansiva do sistema, o capital poupado em determinado processo de produção, e, conseqüentemente não investido em materiais ou recursos, automaticamente será investido em outro. Assim sendo, a possibilidade de desmaterialização existente em função do aumento da eficiência *não é realizável em um sistema econômico voltado à acumulação*.

Ao analisar ganhos de eficiência no processo de produção capitalista, Sá Barreto (2016) demonstra que até mesmo a matéria-prima descartada no processo de produção já está inclusa no valor de custo do produto. Desta maneira, a redução de desperdício não significa economia de capital, apenas de matéria, algo que não interessa ao capitalista. Seu único motivo de adoção de práticas ecologicamente sustentáveis seria se elas, prioritariamente, significarem redução de custos e aumento da massa de mais-valor criado. O autor ainda ressalta que o capitalista não tem a liberdade de escolha. “Sua vontade individual é constrangida pela concorrência entre capitais e, por isso, desempenha um papel secundário”. Em outras palavras, o capitalista, por melhor intencionado que seja, é sempre compelido pelas leis do mercado a agir desta forma. Se ousar se posicionar de maneira contrária,

corre o risco de perder sua condição de capitalista uma vez que seu capital pode ser tanto destruído quanto absorvido por outros maiores.

A racionalidade limitada do mercado capitalista, com seu cálculo imediatista de perdas e lucros, é intrinsecamente contraditória com uma racionalidade ecológica, que leve em conta a longa temporalidade dos ciclos naturais. Não se trata de opor os “maus” capitalistas aos “bons” capitalistas verdes: é o próprio sistema, fundado na impiedosa competição, nas exigências da rentabilidade, na corrida atrás do lucro rápido que é o destruidor dos equilíbrios naturais. O pretense capitalismo verde não passa de uma manobra publicitária, de uma etiqueta que visa vender uma mercadoria, ou, na melhor das hipóteses, de uma iniciativa local equivalente a uma gota de água sobre um solo árido do deserto capitalista (LÖWY, 2014, p. 47).

Empresas que impactam negativamente equilíbrio ecológico e contribuem para a degradação ambiental tendem a utilizar o artifício de investimento na natureza (aliada a estratégias de marketing) com a finalidade de conquistar o “perdão” da sociedade e consumidores. Assim sendo, grandes corporações costumam camuflar suas práticas, através de embalagens e grandes “gestos verdes”, em vez de modificá-las. Katz (1998) chama esse movimento de “*greenateering*”, que poderia ser traduzido como “ecologizante”. Atualmente o termo utilizado popularmente para tais práticas é o *greenwashing*, o banho verde. Segundo Harvey (2016, p. 231),

[...] o apoio popular ao ambientalismo das grandes empresas tem sido útil tanto para o capital quanto para as políticas ambientais. Parte dessa política é simbólica e não substantiva. Isto é conhecido como “*greenwashing*” – disfarçar um projeto com fins lucrativos como um projeto para melhorar o bem-estar das pessoas.

O *greenwashing* depende significativamente da indústria da publicidade que, segundo Löwy (2014, p. 91) “exerce sua influência sobre as necessidades pela manipulação mental”. Dito de outro modo, é através do marketing que discurso hegemônico é transferido à sociedade assim como estratégias de manipulação de consumidores, como o *greenwashing*, tornando-o indispensável para o modelo econômico capitalista. “O fetichismo da mercadoria incita a compra compulsiva através da ideologia e da publicidade, próprias ao sistema capitalista” (LÖWY, 2014, p. 94). É desta forma que *valores de uso são substituídos por valores de troca*, por valores, ou seja, por *mercadorias*. Na moda, por exemplo, o valor de uso de uma calça jeans em bom estado é inutilizado em função do valor de uma outra calça jeans produzida de acordo com a “tendência” de determinado momento. Ambas têm o mesmo valor de uso, porém uma delas será descartada por não se enquadrar nos códigos estéticos efêmeros daquela estação.

Esse setor [de publicidade e propaganda] contribui diretamente para os hábitos de consumo ostensivo e compulsivo. E ainda desencadeia um desperdício fenomenal de petróleo, eletricidade, tempo de trabalho, papel e substâncias químicas, entre outras matérias-primas – tudo pago pelos consumidores. Trata-se de um ramo da

produção que não é somente inútil do ponto de vista humano, mas que está também em contradição com as necessidades sociais reais (LÖWY, 2014, p. 91-92).

Retornando ao *greenwashing*, esse tipo de discurso se tornou bastante comum nas últimas décadas, especialmente em função do crescente interesse popular por questões ambientais e sustentáveis. Empresas, grandes ou pequenas, ao serem cobradas por seus consumidores, adotam discursos sustentáveis mudando pouco – ou nada – suas práticas e políticas internas. O “mito da sustentabilidade” propagado pelo sistema capitalista pouco contribui na regulação metabólica da natureza. Sendo uma *estratégia de marketing e vendas* e, conseqüentemente, de *acumulação*, não tem como objetivo a produção dentro dos limites naturais, pelo contrário, seu objetivo é acumular mais-valor através de um suposto cuidado com a natureza. Desta maneira, o *desenvolvimento sustentável* aparece como mais uma estratégia para a acumulação do capital.

[...] rejeitamos a ideia de desenvolvimento sustentável, já que a sustentabilidade está medida e articulada ainda sobre parâmetros do que significa desenvolvimento no capitalismo. Se entendermos que o capitalismo é um sistema de rupturas metabólicas, entendemos também que o desenvolvimento capitalista nunca poderá ser sustentável, que vai, no máximo, adaptar alguns elementos, ainda mais se for possível lucrar com os mesmos na perspectiva de um capitalismo verde (FERNANDES, 2020, p. 136).

Esta é uma estratégia que tende também a *individualizar* problemas e soluções ecológicas transferindo o impacto para o *consumidor*. Katz (1998) problematiza essa individualização, pois ela *mistifica e ilude os sujeitos* com uma falsa sensação de controle sobre a crise ambiental, o que beneficia o capital. Enquanto os sujeitos estiverem *alheios às causas sistêmicas*, não criarão oposição a ele, não buscarão alternativas pautadas na superação do capitalismo. Sá Barreto (2015, p. 264), citando Schumacher (1996) e Sachs (1986) afirma que

A ênfase na esfera do consumo, por sua vez, abarca formulações nas quais a teoria econômica tradicional cede algum espaço a discussões sobre determinantes éticos/morais dos padrões de consumo. Em linhas gerais, os indivíduos sustentariam padrões de consumo antiecológicos por se orientarem por um conjunto de valores (i.e., por uma moral) equivocado, ou não-esclarecido. A solução, por isso, envolveria uma espécie de tomada de consciência universal (porém, a partir de cada indivíduo) que culminaria em uma transformação de tais valores e, como consequência direta, na superação dos padrões de consumo perdulários.

O sistema capitalista, com base na teoria econômica tradicional, e a perspectiva liberal da crise climática tendem a culpabilizar o indivíduo, responsabilizá-lo pelos problemas ambientais através de mecanismos de alienação. O uso de uma narrativa antropocêntrica em que o ser humano, como indivíduo, é colocado no centro do colapso climático, configu-

ra uma forma de pensar que busca a apropriação de ontologias que descrevem uma dita “natureza humana” como abominável, perversa, tendenciosa ao mal. Essa narrativa ignora o materialismo histórico que demonstra que o indivíduo é resultado da forma social em que está inserido e que este, portanto, faz parte de um sistema que dita as regras do jogo. Se o ser humano é mau, é também, individualmente responsável pelo vetor de mudança. Para esse pensamento, o indivíduo precisa se privar, reduzir o consumo, consumir apenas objetos “sustentáveis” produzidos de maneira “ética”. O movimento “lixo zero” popularizou esse pensamento através de uma narrativa em que os indivíduos deveriam se negar a produzir lixo modificando completamente seus hábitos de consumo. O mercado imediatamente se apropriou da ideia passando a oferecer inúmeros utensílios reutilizáveis para atender à crescente demanda do público que se recusava a consumir descartáveis: surgiram no mercado *ecobags*, canudos de alumínio e copos de silicone (material de baixa durabilidade e ainda sem reciclagem no Brasil). No entanto, esse movimento, que culpabiliza o indivíduo e não o sistema, não conseguiu, até o momento, modificar o comportamento da indústria. Muitos destes novos produtos lançados no mercado, mesmo sendo reutilizáveis, são revestidos de embalagens de plástico ou papel, que mesmo biodegradável, frustra o sujeito que busca não produzir lixo.

No mercado da moda esses discursos são facilmente identificados. Muitas marcas lançam um ou outro produto que afirmam ser sustentável unicamente para atender a nova demanda sem ter, no entanto, qualquer interesse, conforme abordado anteriormente, em realmente se engajar na sustentabilidade ecológica. Assim sendo, fazem uso do *greenwashing* para atrair o público e transmitir uma ideia de sustentabilidade. Uma das autoras do presente artigo trabalhou em uma marca que fazia uso do discurso sustentável sem praticá-lo. De um catálogo com mais de 300 artigos, menos de 1% era reciclado, nenhum era certificado ou fabricado de forma ética. Quando novos produtos eram selecionados para compor a coleção, aqueles certificados e sustentáveis não eram inclusos por não serem comercialmente viáveis, ou seja, sua margem de lucro ficava abaixo da desejada, não sendo, portanto, de interesse para o capitalista. Apesar disto, a marca se vendia como uma das mais sustentáveis do seu nicho e se tornou conhecida justamente pela sustentabilidade. Através do marketing, esta empresa praticou *greenwashing* externalizando uma imagem que em nada correspondia a seus produtos ou práticas internas.

O desenvolvimento sustentável, enquanto pautado pela lógica capitalista, é incapaz de solucionar ou amenizar a crise climática, que, segundo Löwy (2020), é o maior problema do século XXI. Neste contexto, a sustentabilidade é um mito, algo inalcançável, enquanto a produção for pautada na acumulação de mais-valor. Enquanto isso acontecer, qualquer possibilidade de implantação de processos sustentáveis ficará *restringido à sua viabilidade financeira e não à sua capacidade de reduzir ou erradicar danos ambientais*. Tal problema

só será, de fato, solucionado, segundo Löwy (2014), quando a sociedade for pautada em valores de uso e não mais em valores de troca.

4 CONCLUSÃO

Ao longo dos dois tópicos do presente artigo demonstrou-se, através da teoria do valor marxiana e dos conceitos de fetichismo da mercadoria e alienação, a impossibilidade de efetivação de um modo de produção sustentável dentro do sistema capitalista, especialmente no mercado da moda. Este mercado, duplamente fetichizado, também é alvo da prática de *greenwashing*, que opera através de estratégias de marketing que manipulam o consumidor passando uma ideia verde que não corresponde à realidade.

No primeiro tópico tratou-se de expor conceitos de outras áreas do conhecimento que auxiliam na desmistificação do pensamento hegemônico o qual tende a omitir o real funcionamento da sociedade através da alienação. A exposição de conceitos como “valor de uso”, “fetichismo da mercadoria” e “ruptura metabólica” se fez necessária para uma crítica contundente ao modo de produção capitalista como um todo, com foco, porém, nos sistemas da moda.

No segundo tópico inicia-se com uma retomada conceitual da moda e sua intersecção com os temas previamente apresentados a fim de expor os vários níveis de mistificação existentes tanto em seu processo produtivo quanto no sistema de forma geral, que implica a criação de tendências de forma a dar vazão à estoques e, principalmente, acelerar a expansão do capital. Desta maneira, a moda é aqui conceituada como uma ferramenta de acumulação do sistema capitalista, diferenciando-se de movimentos e códigos originados em grupos e locais específicos que acabam sendo, em determinado grau, também cooptados pelo mercado.

O *greenwashing* é apresentado também como uma ferramenta do sistema que busca ocultar ações negativas de grandes empresas através de “gestos verdes” ou então comunicar uma imagem verde falsa com o intuito de atingir consumidores “mais conscientes”. A individualização da responsabilidade opera também como estratégia de alienação ao transferir para o sujeito a responsabilidade que é, na verdade, da indústria e, em última instância, do sistema capitalista como um todo.

A esperança depositada em avanços tecnológicos é também analisada através dos ganhos de produtividade e eficiência que se mostram incapazes de proporcionar um modo de produção sustentável dentro de um sistema auto expansivo voltado à acumulação.

Desta forma, é possível demonstrar que a sustentabilidade, especialmente na moda, é incompatível com o modo de produção capitalista. Sustentabilidade ecológica e sustentabilidade econômica são antagônicas, pois seus parâmetros se opõem. Enquanto a primeira é pautada no impacto sobre a ruptura metabólica, a segunda se apoia apenas na viabilida-

de financeira, nas reduções de custos e no aumento da lucratividade. Ou seja, se o sistema capitalista é voltado para a acumulação e expansão da massa de mais-valor produzida e a sustentabilidade ecológica depende da desmaterialização, decrescimento e redução da massa de valor, ambos não podem coexistir. Isso leva à conclusão de que, no sistema capitalista, a sustentabilidade é inviável, é um *mito*, e só pode ser efetivada quando este modelo econômico for superado e substituído por outro pautado em *valores de uso*. Chega-se, portanto, em uma encruzilhada com dois caminhos completamente distintos. O primeiro, que mantém o capital como forma socioeconômica, leva, irremediavelmente à uma via de autodestruição em que, em função da ruptura metabólica, a própria existência da espécie humana é colocada em risco. O segundo, que propõe a superação do atual sistema e sua substituição por outro em que a sustentabilidade ecológica e necessidades reais ditam os parâmetros da produção, se apresenta como a única possibilidade de evitar um completo colapso do metabolismo planetário.⁷

REFERÊNCIAS

- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Editora Senac, 2011.
- ENGELS, Friedrich. **Anti-Dühring**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- FERNANDES, Sabrina. **Se quiser mudar o mundo**: um guia político para quem se importa. São Paulo: Planeta, 2020.
- FOSTER, John Bellamy. **Marx's Ecology**: Materialism and Nature. New York: Monthly Review Press, 2000.
- HARVEY, David. **17 contradições e o fim do capitalismo**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.
- KATZ, Cindi. Whose Nature, Whose Culture? Private Productions of Space and the Preservation of Nature. In: BRAUN, Bruce (Ed.); CASTREE, Noel (Ed.). **Remaking Reality**: Nature at the Millennium. London: Routledge, 1998.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero**: a moda e seus destinos na sociedade moderna. São Paulo: Companhia das letras, 1987.
- LÖWY, Michael. **O que é ecossocialismo?** São Paulo: Editora Cortez, 2014.

⁷ Baticã Braima Ença Mané, pós-graduando em Filologia e Língua portuguesa, USP. Graduado em Letras Língua Portuguesa (habilitação única), Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira - UNILAB, 2018.

LÖWY, Michael. Thirteen theses on the imminent ecological catastrophe and the (revolutionary) means of averting it. **International Viewpoint**. Disponível em: https://internationalviewpoint.org/spip.php?article6391&fbclid=IwAR204os5TZzeQhU MuN4YQZjtjQA2f5j_nqVhBhqqgUkdj_RQ-D114CjJR3M. Acesso em 24 jan. 2021.

LÖWY, Michel; DUMÉNIL, Gerard; RENAULT, Emmanuel. **100 palavras do marxismo**. São Paulo: Editora Cortez, 2015.

MARX, Karl. **O capital**: Crítica da economia política: livro I: O processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política: livro III: o processo global da acumulação capitalista. São Paulo: Boitempo Editorial, 2017.

NETTO, José Paulo. **Introdução ao estudo do método de Marx**. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2011.

SÁ BARRETO, Eduardo. Marx contra a fantasia “coaseana”: uma crítica ontológica ao fundamento teórico dos mercados de carbono. **Marx e o Marxismo**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 5, p. 1 – 16, mar. 2015. Disponível em: <https://www.niepmarx.blog.br/revistadoniep/index.php/MM/article/view/124>. Acesso em 24 jan. 2021.

SÁ BARRETO, Eduardo. **O capital na estufa**: Para a crítica da economia das mudanças climáticas. Rio de Janeiro: Consequência, 2018.

Data de submissão: 30/04/2021

Data de aceite:13/10/2021

Data de publicação:21/01/2022



**DISCURSIVIDADES SOBRE MODA AGÊNERO EM VOGUE BRASIL
NO ANO DE 2020**

*Discourses about no gender fashion in Vogue Brazil
in the year 2020*

*Discursividades sobre moda agênero en Vogue Brazil
en el año 2020*

Carina Borges Rufino¹

¹ Doutoranda em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM-SP; Mestre em Comunicação pela PUC-Rio; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5364-2734>; Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7490212787020296>; E-mail: carinajornalismo@gmail.com

RESUMO

O artigo busca investigar, por meio do método da análise de discurso de linha francesa proposto por Dominique Maingueneau e de considerações sobre moda e gênero constituídas a partir de teóricos como Diana Crane, Anne Hollander, Gilda de Mello e Souza e James Laver, o modo como é feita a abordagem discursiva sobre moda agênero na revista Vogue Brasil. Para isso, considerou-se as edições veiculadas no período de janeiro a junho de 2020, nas quais se encontram cinco abordagens sobre o tema, distribuídas em três matérias e dois editoriais. Vale destacar que Vogue Brasil é hoje o único título impresso especializado em moda no Brasil a circular mensalmente. Destaca-se na produção de matérias, colunas e editoriais sobre o cenário da moda nacional e internacional, acompanhando os discursos encabeçados por grandes marcas, entre eles, o da moda agênero, que vem despertando a atenção de criadores desde 2015. Apesar de a cobertura do agênero se mostrar presente nas páginas de Vogue Brasil pode-se observar, entretanto, que a publicação não se descola de um padrão de cobertura de moda que a acompanha desde sua origem no Brasil e que pode estar relacionado à manutenção de um status quo que legitima relações de poder ainda dominantes na relação entre gênero e vestimenta no cenário da moda nacional.

Palavras-chaves: Análise de discurso; Vogue Brasil; Moda agênero.

ABSTRACT

The article seeks to investigate, through the method of analysis of French line discourse proposed by Dominique Maingueneau and considerations about fashion and gender constituted from theorists like Diana Crane, Anne Hollander, Gilda de Mello e Souza and James Laver, the way in which the discursive approach about no gender fashion is done in Vogue Brasil magazine. For this, we considered the editions aired in the period from January to June 2020, in which we found five approaches on the subject, distributed in three articles and two editorials. It is worth noting that Vogue Brasil is today the only print title specialized in fashion in Brazil to circulate monthly. It stands out in the production of articles, columns and editorials on the national and international fashion scene, following the speeches headed by major brands, among them, the no gender fashion, which has been attracting the attention of creators since 2015. Despite the fact that the coverage of the genus is present in the pages of Vogue Brasil, it can be observed, however, that the publication does not depart from a pattern of fashion coverage that accompanies it since its origin in Brazil and that may be related to the maintenance of a status quo that legitimizes power relations still dominant in the relationship between gender and clothing in the national fashion scene.

Keywords: *Discourse analysis; Vogue Brazil; No gender fashion.*

RESUMEN

El artículo busca investigar, por medio del método del análisis de discurso de línea francés propuesto por Dominique Maingueneau y de consideraciones sobre moda y género constituidas a partir de teóricos como Diana Crane, Anne Hollander, Gilda de Mello e Souza y James Laver, la forma en que se hace el enfoque discursivo sobre moda agênero en la revista Vogue Brasil. Para ello, se han considerado las ediciones transmitidas en el período de enero a junio de 2020, en las que se encuentran cinco enfoques sobre el tema, distribuidos en tres materias y dos editoriales. Vale destacar que Vogue Brasil es hoy el único título impreso especializado en moda en Brasil a circular mensualmente. Se destaca en la producción de materias, columnas y editoriales sobre el escenario de la moda nacional e internacional, acompañando los discursos encabezados por grandes marcas, entre ellos el de la moda agênero, que viene despertando la atención de creadores desde 2015. A pesar de que la cobertura del agênero se muestra presente en las páginas de Vogue Brasil se puede observar, entretanto, que la publicación no se desprende de un patrón de cobertura de moda que la acompaña desde su origen en Brasil y que puede estar relacionado al mantenimiento de un status quo que legitima relaciones de poder aún dominantes en la relación entre género y vestimenta en el escenario de la moda nacional.

Palabras claves: *Análisis de discurso; Vogue Brasil; Moda agênero.*

1 INTRODUÇÃO

A revista Vogue surge no Brasil, e pela primeira vez na América Latina, em 1975, pela Carta Editorial quando já completava quase oitenta anos de circulação nos Estados Unidos (BRANDÃO, 2002). A publicação, à época editada por Luiz Carta, chega ao país em um contexto marcado pela profusão de revistas voltadas para o segmento feminino que se deu a partir da década de 1960 e provocou o aumento do número de espaços editoriais dedicados à moda (RUFINO, 2017). Voltada para um público de alto poder aquisitivo, Vogue surge com conteúdo marcado pela alta proporção de anúncios de produtos de beleza que apareciam junto à cobertura de moda internacional, principalmente dos acontecimentos da cidade de Nova Iorque, e da cobertura de eventos sociais voltados para a elite como festas, casamentos e bailes.

Conforme Brandão (2002), a publicação se destacava pela qualidade no tratamento de imagens e na produção de anúncios e editoriais, reunindo entre seus colaboradores, grandes nomes da fotografia brasileira. A moda, nesse contexto, segundo Joffily (1991), passava de uma lógica artesanal para um esquema industrial e as revistas acompanhavam essa transformação. O aprimoramento dos parques gráficos e a formação de equipes especializadas passaram a conferir, segundo a autora, uma maior qualidade às revistas brasileiras que surgiram a partir de meados do século XX com estruturas empresariais de grande porte, bem como a utilização de papéis, impressão e diagramação sofisticados, consolidando-se como o tipo de veículo mais adequado para a cobertura do assunto.

Começa-se a notar então, nas páginas de revistas nacionais como a Vogue Brasil, a prática de um jornalismo de moda que profissionaliza a cobertura do tema no país e que, segundo Joffily (1991), passa a se organizar por meio de um modelo que se divide entre matérias de tendência, serviço e comportamento. Esse modelo de elaboração de matérias de moda, segundo a autora, constitui-se com a finalidade de passar aos leitores, informações sobre lançamentos de tendências, maneiras de aplicação destas tendências ao cotidiano individual e também sobre os padrões comportamentais compreendidos nesse universo. Além das matérias convencionais, o jornalismo de moda caracterizava-se também, na época, pela produção de informação por meio de editoriais, nos quais se destaca a fotografia. A predominância da fotografia em relação ao texto é, inclusive, uma das características apontadas por Joffily (1991), quando conceitua e descreve as práticas do jornalismo de moda no Brasil.

Entretanto, apesar das especificidades e do estilo próprio empregado a essas práticas nota-se também, no segmento, o atendimento a especificidades próprias do fazer jornalístico tradicional como critérios de atualidade, interesse e novidade (MEDINA, 1988). Pode-se inferir, dessa maneira, que moda e jornalismo unem-se pelo novo, pelo atual e que

ambos se estabelecem no sentido de dar publicidade ao efêmero.

Permeada por algumas características que datam de sua origem no Brasil e adepta às transformações que marcaram o mercado editorial desde então, como a inserção no meio digital, Vogue é hoje o único título impresso especializado em moda no país a circular mensalmente, com uma tiragem de 50 mil exemplares. Destaca-se atualmente na produção de conteúdo sobre tendências de moda, cultura, beleza, bem-estar, estilo de vida, decoração, bem-estar e gastronomia (ALI, 2009).

Vale ressaltar que a revista, publicada desde 2010 pelo grupo editorial *Condé Nast*, que atua em mais de 20 países, é considerada uma das mais conceituadas publicações de moda da contemporaneidade, e está associada à cobertura de grandes marcas e desfiles (ALI, 2009). Desse modo, ao se observar a cobertura feita por Vogue Brasil, nota-se que a revista acompanha os discursos encabeçados pelas grandes marcas nacionais e internacionais, entre eles, o da moda agênero, que vem despertando a atenção de criadores desde 2015.

Nesse sentido, faz-se necessário destacar que a relação entre gênero e roupa é uma construção sociocultural que foi constantemente modificada ao longo da história. De acordo com Laver (2008) a moda ocidental era parecida para ambos os sexos até o final do século XVII, quando homens e mulheres usavam saltos, cabelos longos, laços e chapéus. A diferença entre os gêneros por meio do vestuário se acentua a partir do século XVIII quando as roupas masculinas passam a ser marcadas por cortes retos e cores neutras que realçam a ideia de poder e virilidade, e a moda feminina passa a se constituir a partir de roupas como saias e vestidos em cores claras que sugerem delicadeza e romantismo (MELLO E SOUZA, 2005; LAVER, 2008). Após esse período, a distinção entre masculino e feminino no vestuário pode ser vista com alguma fluidez, no entanto, no século XX e no despontar do século XXI quando, segundo Hollander (2003), ambos os sexos começam a participar mais ativamente de jogos de troca na moda.

Esse contexto propicia o surgimento da moda agênero, compreendida como uma prática que sugere a eliminação de qualquer rastro de símbolos associados culturalmente a feminino ou masculino, por meio de peças neutras que fogem de estereótipos históricos e culturais (SCHMITT; SANTOS, 2016). Como exemplo da maneira com que essa prática de moda vem sendo trabalhada por Vogue Brasil, propomos investigar aqui, por meio do método da análise de discurso de linha francesa, o modo como é feita a abordagem discursiva sobre moda agênero na revista, a partir das edições veiculadas no período de janeiro a junho de 2020, período em que este artigo começou a ser elaborado.

2 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Originada no contexto da década de 1960, a chamada escola francesa de análise de discurso se constituiu em um momento no qual a abordagem estruturalista e sua centralidade na linguística passaram a ser questionadas. Isso se deu em decorrência de correntes teóricas que se propuseram a considerar outros aspectos, além dos meramente linguísticos no contexto da enunciação. Assim, a linguagem passou a ser vista como interação social que se estrutura também por meio de elementos não verbais, além dos linguísticos, em sua constituição.

O discurso, na visão da escola francesa seria, portanto, o ponto de articulação dos fenômenos linguísticos e dos processos ideológicos e estaria ligado, ainda, à própria noção de ideologia e ao contexto de instituições e embates históricos e sociais que se articulam em torno dela, considerando-se a ideologia, nesse contexto, como

um sistema lógico e coerente de representações (ideias e valores) e de normas ou regras (de conduta) que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que devem pensar, o que devem valorizar, o que devem sentir, o que devem fazer e como devem fazer (CHAUÍ apud BRANDÃO, 2012, p.22).

Vê-se, assim, que a ideologia pode ser analisada como uma estrutura de poder por meio da qual grupos dominantes instituem formas de valor, comportamento, crenças e ideias, de maneira a fazer com que todos a adotem como forma de agir e pensar. Pode-se dizer que, no caso da moda, a noção ideológica se configura, neste trabalho, a partir de modelos sociais conservadores e de códigos distintivos de vestuário que separam antagonicamente as roupas de homens das roupas das mulheres, e vice-versa. Desse modo, considera-se o discurso como um dos elementos que compõem a ideologia, e as formações discursivas, nesse sentido, como unidades constituintes da própria formação ideológica.

Sendo assim, Foucault (1986) tratará o conceito de formações discursivas como o que pode e deve ser dito a partir de uma posição dada em uma conjuntura determinada. Essas formações criam, segundo Gomes (2019) “(...) a verdade de mundo ligada à visão que elas nos apresentam” (GOMES, 2019, p. 275), possibilitando um efeito de sentido das coisas em relação aos corpos. As formações discursivas estariam associadas, portanto, ao próprio conceito de ideologia, possibilitando um entendimento sobre como o mundo funciona e sobre como os indivíduos e as sociedades respondem a esse funcionamento.

O sujeito, como enunciador de um discurso não o faria, então, de forma livre e isenta das significações e representações que o acompanham e o constituem como pertencente a um determinado lugar social, uma vez que os próprios “(...) lugares sociais só podem existir através de uma rede de lugares discursivos” (MAINGUENEAU, 1997, p. 34). Desse

modo, pode-se considerar o discurso como um conjunto de enunciados que não é dado *a priori*, em uma unicidade, mas em uma relação dialógica com outros discursos. Todos estes discursos circulam e convivem em um mesmo espaço cultural, às vezes se contrapondo, outras vezes, convergindo, e cada um deles seria o resultado de uma interação sobre outros discursos, em uma relação interdiscursiva.

O que se denomina como moda agênero parece, no entanto, se constituir menos como uma prática material definida e consolidada e mais como um propósito, uma ideia que se apresenta como um discurso permeado por outros discursos históricos, culturais e ideológicos. Observa-se, dessa maneira, que o fenômeno emerge na atualidade como uma prática que resgata memórias de outros enunciados existentes não apenas sobre moda, mas também sobre gênero e outros fenômenos sociais que nos interpelam enquanto indivíduos pertencentes a uma conjuntura social historicamente constituída.

No interior dessa conjuntura, convive-se socialmente com ideologias e com orientações ideológicas que irão questionar, inclusive, o que se apresenta como dominante ou naturalizado. Para Barnard (2003) moda e ideologia se relacionam uma vez que, o uso das roupas pelos indivíduos, por exemplo, pode servir como forma de assegurar o funcionamento de posições de poder dentro de uma ordem social.

Moda e indumentária são, então, ideológicas na medida em que são também parte do processo no qual grupos sociais se estabelecem, mantêm e reproduzem posições de poder e relações de dominação e subserviência (BARNARD, 2003, p.69).

Assim, o conceito de moda feminina e masculina, construído histórica e ideologicamente de forma isolada entre os sexos passa a conviver com uma outra proposta de moda que surge na tentativa de desconstruir o padrão binário das roupas, flexibilizar os códigos de vestimenta em questões de gênero e questionar estruturas de poder já naturalizadas, de maneira a constituir, junto ao vestuário, uma proposta de uso que pode ser também político, além de estético.

3 ANÁLISE DO CORPUS

Nos seis exemplares da revista Vogue Brasil selecionados como *corpus* deste trabalho, foram encontradas três matérias e dois editoriais² cujo conteúdo estabelece uma relação entre moda e gênero, a partir da proposta de eliminação das barreiras binárias que dividem a moda entre feminino e masculino. Uma das matérias, intitulada “Uma coisa só” (Figuras 1 e 2) consta na coluna Glamour em Foco, na edição de Vogue Brasil publicada em março de 2020.

² Optou-se por trazer para este artigo, apenas a análise das três matérias por uma escolha metodológica que priorizou a análise discursiva textual em detrimento da imagética, proposta pelos editoriais.

Figura 1: Coluna Glamour em Foco, da Revista Vogue Brasil



Fonte: Vogue Brasil, março de 2020, p.61

Figura 2: Coluna Glamour em Foco, da Revista Vogue Brasil



Fonte: Vogue Brasil, março de 2020, p.62

Nota-se que para falar de moda agênero na coluna analisada, a revista parte da tradicional *maison* francesa Dior, criada pelo estilista Christian Dior, na década de 1940. Vale ressaltar que, apesar da abordagem sobre um discurso de moda que se propõe a questionar os antagonismos de gênero na vestimenta, a coluna tem como ponto de partida,

uma marca que historicamente se associou a uma estrutura de moda considerada essencialmente feminina, e passou a se dividir em coleções femininas e masculinas ao longo do tempo. Volta sua atenção, assim, para um desfile de moda masculino, da coleção de inverno da linha *Dior Men 2020*, como apresenta ao leitor no início do texto: “Os desfiles de moda para homens têm exibido, com persistência, um *mix* cada vez mais exuberante de elementos femininos associados aos masculinos – e/ou vice-versa” (VOGUE BRASIL, março de 2020, p.61).

Tem-se, assim, no discurso da revista, duas vozes enunciativas que se articulam e falam simultaneamente sem que uma delas seja preponderante, configurando um cenário em que se fala, ao mesmo tempo, de uma prática contemporânea que surge a partir da emergência de propostas não-binárias de subjetivação associadas à moda, e de práticas tradicionais e binárias de moda associadas a uma rede de significados historicamente constituída e socialmente cristalizada, que divide os elementos de vestuário entre femininos e masculinos.

Essa oposição binária pode ser encontrada ainda quando a coluna se refere “ao poder da graça feminina no conjunto de looks de alfaiataria masculina” (p.61), e a uma “feminização da moda *Dior Men*” (p.61). Cita, inclusive, nesse contexto, a presença da modelo e atriz inglesa Cara Delevigne na plateia, “vestindo um terno e um mantozinho da coleção desfilada na passarela” (p.62), o que passa a ideia de uma mulher que estaria vestida com uma roupa de homem. O binarismo entre os gêneros encontrado no texto contradiz até mesmo o título da coluna que ao falar de “Uma coisa só”, parece sugerir a eliminação das barreiras entre códigos femininos e masculinos nas roupas.

E essa nova maneira de vestir também atrai, inesperadamente, um número cada vez maior de mulheres fashionistas, que têm comprado mais e mais peças e acessórios *Dior Men* – entre outros itens originalmente desenhados para homens – para renovar seus closets. Um sucesso. Afinal, para o olhar do momento, roupas não têm sexo até o instante em que são vestidas (VOGUE BRASIL março de 2020, p.62).

O final da matéria, como se pode observar, a despeito das contradições evidenciadas, parece reforçar a intenção da revista em articular um discurso vinculado à prática contemporânea da moda agênero.

Em outra matéria, também veiculada na coluna *Glamour em Foco* da edição de fevereiro de 2020 com o título “Nem eles, nem elas” (Figura 3), o conteúdo diz respeito a um desfile masculino realizado na Semana de Moda de Londres 2020/2021 pelas estilistas Martine Rose e Grace Walles Bonner. Na descrição “Com looks femininos apresentados nos desfiles masculinos de inverno de 2020, duas estilistas surpreendem pela sintonia com a fluidez de gênero atual” (VOGUE BRASIL, fevereiro de 2020, p.46), a coluna relaciona novamente a ideia de fluidez de gênero a uma simples inversão que se dá na apresentação

de roupas femininas em um desfile masculino, contrariando a concepção de uma moda agênero, que se pautaria pela neutralização destes signos binários e contradizendo, mais uma vez, o próprio título do texto, que sugere essa ideia de neutralidade. Desse modo, nota-se que o enunciado de Vogue Brasil acaba por circunscrever seu discurso justamente na norma hegemônica que parece buscar desconstruir reforçando, assim, interdiscursivamente, estereótipos binários de vestimenta que se relacionam a um passado histórico mediado por estruturas conservadoras e mantido nos dias atuais.

Figura 3: Coluna Glamour em Foco, da Revista Vogue Brasil



Fonte: Vogue Brasil, fevereiro de 2020, p.46

Vale ressaltar que a prática de moda agênero se caracteriza pela representação da diferença que desafia as representações dominantes e está inserida em um contexto descrito por Marques (2011), a partir de Rancièrè (2012), como cenas de dissenso ou ações de resistência, que buscam encontrar formas de transformação do que é percebido como fixo e imutável e partilhado como comum em uma ordem consensual. É nessa ordem consensual que o discurso sobre moda agênero de Vogue Brasil acaba por se inserir, contrariando a ideia de dissenso que deveria norteá-lo, ao reforçar a oposição entre masculino e feminino nas roupas e ao considerar uma simples inversão de um signo com o outro em uma passarela como um processo efetivo de desconstrução de gênero na moda. A matéria ainda continua com o seguinte trecho, ao se referir ao trabalho das duas criadoras:

Originalmente designers de roupas para homens, ambas exibem também looks femininos, em uma passarela onde eles e elas se confundem o tempo todo. Trata-se de uma nova e discreta fluidez de gêneros (VOGUE BRASIL, fevereiro de 2020, p.46).

Retomando o conceito de enunciação proposto por Maingueneau (2008) considera-se que os enunciadores definem seu modo de enunciação inscrevendo-se numa certa posição social e que “(...) toda enunciação desses discursos supõe tal rede institucional” (MAINGUENEAU, 2008, p.125). Sendo assim, observa-se que o discurso de Vogue Brasil inscreve a publicação em uma posição enunciativa que parece se filiar a valores mais contemporâneos e progressistas de moda, embora se possa notar que ela ainda se encontra vinculada a uma estrutura mais tradicional no contexto da representação de formas do vestir, o que pode ser analisado como a manutenção de uma “regularidade interdiscursiva historicamente definida”, segundo Maingueneau (2008, p.56).

Tal atitude pode ser interpretada como uma maneira de se vincular e chamar a atenção de dois públicos distintos, um mais conservador e que preza pelo consumo de uma concepção mais clássica de moda, e outro mais progressista e adepto de representações mais contemporâneas e dissidentes de vestuário. A mesma estratégia é utilizada na publicação referente a março de 2020 com a matéria “Paixão visceral” (Figura 4) que apresenta o designer Alan Croceti como idealizador de “joias provocativas e sem gênero” (VOGUE BRASIL, março de 2020, p.94)

Figura 4: Matéria veiculada na Revista Vogue Brasil



Fonte: Vogue Brasil, março de 2020, p.94

Tal definição é mencionada no subtítulo da matéria sem ser, entretanto, explorada ao longo do texto e parece funcionar apenas como um chamariz para o público leitor que busca esse posicionamento editorial por parte da revista, mas que não o terá devidamente explorado e aprofundado ao longo do texto. Desse modo, apreende-se que a publicação parte de motivações que se dão na esfera individual de parte do público consumidor, que

vai se identificar não apenas com sua proposta estética e material de moda, mas sobretudo com os aspectos imateriais e sociais envolvidos nessa relação.

4 CONCLUSÃO

Desse modo, pode-se concluir que o interdiscurso tem precedência no discurso de Vogue, ou seja, o que a análise evidencia não se materializa no discurso dado, mas em um espaço de trocas entre discursos selecionados. Para falar sobre moda agênero, a publicação se utiliza, antes e de maneira contraditória, de outros discursos sobre moda a partir de vários enunciados como, por exemplo, o de moda feminina, moda masculina e o do enunciado histórico da divisão entre os sexos no vestuário, reforçado a partir do século XIX. Sendo assim, verifica-se a formação de um discurso que, conforme nos aponta Maingueneau (1997) é atravessado por outros discursos, dada a relação estabelecida entre eles, de maneira a ressignificá-los e aplicá-los a outros objetos. Esses vários discursos são apresentados pela publicação, por sua vez, através de uma polifonia marcada por um locutor que fala e se anuncia como responsável pelo que diz e por um enunciador, que se faz presente de forma implícita na enunciação e que pressupõe um dizer (MAINGUENEAU, 1997).

Diante do discurso de desconstrução de gênero nas roupas que se explicita nas matérias da revista, nota-se, portanto, camuflado em meio a um discurso que se apresenta como transgressor e progressista, a pressuposição de um discurso retrógrado, relacionado à manutenção de uma ordem dominante e binária, que se encontra adstrita a grupos hegemônicos, em detrimento de grupos em posição de subalternização ou dissidência nas relações de poder circunscritas à moda.

A despeito de a cobertura do agênero se mostrar presente nas páginas de Vogue Brasil conclui-se, portanto, que a publicação não se descola do padrão de cobertura de moda que a acompanha desde sua origem no Brasil, o que pode estar relacionado à manutenção de um *status quo* que legitima relações de poder ainda dominantes na relação entre gênero e roupa por parte de marcas, criadores, consumidores, imprensa e outros agentes envolvidos no contexto da moda nacional.

Conclui-se, assim, que o discurso de Vogue sobre moda agênero se configura ainda, mais como uma estratégia de divulgação orientada para o mercado, e menos como uma proposta reflexiva e ideológica de moda que pode atuar efetivamente na desconstrução de relações de poder hegemônicas, excludentes e totalizantes ainda fortemente associadas ao vestuário. Até que isso mude, leitoras e leitores consomem ideias de disrupção materializadas em forma de ilusão.³

³ Revisão: Marcela Belchior Gomes de Matos, Jornalista profissional, tradutora e revisora. Doutora e Mestra em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. E-mail: mbtextos@gmail.com; Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/8297840433450931>.

REFERÊNCIAS

- ALI, Fátima. A arte de editar revistas. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- BRANDÃO, Ignácio de Loyolla. Vogue: Bom Gosto e sofisticação. In **Cadernos da Comunicação – Mulheres em Revista: O Jornalismo Feminino no Brasil**. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação, 2002.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**. São Paulo: Senac, 2006.
- FOUCAULT, Michael. **A Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986
- GOMES, Mayra. As materialidades e seus discursos. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**. V. 16, N. 46, P. 271-290. São Paulo: ESPM, 2019
- HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996
- JOFFILY, Ruth. **O Jornalismo e Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.
- LAVIER, James. A roupa e a moda: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 2008
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1997
- _____. **Gênese dos Discursos**; São Paulo: Parábola Editorial, 2008
- MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. Comunicação, estética e política: a partilha do sensível promovida pelo dissenso, pela resistência e pela comunidade. **Revista Galáxia**. nº 22, p.25-39. São Paulo: PUC-SP, 2011
- MEDINA, Cremilda. **Notícia: um produto à venda**. São Paulo: Summus. 1988.
- MELLO E SOUZA, Gilda. **O Espírito das Roupas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. São Paulo: 34, 2012
- RUFINO, Carina. As Garotas do Alceu: Jornalismo de Moda e Consumo Feminino no Brasil (1938-1964). Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação da PUC-Rio. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2017.
- SCHMITT, Juliana. Santos; Gabriel. Moda sem gênero: conceituação e contextualização das tendências não binárias. In: **Anais do 12 Colóquio de Moda**. João Pessoa: 2016

Revistas

Nem eles, nem elas. **Vogue Brasil**, edição nº 498, p.46, 1 de fevereiro de 2020. Condé Nast: São Paulo.

Uma coisa só. **Vogue Brasil**, edição nº 499, p.61-62, 1 de março de 2020. Condé Nast: São Paulo.

Uma paixão visceral. **Vogue Brasil**, edição nº 499, p.94, 1 de março de 2020. Condé Nast: São Paulo, 2020.

Data de submissão: 30/04/2021

Data de aceite: 25/11/2021

Data de publicação: 14/01/2022



**CORPO E ESTÉTICA: IMERSÃO EM UM ROLÊZINHO DO
PASSINHO DOS MALOKA NO RECIFE¹**

***Body and Aesthetics: immersion in a Maloka Passinho
stroll in Recife***

***Cuerpo y Estética: Inmersión en un “rolêzinho” del
“Passinho dos Maloka” en Recife***

Alexandre F. Silva ²

Simone Barros ³

1 Pesquisa de mestrado realizada com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES)

2 Mestre em Design e doutorando no PPG em Design da UFPE na linha de pesquisa Design, cultura e artes, bacharel em Design de Moda pelo Centro Universitário UniFBV Wyden. Pesquisa sobre moda, estética e cultura periférica, em sua dissertação de mestrado: “Mergulho etnográfico na cultura do passinho dos maloka na Região Metropolitana do Recife”. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1773631442908256>; Orcid: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0001-6888-2490>; e-mail: manoelalexandre.a@gmail.com

3 Pós-Doutora em Design de Moda pela Universidade da Beira-Interior, Portugal. Doutora em Design e Mestre em Educação pela UFPE e graduação em Comunicação Social pela mesma instituição Professora adjunta, do Departamento de Design e no PPG em Design da UFPE. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7164428104501210>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3491-2940>; e-mail: simone.grace@ufpe.br

RESUMO

Este trabalho pretende costurar conteúdos resultantes de uma imersão etnográfica nos populares “rolêzinhos” do “Passinho dos Maloka” na rua Tauá, região periférica do bairro de Santo Amaro, na cidade do Recife, Pernambuco, em fevereiro de 2020, bem como o “pós-rolê” nas proximidades do baile, este situado na vizinha cidade de Olinda. Discute-se aqui, para além de evocar o florescimento do fenômeno do “Passinho” e do “bregafunk” em âmbito nacional, a estética, sobretudo o vestir, como dispositivo para construção de identidade, as narrativas corporais sexualizadas através da dança ritmada pelos grupos de sujeitos, racialização, gênero, cultura periférica pernambucana, bem como os temidos finais de “rolês”, nem sempre muito bonançosos a partir do método etnográfico como metodologia de pesquisa.

Palavras-chaves: Passinho dos Maloka. Estética. Corporalidade.

ABSTRACT

This work intends to sew content resulting from an ethnographic immersion in the popular “rolezinhos” of the “Passinho dos Maloka” in Rua Tauá, peripheral region of the Santo Amaro neighborhood, in the city of Recife, Pernambuco, in February 2020, as well as the “post -rolê” in the vicinity of the “baile”, which is located in the neighboring city of Olinda. It is discussed here, in addition to evoking the flowering of the phenomenon of “Passinho” and “bregafunk” at the national level, aesthetics, especially dressing, as a device for identity construction, the sexualized body narratives through the rhythmic dance by the groups of subjects, racialization, gender, peripheral culture in Pernambuco, as well as the dreaded “rolês” finals, which are not always very positive from the ethnographic method as a research methodology.

Keywords: *Passinho dos Maloka; Aesthetics; Corporality*

RESUMEN

Este trabajo busca vincular contenidos resultantes de una inmersión etnográfica en los famosos “rolezinhos” del “Passinho dos Maloka” en la calle Tauá, en la región aledaña al barrio de Santo Amaro en la ciudad de Recife, Pernambuco, en febrero del 2020, pero también los sucesos “post-rolê” en las cercanías de las fiestas ubicadas en el límite entre las ciudades de Recife y Olinda. Además de recordar la aparición del fenómeno conocido como “Passinho” así como el “bregafunk” a nivel nacional, se discuten en este artículo la estética, principalmente en lo relacionado al vestido mientras instrumento de construcción de identidad, narrativas corporales sexualizadas a través de los ritmos creados por grupos de sujetos, discriminación racial, cuestiones de género, la cultura de barrios marginales del estado, así como los temidos finales de los “rolês”, generalmente nada positivos desde el método etnográfico como metodología de investigación.

Palabras Claves: *Passinho dos Maloka; Estética; Corporalidad*

1 INTRODUÇÃO

Nosso trabalho investiga, com o auxílio da observação participante, do método etnográfico, como ferramenta de pesquisa, a recente expansão e as principais particularidades do fenômeno do “Passinho dos Maloka” na Região Metropolitana do Recife no ano de 2020.⁴

No atual momento do nosso país, assim como no estado de Pernambuco, é perceptível um crescente entusiasmo atribuído ao florescimento de fenômenos musicais subalternos e de artistas que servem de espelho para um grande número de jovens, inclusive LGBTQIA+,⁵ a exemplo de Mc Troinha, Shevchenko E Elloco e Victor Moury que exprime vivências LGBTQIA+ pro brega romântico que é, em sua origem, estilo delivrado do brega local. Como consequência, esses sujeitos obtêm um amplo alcance e reconhecimento, especialmente através de plataformas online como Youtube, Facebook, instagram e Tiktok, sendo o fenômeno do “Passinho”, através dos seus populares “rolêzinhos” da dança (os famosos “encontrinhos”) o mais recente e expressivo desses movimentos culturais periféricos contemporâneos, em que a corporalidade dos passos e o “Kit Maloka” (suas vestes e estilo particulares, customizações capilares e corporais) são, verdadeiramente, os elementos chave para a construção das linguagens estéticas exteriorizadas por esses jovens.

Em nossas observações, identificamos uma notória conveniência por representatividade e pertencimento desses grupos de jovens na medida em que, paulatinamente, recebem uma maior visibilidade e número de seguidores nas redes sociais, por meio dos passos de dança e da estética singular oportunizadas pelo “Kit Maloka”, do vestir e de outros aspectos de identidade. A partir dessa percepção, somos orientados para uma investigação acerca do surgimento, disseminação e vigor energético deste fidedigno movimento cultural subalterno a partir da imersão etnográfica e suportes bibliográficos. Deste modo, por intermédio de alguns embasamentos teóricos, a exemplo de Soares (2017) em seu amplo trabalho que versa sobre a cultura brega pernambucana e suas mediações socioculturais, Canclini (2006) que nos introduz algumas inquietações sobre nivelamentos culturais, Lipovetsky (2015) e a sua denominada era “Hipermoderna”, ou seja, hipermodernidade e Castilho (2007) que reflexiona acerca de moda, estilos e época, dentre outros levantamentos bibliográficos. Ademais, no transcorrer do documento, estaremos igualmente substan-

4 Importante mencionar que estes eventos ocorrem com frequência exacerbada na região, é um estilo musical e de dança já bem consolidado. Estes aportes configuram-se, essencialmente, como materiais extraídos da dissertação de mestrado do autor “Mergulho etnográfico na cultura do Passinho dos Maloka na região metropolitana do Recife” defendida no ano de 2020 no Programa de Pós-Graduação em Design da UFPE, acrescido de alguns outros escritos a fim de compor de modo ainda mais profícuo a construção desse documento.

5 Simões; Facchini (2009) apontam que este é um termo utilizado para referenciar qualquer sexualidade ou identidade de gênero da comunidade LGBTQIA+.

ciados pelas fotografias desenvolvidas durante essa imersão que possuem como finalidade sinalizar os aspectos estéticos observados nas dinâmicas que ocorrem dentro dos movimentados encontros do “Passinho” pernambucano e suas mediações socioculturais.

Neste cenário, pretendemos investigar o “Passinho” junto ao grupo “Os Malokas de PX”, durante um dos “rolêzinhos” em Santo Amaro, Recife-PE, o baile da Tauá e ao pós-rolê, já na cidade de Olinda nos escritos que se prolongarão a seguir.

2 O BAILE DA TAUÁ E OS SEUS PERSONAGENS

Antes de realizar os apontamentos da nossa imersão, que notadamente funcionam como sustentáculos para demonstrar características ímpares do “Passinho dos Maloka” no estado de Pernambuco, necessitamos, previamente, realizar uma breve contextualização da gênese do estilo inserido no espectro das culturas subalternas no território nacional. Pois, a gênese da recente cultura do “Passinho” no Brasil remonta uma subdivisão da cultura do funk carioca, do qual este é grandemente influenciado. Segundo Fornaciari (2011), a história do funk pode ser segregada em três fases principais, a primeira, entre as décadas de 70 e 80, em que o movimento estava atrelado às questões raciais, a partir de uma evidente influência da *black music* e *black soul*⁶ e a terceira fase, a partir da década de 90.

Fornaciari (2011) acrescenta que a partir da terceira geração, em que o funk crescentemente se aproximava das classes mais abastadas, ao entoar sua luta por reconhecimento como cultura autêntica e ao se posicionar vigorosamente nas mídias e TV, o fenômeno foi sendo paulatinamente disseminando país afora. Nessa conjuntura, portanto, foi tomando forma algumas de suas variações, a exemplo do “Passinho”, primeiramente a partir de 2004 no Rio de Janeiro, todavia, obtendo maior notoriedade no ano de 2012, através do documentário “A Batalha do Passinho – O filme” de Emílio Domingos, e em São Paulo, por meio do “Passinho do Romano” em 2014 e nas cidades de Belo Horizonte e Recife um pouco mais tarde, a partir de adaptações específicas do estilo por volta do ano de 2017.

Pois, para uma absorção do fenômeno do “Passinho” pernambucano e da cultura do Bregafunk local é necessário não somente relacionar alguns breves conteúdos concernentes à origem do funk carioca, mas também clarificar a dicotomia existente entre “alta cultura” e “baixa cultura” que também é realçada no movimento do “Passinho”, como advertido por Nascimento (2017). Nesse contexto, a autora constata que os generosos esforços de grupos midiáticos em divulgação, que também alcançam as elites brasileiras, em enaltecer o movimento em sua legitimidade não são suficientes para que determinadas camadas sociais possam vir a “validar” tal autenticidade, haja vista que uma grande parcela popula-

⁶ O estilo musical Black Soul chegou ao Brasil por volta do final dos anos 1960, fruto essencialmente da cultura e musicalidade americana. (ALVES, 2010).

cional ainda sustenta a ideia de que tanto o funk quanto o Bregafunk possuem qualidades bastante questionáveis.

Outrossim, já existem pesquisas que versam acerca dos rolêzinhos em bairros periféricos e shoppings no sudeste do país, a exemplo dos estudos de Bueno (2015) por intermédio de análises em bairros da capital paulista, a exemplo de Pirituba, Cohab Taipas, dentre outros, que flertam, de certo modo, com os recortes geográficos periféricos que são abordados em nosso documento, bem como no parque do Ibirapuera, uma espécie de ponto de encontro habitual dos encontrinhos, ou “rolêzinhos”. Ainda, retomando esse contexto no panorama nacional, podemos também brevemente mencionar as descrições dos rolêzinhos em Shoppings Centers que se alastraram pela capital Paulistana no início da década passada conforme é apontado por Severi e Frizzarim (2015) em suas pesquisas acerca dos rolêzinhos paulistanos.

Neste prosseguimento e em consonância com a contextualização prévia do recorte geográfico nacional, o baile da Tauá, do qual nossa pesquisa se ocupa em explanar, chegou até nossa pesquisa de modo espontâneo, ao longo dos diálogos com os componentes do grupo “Os Maloka PX”⁷, acontece basicamente sem recursos, a partir de elementos do improvisado por volta das dezoito horas e é interrompido quase sempre às vinte e três horas, com direito a *after*⁸ com divulgação por meio do “boca a boca” e exaustivo espalhamento por meio das redes sociais.

Aqui, não há nenhuma grande estrutura de palco ou iluminação, apenas a presença de paredões de som e algumas centenas de garotos e garotas que se encontram ali, através da dança, num “rolêzinho” notadamente modesto (ou talvez, mais raiz do que Nutella?)⁹ mas que faz jus a sua fama, dada volumosa presença de jovens provindos de diversos bairros da região em busca de entretenimento numa sexta-feira à noite. Ao que parece, esse talvez seja o ingrediente-chave para o monumental êxito do “rolê”, para além do improvisado, o fato de estar nos ambientes públicos e ocupar os espaços da comunidade, a gratuidade e a inexistência de grandes arranjos estruturais, componentes esses que também rememoraram o famoso carnaval de rua de Olinda.

7 Cabe apontar que dentre os cinco integrantes do grupo “Os Maloka PX”, apenas dois deles nos acompanharam ao baile da Tauá (Abravanel e Binho), dançarinos e profissionais autônomos, bem como no pós-rolê, logísticas essas de incompatibilidades de horários dos componentes do grupo. No entanto, também compõe o grupo Livinho e Soldado (apelido divertido para Márcio), que compareceram à uma imersão do pesquisador no bairro onde vivem em Peixinhos, Olinda-PE do qual a dissertação de mestrado do autor também realiza uma imersão etnográfica no bairro.

8 *After-hour*, ou simplesmente *After* é uma expressão bastante utilizada pelos jovens para indicar o “rolê” final, onde ocorrerá a “saideira” da noitada.

9 Aqui cabe referenciar que, nas linguagens dos memes da internet, algo/alguém denominado “Nutella” sugere o oposto de algo raiz e/ou, algo como “pé no chão”. Nas entrevistas em apêndice os jovens do “Os Maloka PX” explanam em alguns momentos acerca de questões da “Nutellização” e “Gourmetização” da cultura do “Passinho dos Maloka”.

Nas ruelas estreitas, a circulação, não raras as vezes, torna-se uma verdadeira batalha, se deslocar foi, na generalidade, uma missão bastante árdua tanto para o pesquisador e mais ainda para o fotógrafo. As impressões primeiras são de que ocorre uma espécie de duelo por exibicionismo corpóreo através da dança, e uma das maiores razões que aguçam tantos jovens a comparecerem, para além dos ingredientes-chave do “rolê” (os paredões ressoando as músicas do momento e os “galerosos” ou “Maloka/Moleke”¹⁰ e as “novinhas”¹¹ no estilo) é o flerte, o acesso à bebida alcóolica a baixíssimo custo (o famoso, três, ou quatro latões de cerveja por dez reais) e, não menos importante, o acesso, próximo à Agame-non Magalhães, avenida com grande circulação de linhas de ônibus com destino a diversos terminais integrados da Região Metropolitana do Recife.

As condições estéticas, as vestes, os acessórios, as estilizações capilares são, intrinsecamente, o maior sustentáculo externado pelos jovens adeptos ao “Passinho dos Maloka” e que, não diferentemente, também foram contemplados nessa imersão etnográfica. Por intermédio de alguns embasamentos teóricos e das fotografias desenvolvidas nessa imersão pretendemos demonstrar a potência que os aspectos estéticos possuem nas dinâmicas dos movimentados encontros do “Passinho”¹². Isto posto, as fotografias, vinculadas ao detalhamento do pesquisador servirão como um proveitoso material para que o leitor possa se inteirar acerca das características particulares e, costumeiramente peculiares, exteriorizadas pelos jovens presentes no “rolê” da rua Tauá.

Ortiz (2000) observa que a oposição “homogêneo/heterogêneo” perde importância; é necessário, pois, entender como segmentos mundializados – por exemplo os jovens, os velhos, os gordos, os desencantados – compartilham costumes e gostos convergentes. “O mundo é um mercado diferenciado constituído de camadas afins. Não se trata, pois, de produzir ou vender artefatos para ‘todos’, mas de promovê-los globalmente entre grupos específicos.” Canclini (2006) dialoga com o autor pontuando que este sugere que se abandone o termo homogeneização para se falar de “nivelamento cultural” a fim de “aprender o processo de convergência de hábitos culturais, mas preservando a diferença nos níveis de vida.

10 “Galeroso” é uma expressão típica da Região Metropolitana do Recife para caracterizar “Moleke” que se veste e se comporta de modo desleixado, ou talvez mais arruaceiro, sem modos comportamentais refinados, todavia, não está necessariamente relacionado com “ladrão” ou “bandido”.

11 Novinha é uma expressão amplamente utilizada na Região Metropolitana, bem como país afora, principalmente nos domínios periféricos e por artistas de funk, brega e Bregafunk, para associar o termo a garotas jovens, como relataram em alguns momentos da imersão, “de dezessete pra dezoito” (idade). Entretanto, o termo tem gerado, nos últimos tempos, um fervoroso debate acerca de possíveis analogias à pedofilia e questões correlatas em letras de músicas de Mc’s.

12 Aqui serão evidenciados não somente aspectos de moda e do vestir que compõe o “Kit Maloka”, mas também serão demonstrados aspectos de customizações capilares e “recursos-ostentação”, que também podem ser considerados, para além dos objetos que estão “no corpo”, os paredões de som.

Ao instaurarmos as observações com referência à estética dos sujeitos se faz necessário ponderar o conceito de “nivelamento cultural” acima proposto para que possamos estar aptos para interpretar as linguagens visuais que são desenvolvidas por esses jovens como agentes de “assemelhação”¹³. Pois então, o “estar na moda”, a partir dessa visão, não é estático e esses nivelamentos possibilitam, paulatinamente, um campo bastante rentável para o surgimento e multiplicação de outros nivelamentos e nuances visuais, frutificadas por meio da indústria do consumo e da moda. No baile da Tauá isto é notável em diversos aspectos estéticos que são compartilhados pelos jovens, como podemos notar na imagem abaixo: as camisas de times, os acessórios, as estilizações capilares e afins.

Figura 1 – Componentes do “Os Maloks PX” no baile da Tauá



Fonte: acervo pessoal (2020)

Nas imagens podemos notar que as customizações capilares funcionam como um fator de extrema diferenciação, constituindo vigorosamente o “Kit Maloka”, podendo ser comparado em nível de importância com as roupas e os acessórios de ostentação como os cordões de prata, os relógios grandes e chamativos e as joias que são, essencialmente, artifícios de ornamentação (aqui, sempre é importante falar sobre os valores e procedência, ou seja, quanto mais custoso, melhor). No “rolêzinho” da Tauá as camisas de time são corriqueiras para os meninos, as meninas usam blusinhas e shorts curtos, *top-cropped*, os chinelos unissex, cabelos diferenciados, cigarros e latinha de cerveja na mão, as marcas seaway (essa já famosa no estado) e a predileta entre todas: a Cyclone.¹⁴

13 Foi reparado um determinado estranhamento quando falamos sobre “assemelhação” pois, ao passo que esses jovens intentam se “assemelhar” uns aos outros, por meio das marcas e signos visuais, os mesmos buscam, de certo modo, e a partir de outros artifícios e orientações o que poderíamos chamar de “sua diferenciação particular no âmbito do espectro de uma assemelhação flutuante”.

14 A nível de comparação, um conjunto de casaco e calça da Cyclone representa, para esses jovens, o equivalente à primeira bolsa Louis Vuitton original para uma garota de classe média, ou seja, um verdadeiro sonho de consumo. Há também conjuntos femininos, saias e casacos, normalmente em veludo texturizado

Figura 2 – Colar customizado de carteiras de cigarro 01



Fonte: Acervo pessoal (2020)

Nessa continuidade, acerca do consumo e dos nivelamentos culturais, Lipovetsky (2015) versa sobre uma era “Hipermoderna” (Pós-modernidade), do consumo a partir da lógica da moda, de uma sociedade relacionada aos extremos, sendo esses extremos as emoções, as sensações, de uma chamada “era da estética e da arte” em que o consumo está em constante sintonia com a lógica da moda, uma “era da sedução e valorização do futuro”. Tal conceito, portanto, finda por nos afastar do presente, típico da pós-modernidade que, aqui é o que o autor chama de era “Hipermoderna”, um tempo mais íntimo ao presente, ao instantâneo e, concomitantemente, sendo capaz de desenvolver inúmeras trocas, ao passo que traz consigo, também, alusões provenientes do passado.

Os argumentos propostos pelo autor são interessantes para serem relacionados em diferentes camadas das sociedades, com diferentes espaços geográficos, inclusive nesta conjuntura. Como pode ser observado nas fotografias e na imagem abaixo, existe uma relação íntima de consumo e desejo pela marca Cyclone, adorada, idolatrada e desejada ao máximo nas periferias de Pernambuco, bem como para além do estado. Essa marca em específico, assim como algumas outras, operam como agentes propulsores de sedução de consumo para esses jovens pela lógica da moda, por meio da lógica da moda local, da identificação com outros indivíduos de suas comunidades que servem de espelho para esses grupos de sujeitos.

(relativamente quente para o clima do Nordeste, sendo os casacos mais observados pelos “Malokas” no Sudeste do país) mas que se tornou o tecido característico da marca.

Figura 3 – Jovens dançando o “Passinho” na Tauá



Fonte: Acervo pessoal (2020)

Cada uma das épocas históricas, cada uma das culturas e sociedades existentes instalam valores em sua forma de vestir e decorar seus corpos [...] os modos de combinar corpo e moda são documentos visuais, textos que falam de uma determinada maneira de ser e parecer, de valores de uma época. (CASTILHO, 2007 p. 14).

A partir do subsídio teórico ofertado por Castilho (2007), podemos refletir acerca da existência de uma determinada “idolatria” pela marca Cyclone, especialmente nas periferias da Região Metropolitana do Recife, há décadas, é interessante realizar uma análise um pouco mais minuciosa na imagem do jovem de costas com o nome e a logomarca da marca impressa na camiseta. Numa visualização mais desatenta não é possível perceber, mas numa segunda observação, somos capazes de constatar o nível de “veneração” alcançado: o logo da marca estampado na camiseta está igualmente replicado na estilização capilar realizada pelo sujeito fotografado¹⁵, ou seja, nesse sentido, entende-se que, caso não possa estar usando a marca o tempo inteiro, tê-la marcada no corpo de algum modo não parece má ideia. Em outras palavras o uso dessas marcas (Cyclone, Seaway, Kenner) possuem, essencialmente, valor de “assemelhação”, da necessidade de obter este objeto de desejo em específico, em outras palavras, o uso dessas marcas caracteriza uma espécie de “porta de entrada” no universo dos “Maloka”, como eles costumam exaustivamente se autorreferenciar

15 “De acordo com os jovens, no rolê da rua Tauá”, é algo bem “comum” produzir este tipo de alusão a partir de modificações estéticas capilares, acessórios, bem como em tatuagens.

Figura 4 – Estilização capilar da logomarca da Cyclone



Fonte: Acervo pessoal (2020)

Desta maneira, e como observado nas imagens acima, o corpo no baile da Tauá, associado a todos os elementos estéticos mencionados são componentes típicos e elementares para a exteriorização das suas práticas culturais singulares. A estética e o corpo são, com efeito, os denominados “dispositivos para construção de identidade e pertencimento”, pertencimento esse aos espaços urbanos, à comunicação, tanto verbal quanto corpórea, em que todos esses ingredientes, correlacionados, são eficazes para proporcionar um ambiente bastante fértil para operar as trocas simbólicas desse fenômeno da cultura pop periférica, como uma cultura subalterna efetivamente legítima.

Aqui, há um outro fato curioso que precisa ser mencionado quando falamos que o corpo sensualizado é o corpo que chama mais atenção. Para as garotas na rua Tauá, notoriamente, esse recurso é melhor executado a partir dos passos ritmados com ênfase nas nádegas¹⁶, com o rebolado característico e as “sarradas”, que também fazem parte das coreografias masculinas. Entretanto, aqui, há uma explícita percepção acerca das questões de gênero: enquanto o destaque dos passos proporcionados pelas garotas é obtido através da atenção para os movimentos do bumbum, nas performances masculinas esse destaque raramente é observado ou ofertado.

¹⁶ As roupas curtas, minishorts, minissaias funcionam como dispositivos para “alavancar” a sensualidade proposta pelas garotas no rolê, em contrapartida, não raramente fazem o uso de joias e chinelos do universo masculino nesse contexto (os famosos chinelos Kenner).

Figura 5 – Garotas rebolando enquanto dançam o passinho



Fonte: Acervo pessoal (2020)

Chamou a atenção de nossa pesquisa, que não somente gênero, mas também racialização foram, de fato, questões peculiares a serem observadas. Além desse fator, o corpo geográfico periférico também aparece como diferencial, especialmente, quanto aos desforços policiais e “higienização urbana e cultural”, empregados, não somente para o corpo geográfico e para os jovens (em sua maioria negros), reunidos na Tauá, como também para com inúmeros “encontrinhos” do “Passinho” do Bregafunk na Região Metropolitana do Recife (vide bairros periféricos de Olinda e Recife, bem como bairros ainda mais afastados da cidade de Recife como o Curado e Totó, assim como as cidades de Paulista e Jaboatão dos Guararapes, relativamente próximas, mas que também integram a região metropolitana do Recife).

3 O PÓS-ROLÊ NAS MEDIAÇÕES DO SHOPPING TACARUNA

Consequentemente e utilizando como suporte o que já foi apresentado sobre a percepção construída acerca do baile da Tauá, temos, portanto, o pós-rolê, ou *after hour*, como um fechamento das imersões que concernem essa longa noite (no sentido de que, conforme relatos, não há horário para acabar) de imersões etnográficas. A pesquisa, para além de demonstrar a rotina de ensaios, realizar entrevistas e fornecer uma maior aproximação dos jovens do grupo “Os Maloka PX”, também tenciona desenvolver essas descrições, tanto do famosíssimo baile da Tauá, bem como do pós-rolê, em que este não constava nos planos iniciais do pesquisador, mas que foram situações interessantes para compreensão e discussão de alguns argumentos acerca do “Passinho” associado ao brega local em outros recortes geográficos da Região Metropolitana do Recife.

O processo de ida para o *after hour*¹⁷ se deu a pé, através de algumas ruelas da comunidade de Santo Amaro. Esta ida, em pequenos grupos, que hora ou outra se configuraram em multidões na medida em que os pequenos grupos se aproximavam foi realizada quase que integralmente a pé, mas com um grande número de pessoas se locomovendo de moto ou bicicletas (em ritmo lento), inclusive por Abravanel, nosso guia naquela noite e frequentador assíduo do baile, bem como do pós-rolê.¹⁸

Durante a saída da rua Tauá, que já estava praticamente vazia devido à interrupção do “rolêzinho” através da ação policial devido às leis que tratam acerca de ruídos que possam vir a perturbar o sossego e o bem-estar da população (quando saímos da praça, onde há o grande foco e das ruas colaterais à essa, havia pequenos grupos de pessoas sentadas pela praça e pelas calçadas socializando, mas já não podia ser percebido qualquer resquício sonoro do Bregafunk). Ademais, nos foi solicitado pelos “guias” do “Os Maloka PX”, bem como de outros jovens que estavam no evento, que a câmera fotográfica fosse guardada durante o percurso (essa já se encontrava praticamente descarregada, bem como nossos aparelhos telefônicos, considerando que o pós-rolê não constava nos esboços dos planejamentos iniciais para a realização dessa imersão etnográfica).

Apesar de estarmos com pessoas que eram conhecidas no “rolê” essa advertência foi oportuna no sentido de que, o baile, bem como o pós-rolê, é frequentado por jovens de diversos corpos urbanos da Região Metropolitana, o horário já se aproximava da meia noite e os grupos de pessoas que se deslocavam pelas imediações do córrego próximo ao Shopping Tacaruna poderia se fundir vigorosamente. No mais, o processo de ida se deu de forma bastante calma, os jovens brincavam, paravam no meio do caminho para dançar nas calçadas, e as caixas de som, as famosas JBL, (grande fenômeno na região e que também funcionam como recurso de diferenciação e ostentação, ou seja, quanto mais pujante o som da caixinha, mais em evidência estará o seu controlador) continuavam entoando as músicas que encorajaram a andança ritmada pelos corpos alcoolizados por cerca de vinte minutos de caminhada.

As impressões inaugurais é que no pós-rolê os corpos estavam ainda mais sexualizados do que na Tauá, assim como, os espaços mais amplos possibilitavam aglomerações um pouco mais espaçadas, o que facilitou eficazmente a circulação. Nos arredores do córrego (de um lado e do outro) alguns bares permitiam que a dança proporcionasse, em seu interior, uma troca de olhares, suores, salivas, bem como o “capital erótico” mencionado por Soares (2017) acerca das festas brega em Pernambuco. Perceptível também que grande parte das pessoas que estavam no “rolê” anterior também seguiram para o pós-rolê, como

¹⁷ *After hour* como o autor prefere chamar, *after*, como os jovens frequentadores habitualmente o chamam, ou ainda, simplesmente, pós-rolê.

¹⁸ Cabe lembrar que dentre os cinco integrantes do grupo “Os Maloka PX”, apenas dois deles nos acompanharam ao baile da Tauá (Abravanel e Binho), bem como no pós-rolê, logísticas essas de incompatibilidades de horários dos componentes do grupo.

pode ser escutado diversas vezes pelo pesquisador “o rolê do córrego é pros fortes e não tem hora pra acabar”. A dança sensualizada, a paquera, o brega romântico, o Bregafunk e os domínios territoriais, o pós-rolê abarcava todos os elementos substanciais do “capital erótico”.

Dando continuidade às impressões introdutórias do pesquisador ao adentrar na rua principal que era demarcada pela divisão do córrego, com alguma ou outra passarela entre seu curso, podemos dialogar com o que Goffman (1988), chama de “identidade social” de determinadas cidades e locais ao redor do mundo. O autor nos reporta que, tradicionalmente Paris está associada ao termo “cidade da luz”, assim como Nova Iorque à expressão “*Big Apple*”, que se trata de aspectos das cidades que podem fornecer esses atributos taxativos que estarão muito provavelmente nos cartões postais e no imaginário de outras pessoas. Neste seguimento, podemos pensar o nosso país pelas belas imagens das paisagens naturais da nossa costa litorânea, especialmente do Rio de Janeiro, do Nordeste e seus pontos turísticos, mas também por nossas gigantescas favelas e o descaso com a infraestrutura urbana, especialmente nos bairros mais pobres das cidades.

É valioso associar esses conteúdos que Goffman (1998) nos fornece, pois, no corpo urbano tanto da Tauá, como das ruelas do entorno do córrego do pós-rolê foi notória a precariedade com a infraestrutura urbana dessas regiões periféricas, espaços urbanos esses que possibilitaram perigos para o pesquisador e o fotógrafo e, ainda mais para os jovens que se apertavam pelas ruelas e transitavam pelo córrego, cuja barreira de proteção já se encontrava nitidamente deteriorada. Como reportado acima, a câmera fotográfica descarregando não permitiu quase nenhum registro do pós-rolê que, todavia, dentre os poucos registros fotográficos, a imagem abaixo ilustra os componentes do grupo “Os Maloka PX” e alguns outros “parceiros” nas ruas do córrego, em que o pesquisador e o fotógrafo permaneceram até cerca de duas horas da madrugada.

Figura 6 – Componentes do “Os Maloka PX” e amigos no pós-rolê



Fonte: Acervo pessoal (2020)

Na cultura noturna do brega, a identidade *cafuçu* também é acionada pelos homens frequentadores. Muito embora, assim como a questão da *periguete*, o *cafuçu* não seja algo deliberadamente evidenciado. Trata-se de uma conveniência acionada em momentos específicos, sobretudo nos jogos de poder do flerte. Na verdade, há uma micropolítica na paquera: estamos diante de um embate de forças, de convencimento e conquista. “Ficar” com alguém na noite significa, antes de tudo, convencer alguém. (SOARES, 2017, p. 108-109).

No contexto do flerte, do convencimento, do “ficar” com alguém, segundo Soares (2017) propõe a partir de suas análises nos ambientes de festas bregas, ocorre um pouco diferente em questões terminológicas nas dinâmicas do “Passinho” do Bregafunk, sendo o termo “cafuçu”¹⁹, um pouco mais ultrapassado e associado à ascensão do brega, especialmente nos primeiros anos da década 2000 e início da segunda década desse século. Nesse caso, foi nítido para a pesquisa que os mecanismos de “ativação” de um certo modo “Maloka” não eram bem delineados, na verdade, funcionavam de maneira sutil, ou a partir de um ou outro empenho maior na sensualidade e exibicionismo corpóreo no melhor estilo “Maloka” para fins de flerte. Com efeito, o termo e a postura do “Maloka” são identificados e recebidos sem muito desembaraço pelos jovens não somente do rolê da rua Tauá e do pós-rolê, mas do “Passinho” local e dos frequentadores dos “rolêzinhos” de maneira global.

Nessa conjuntura, ainda retomando o “link” possibilitado sobre as atribuições terminológicas de “cafuçus” para o adeptos ao brega, e “Maloka” para os adeptos ao Bregafunk, também foi cognoscível (com bastante entusiasmo por parte do pesquisador) que, nas

¹⁹ No universo dos “cafuçus” as vestes se diferem um pouco das roupas dos “maloka” como se observa na imagem, o uso de roupas largas e camisas de time são recorrentes, mas, dentre ambos estereótipos há algo em comum extremamente notório: o fascínio por joias e cordões chamativos.

ruelas, muitos bares e casas de show improvisadas (garagens, barzinhos, dentre outros espaços de improviso) ainda entoavam músicas do brega local, das mais antigas às atuais e, igualmente do brega romântico, do brega de dançar junto, do corpo colado ao outro. Apesar disso, dada às circunstâncias e a faixa etária predominantemente jovem, nos arredores o Bregafunk era o personagem principal da noite, o mais influente e ilustre personagem da madrugada, na medida que compartilhava uma harmoniosa “competição” com o brega melodioso nos bares e nas caixinhas de som.

As linguagens estéticas do pós rolê são semelhantes às observadas no baile da Tauá: cabelos extremamente estilizados ou, como muito dos jovens costumam denominar “cabelinho cortado na régua”²⁰, a ornamentação a partir de colares, pulseiras e relógios ostentação e as camisas de times de futebol e das “marcas-desejo” da região. Como no “rolê” anterior, as tatuagens também significam status e dispositivo de ostentação e diferenciação, já as garotas faziam uso de um visual um pouco mais sexy (no córrego foi interessante perceber que a faixa-etária se misturou um pouco, haja vista a presença de alguns locais que entoavam músicas do brega ao estilo “das antigas”). Nesse sentido, menores de idade ou jovens de no máximo “vinte e poucos anos” compunham a grande maioria dos frequentadores da Tauá, já no rolê do córrego foi reparado este intervalo de idades mais heterogêneo, o que foi refletido igualmente nos aspectos estéticos, em particular das garotas.

Figura 7 – Componentes do “Os Maloka PX” arrumando” o amigo



Fonte: Acervo pessoal (2020)

A foto acima da customização capilar em tom de loiro platinado exemplifica com maestria conceitos já copiosamente abordados anteriormente, que para adeptos do “Passinho” do Bregafunk as estilizações capilares são tão quão, e não raros os casos, mais

20 “Cabelinho cortado na régua” é usado para designar alguém que cortou o cabelo há pouco tempo, aquele que possui os “traços” das estilizações capilares ainda muito bem demarcados.

importantes que as roupas quando utilizadas como artifício de distinção, identidade e, claramente, de atração de olhares das “novinhas” nos “rolês”. As “novinhas”, por sinal, não poupam esforços para atrair olhares na madrugada adentro, os shorts curtos, *top-cropped*, transparências, decotes profundos, somados a um ou outro aspecto de “Maloka” a partir do uso dos chinelos da marca Kenner, casacos da Cyclone,²¹ ou algum outro elemento mais masculinizado, o que talvez possamos designar como um hibridismo estético que transita graciosamente entre as esferas “Maloka” e “Periguete”.

A periguete não costuma ser bem-vista pelo público feminino e muitas vezes nem mesmo com o masculino. Taxada de vulgar, ocupa um espaço de identidade invisível, uma vez que reforça um deslocamento de um certo caráter moral e de um *habitus* socialmente inscrito. Trata-se de uma expressão bastante usada de forma cômica, em tom de brincadeira. (SOARES, 2017, p. 106).

Curioso recordar uma jovem avistada em uma das calçadas dançando sensualmente com um *top-cropped* transparente e fitas pretas cobrindo o bico dos seios. “Estou vestida assim porque eu quero, e não é porque estou com o bico dos peitos quase que pra fora que estou disponível pra quem quiser chegar, dançar, beijar, tocar, não dou ousadia à nóia,²² danço com minhas amigas, se alguém me interessar essa pessoa saberá, mas eu mesma não dou enxerimento pra maloqueiro que quer pagar de doido, estou um pouquinho acima do peso mas é assim que é bom”, disse ela enquanto dançava freneticamente com um copo de cerveja cujo *modus operandi* imperava um “balança, balança, mas não cai”. É considerável relacionar essas questões estéticas e do descomedimento quanto à sensualidade, tanto para assuntos correlatos à temas feministas, bem como ao termo *body-positive*,²³ em grande evidência nos últimos anos, especialmente em 2020.

Em suma, é relevante citar que o fluxo de entrada e saída de pessoas pelas ruas e bares e de paredões e caixas de som foi constante, tanto pelo tempo que passamos no pós-rolê (cerca de duas horas), quanto pelo que nos foi comunicado pelos jovens que “trocamos ideias”. O pós-rolê dura até o amanhecer, (e aparentemente ainda havia bastante “fôlego” pelos bares e corpos que transitavam pelas ruas do córrego), apesar disso, o pesquisador, juntamente ao fotógrafo, deixaram o local de Uber por volta das duas horas da manhã (importante citar que o transporte foi gentilmente solicitado através do celular de

21 Interessante notar, nos domínios estéticos, o quanto unissex os chinelos da Kenner e peças de roupas da Cyclone podem se apresentar, transportando para as garotas elementos do “Kit Maloka” masculino.

22 Termo utilizado regionalmente para designar alguém “sem noção”, não obrigatoriamente alguém viciado em entorpecentes ou portador de distúrbios mentais.

23 Termo bastante utilizado e propagado nas redes sociais especialmente entre 2019 e 2020, de encorajar mulheres a se sentirem bem com seus corpos, a partir da lógica que não existe um único tipo de corpo, de fuga dos estereótipos pré-determinados socialmente e culturalmente.

Abravanel, considerando que nossos aparelhos telefônicos haviam descarregado). Por fim, e em definitivo, o pós-rolê²⁴ no córrego foi bastante cansativo, dada às exigências físicas do “rolê” anterior, em contrapartida, podemos considerá-lo como uma imersão curiosamente diferente do baile da Tauá e, felizmente, complementá-la.

CONCLUSÃO

Com o propósito de conclusão, utilizando como sustentáculo os escritos acima, é conveniente evocar as experiências de Ventura (1994) em seu livro “Cidades Partidas”,²⁵ todavia sem grandes prolongamentos, até mesmo porque o estudo não tem por finalidade se aprofundar nesse mérito. Nas experiências relatadas no livro, o autor é enfático ao expor sua opinião de que nenhuma operação de força fará sentido se a expulsão da minoria delinquente não se fizer acompanhar de uma ação de cidadania que incorpore socialmente a massa de excluídos. Para ele, a solução está em distribuir justiça social para muitos e repressão para poucos. O perigo aqui é prosseguir destinando a uns o que é devido a outros.

As experiências de Ventura (1994) em seu livro no Rio de Janeiro, podem ser transportadas para o atual cenário relativo aos temas que circundam a “periferia-centro” na Região Metropolitana do Recife há décadas e para essa experiência vivenciada pelo pesquisador no ano de 2020. Algumas questões ainda se comunicam bastante com o que foi posto pelo autor na obra dos anos noventa, entretanto outras têm sofrido algumas mudanças, bem como amparado no que é brilhantemente demonstrado por Villaça (2012) em seus escritos acerca da “popalização” da cultura periférica. Em suma, vivemos em décadas diferentes, realidades desiguais e, sobretudo, temos aqui espaços geográficos e personagens distintos, no entanto, alguns aspectos das questões que exploram o corpo social periférico, gênero, racialização e higienização cultural ainda dialogam excepcionalmente bem entre si, embora outras já não possuam mais as mesmas especificidades.

É interessante considerar e debater com esses tópicos para um melhor entendimento das demandas da ocupação dos espaços, do estar inserido nos mesmos, das “agendas” do pertencimento e do pertencer, bem como de uma certa seletividade ainda fortemente existente no tocante à força policial nos espaços periféricos ou centrais onde ocorrem os “rolêzinhos”. Urge, por conseguinte, uma sensação de que esses espaços são verdadei-

24 Cabe salientar que dentre metade do ano de 2020 e o ano de 2021, infelizmente, ambos os “rolês” têm sido recorrentes em épocas de pandemia do COVID19, de acordo com relatos dos componentes do grupo “Os Maloka PX”, bem como de outros frequentadores em que o pesquisador entrou em contato no período das imersões subsequentemente, inclusive como forma de complementar o material da sua dissertação de mestrado.

25 O termo “Cidade-partida” foi disseminado pelo jornalista Zuenir Ventura (1994) e bastante utilizado atualmente pela sociologia urbana, em sua obra, o autor acompanha as vivências dos moradores de Vigário geral, corpo geográfico onde aconteceu uma chacina no ano anterior.

ramente razão de orgulho e felicidade para os jovens da rua Tauá e do pós-rolê, mesmo que em meio à tantas adversidades oportunizadas pelas desigualdades sociais e o modo nem sempre muito bonançoso em que o “rolê” é encerrado. Entretanto, na dança e no deleitamento do se “enfeitar” com suas características estéticas, o “Kit Maloka”, esses personagens notadamente adquirem ainda mais fôlego para resistir e agregar ao “rolê” e ao fenômeno do “Passinho”²⁶.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Amanda Palombo. Os meios de comunicação brasileiros e o surgimento da black music. **Revista Urutúgua – academia multidisciplinar**, Maringá, n. 22 out/Nov/dezembro. 2010. Acesso em: 30/09/2020.
- BUENO, Thales Martini. **Rolezinhos e seus aspectos econômicos, culturais e sociais**. Programa institucional de bolsas de iniciação científica, CNPq - Escola de administração de empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas. São Paulo. p 47. 2015.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- CASTILHO, Kathia. Prefácio. In: RAMALHO, Sandra. *Moda também é texto*. São Paulo: Edições Rosari, 2007. p. 11-17.
- FORNACIARI, C. **Funk da gema: De apropriação à invenção, por uma estética popular brasileira**. Belo Horizonte: Edição da autora, 2011.
- GOFFMAN, Erving. **Estigma: notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara. 1988
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2015.
- NASCIMENTO, Luana Pacheco Do. **No território do Passinho: transculturalidade e resignificação dos corpos que dançam nos espaços periféricos**. 2017. 122 f Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) – Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2017.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura** - São Paulo: Brasiliense, 2000.

26 Revisora: Simone Grace de Barros, graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco/PE 1997. e-mail: simone.grace@ufpe.br Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7164428104501210>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3491-2940>;

SEVERI, Fabiana Cristina; FRIZZARIM, Nickole Sanchez. **Dossiê Rolezinhos: Shoppings Center e violação de Direitos Humanos no estado de São Paulo.** Ribeirão Preto (SP): Faculdade de Direito de Ribeirão Preto FDRP/USP, 2015.

SIMÕES, Júlio Assis; FACCHINI, Regina. **Na trilha do arco-íris:** do movimento homossexual ao LGBT. São Paulo, SP: Fundação Perseu Abramo, 2009.

SOARES, Thiago. **Ninguém é perfeito e a vida é assim:** a música Brega em Pernambuco. Recife: Outros críticos, 2017.

VENTURA, Zuenir. **Cidade Partida.** São Paulo, Companhia das Letras, 1994.

VILLAÇA, Nízia. **A periferia pop na idade média.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

Data de submissão: 30/04/2021

Data de aceite: 04/11/2021

Data de publicação:14/01/2022



**OS DESAFIOS E AS POSSIBILIDADES CURRICULARES DO
CURSO DE DESIGN-MODA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO
CEARÁ, FRENTE À COVID-19**

*The challenges and curricular possibilities of the Fashion Design
Course at the Federal University of Ceara,
in front of Covid-19*

*Los desafíos y posibilidades curriculares del curso de diseño de
moda en la Universidad Federal de Ceará, frente al Covid-19*

Dra. Cyntia Tavares Marques de Queiroz¹
Dra. Emanuelle Kelly R. Silva²
Dra. Francisca R N Mendes³

1 Graduada em Estilismo e Moda (UFC) e em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (UNIFOR). Mestre em Design e Marketing pela Universidade do Minho – PT, e Doutora em Educação (UFC). Professora e Coordenadora do curso de Design-Moda, do Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará. Membro da Diretoria da Abepem; Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8945-0988>; Lattes: <https://lattes.cnpq.br/7196766489663741>; e-mail: cyntiatavares@yahoo.com.br

2 Graduada em Estilismo e Moda (UFC). Mestre em Sociologia (UFC). Doutora em Educação (UFC). Professora e co-tutora do Programa de Educação Tutorial – PETModa do curso de Design-Moda, do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará. É líder do grupo de pesquisas Naif, cadastrado no diretório de grupos do CNPq. Orcid: 0000-0002-8899-5174; Lattes: <https://lattes.cnpq.br/7515429942535146>; email: Emanuelle.silva@ufc.br

3 Graduada em História (FAFIDAM/UECE). Mestre em Sociologia pelo Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará/UFC, onde também concluiu o Doutorado. Professora do Curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC). Atualmente, também é tutora do Programa PET Moda UFC. Orcid: 0000-0002-1098-5953; Lattes: <https://lattes.cnpq.br/6279132644504627>; email: franciscarnmendes@gmail.com

RESUMO

O currículo do curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC) é objeto de constantes reflexões, tanto por parte do seu Colegiado, quanto do Núcleo Docente Estruturante (NDE), que considera o aluno, o professor, a instituição, o mercado, o cenário sociopolítico e as instâncias reguladoras do país. Se pensar o currículo em suas múltiplas dimensões já é um desafio por natureza, ampliam-se as dificuldades quando essa reflexão é exigida de modo urgente, frente a uma pandemia que nos afeta em todas as dimensões. O presente artigo tem o objetivo de apresentar os desafios e as possibilidades curriculares do curso de Design - Moda da UFC frente a Covid 19. Metodologicamente, esta é uma pesquisa-ação que se iniciou com a revisão bibliográfica em torno de categorias como currículo e educação superior e foi tomando corpo com os resultados obtidos em pesquisas de campo junto aos corpos docente e discente. Os dados obtidos nortearam as propostas de ações que pareceram mais adequadas ao contexto da pandemia.

Palavras-chaves: Currículo, Metodologias de Ensino, Design-Moda, Covid-19.

Abstract

The curriculum of the Design-Fashion course at the Federal University of Ceara (UFC) is the object of constant reflection both by its Collegiate and by the part Structuring Teaching Nucleus (NDE), which considers the student, the professor, the institution, the market, the socio-political scenario and the country's regulatory bodies. If thinking about the curriculum in its multiple dimensions is already a challenge in nature, the difficulties increase when this reflection is urgently required, in the face of a pandemic that affects us in all dimensions. This article aims to present the challenges and curricular possibilities of the Design - Fashion course at UFC against Covid 19. Methodologically, this is an action research that started with the bibliographic review around the curriculum and heigher education categories and was taking shape with the results obtained in field research with the teaching and student bodies. The data obtained guided the proposals for action that seemed more appropriate to the context of the pandemic.

Key words: Curriculum, Teaching Methodologies, Design-Fashion, Covid-19.

Resumén

El curriculum de la carrera de Diseño-Moda de la Universidad Federal de Ceará (UFC) es objeto de constante reflexión, tanto por parte de su Colegiado como del Núcleo Estructurante de Enseñanza (NDE), que considera al alumno, al docente, a la institución, al mercado, el escenario sociopolítico y los organismos reguladores del país. Si pensar el curriculum en sus múltiples dimensiones ya es un desafío por naturaleza, las dificultades aumentan cuando se demanda con urgencia esta reflexión, ante una pandemia que nos afecta en todas las dimensiones. Este artículo tiene como objetivo presentar los desafíos y posibilidades curriculares del curso Diseño - Moda de la UFC frente al Covid 19. Metodológicamente, se trata de una investigación acción que se inició con una revisión bibliográfica en torno a categorías como curriculum y educación superior y se concretó con los resultados obtenidos en la investigación de campo con la facultad y los estudiantes. Los datos obtenidos orientaron las propuestas de acciones que parecían más adecuadas al contexto de la pandemia.

Palabras clave: *Curriculum, Metodologías de Enseñanza, Diseño-Moda, Covid-19*

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O currículo é espaço de poder, objeto de constantes reflexões e que se constrói a partir da consideração à diferentes instâncias, tais como: o aluno, o professor, a instituição, o mercado, o cenário sociopolítico e os órgãos reguladores do país.

Se pensá-lo em suas múltiplas dimensões já é um desafio por natureza, ampliam-se as dificuldades, quando essa reflexão é exigida de modo urgente, frente a uma pandemia que nos afeta em todos os sentidos. O presente artigo tem o objetivo de apresentar os desafios e as possibilidades curriculares do curso de Design-Moda da UFC, frente à Covid19.

Metodologicamente, esta é uma pesquisa-ação, que se iniciou com a revisão bibliográfica em torno das categorias currículo, educação superior e estratégias de ensino-aprendizagem, e foi tomando corpo com os resultados obtidos em pesquisas de campo, junto aos corpos docente e discente.

Iniciamos com uma pesquisa de natureza qualitativa e exploratória, realizada com a participação dos professores do curso e representantes estudantis, utilizando a plataforma *Google Meet* como meio de coleta dos dados, durante os meses de abril e maio de 2020. Os resultados, somados às diretrizes nacionais e institucionais, levaram-nos à elaboração de um Plano de Atividades, implantado nos semestres 2020.1 e 2020.2. Ao término de ambos, voltamos a pesquisar os professores, agora na perspectiva de compreender os limites, as dificuldades e as possibilidade do ensino remoto. Com o mesmo propósito, e buscando a complementaridade dos dados, investigamos os estudantes.

O tema do presente artigo se faz necessário nos tempos atuais, quando ainda estamos imersos no contexto pandêmico e o ensino superior precisa se adequar às novas condições, de modo responsável e comprometido com a formação, mas sem desconsiderar as dificuldades advindas dos limites das disciplinas e também das desigualdades sociais.

Com isso, o texto está organizado em cinco tópicos principais: o currículo em suas dimensões; o contexto de incertezas gerado pela proliferação da Covid19 no Brasil e a paralisação das atividades consideradas não-essenciais pelas autoridades governamentais e de saúde; o processo de discussões e questionamentos sobre a continuidade das atividades letivas, levantados pelos professores do curso, diante do avanço da doença no Brasil e das sucessivas prorrogações das medidas de isolamento social decretadas pelo Governo do Estado do Ceará e o *Lockdown* instaurado na cidade de Fortaleza; as ações desenvolvidas pelo curso no sentido de minimizar os transtornos ocasionados pela Crise do COVID-19 aos estudantes do curso de Design-Moda; os resultados obtidos na pesquisa que avaliou os semestres remotos, tanto na perspectiva do docente, quando discente, utilizando como instrumentos de coleta de dados o *Google Forms* e as narrativas de formação

dos estudantes, obtidas durante a Parada Obrigatória 2020, evento destinado ao relato livre de estudantes, que avaliam o semestre em curso.

2 O CURRÍCULO NO ENSINO SUPERIOR

O Ensino Superior demanda docentes que, muito além de transmitir os conteúdos teóricos de suas competências, sejam mediadores do processo de aprendizagem, assumindo diferentes funções, tais como agente de socialização, avaliador, conselheiro, educador, mentor, pesquisador, planejador de aulas, entre outros. (GIL, 2010). Para além destes aspectos, que sejam capazes de pensar, junto aos seus pares, os conteúdos a se privilegiar no currículo dos cursos dos quais fazem parte.

O currículo pode ser compreendido como um complexo processo social, com múltiplas expressões e dinâmicas, pois se constrói no tempo e em determinadas condições. Para Sacristán (2000), é difícil aprisioná-lo em conceitos simples, esquemáticos e esclarecedores, tanto pela complexidade, como também por se tratar de um campo recente dentro da pedagogia. Para Silva (1999), há questões que toda teoria do currículo enfrenta: qual conhecimento deve ser ensinado? O que os estudantes devem ser, ou melhor, que identidades construir? Com base em quais relações de poder serão essas perguntas respondidas? Ou, nas indagações de Apple (2006): “Que tipo de conhecimento vale mais?”.

Falar em Currículo envolve uma referência a todos os processos formativos na história das civilizações, constituindo-se a partir de concepções diferentes em cada momento, nas tentativas de explicar como se percebe o mundo e buscando entender o seu funcionamento. Seus estudos nasceram nos Estados Unidos, com o desenvolvimento de duas tendências iniciais. Uma mais conservadora, que buscava igualar o sistema educacional ao sistema industrial, com base no modelo organizacional e administrativo de Frederick Taylor, outra mais crítica, que se contrapunha às concepções mais tradicionais e técnicas do currículo. Entre os estudos pioneiros está a obra “A ideologia e os aparelhos ideológicos de Estado, de Louis Althusser”. Sua teoria afirma que, longe de uma suposta neutralidade, a escola estaria contribuindo para a reprodução da sociedade capitalista, ao reforçar crenças que nos fazem vê-la como boa e desejável. Neste sentido, Bourdieu e Passeron reforçam tal premissa, ao afirmar que o currículo está baseado na cultura dominante, o que coloca crianças de classes inferiores em condições de desigualdade, por não dominarem os códigos exigidos pela escola. (SILVA, 1999).

Essas constatações trouxeram à tona a compreensão de que é inevitável a análise e a mudança da formação do currículo escolar, uma vez que este não é neutro, sendo indispensável visar as classes marginalizadas, tanto com ações de reparação, quanto para construir um sistema educacional com efeitos amplos, preocupado com a formação de cidadãos críticos e respeitosos com seus pares, este é o sustentáculo das teorias pós críticas.

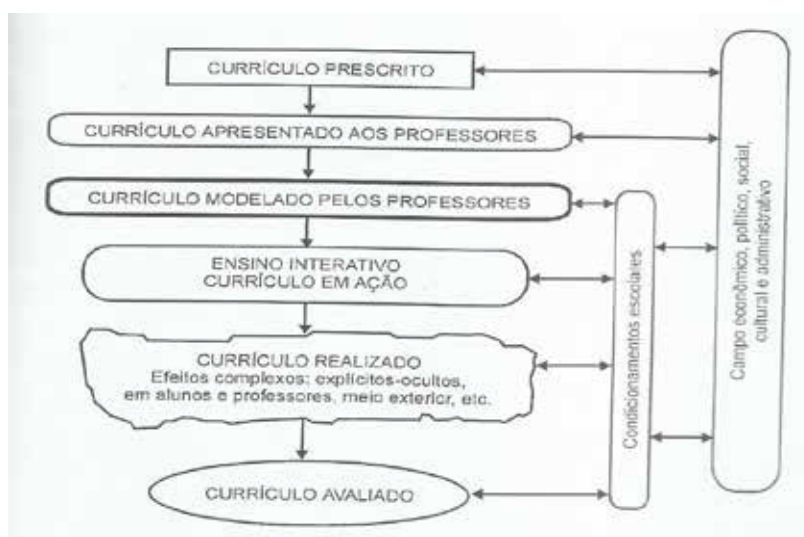
Elas consideram o fato de que vivemos uma nova cena histórica, com novas implicações no campo educacional, e, assim, fazem críticas aos conceitos e discursos da modernidade, como, por exemplo, razão, ciência e progresso.

Para Apple (2006), as pressões que os sistemas educacionais e, por conseguinte, os educadores sofrem das empresas e indústrias, que comumente referenciamos em nossas formulações curriculares, como “as demandas do mercado”, vão orientando os objetivos principais da formação escolar. Para o autor, seria necessário o currículo transmitir o conhecimento de todos nós, em vez de privilegiar o conhecimento das elites.

Apesar dos avanços neste processo todo, das teorias tradicionais à teorias pós-críticas, boa parte dos currículos mantém sua centralidade nos conteúdos, que, originalmente, indicavam um saber culto, elaborado sob a forma de disciplinas, originárias da tradição medieval e demarcando a valorização por saberes distribuídos em disciplinas especializadas, como expressão da cultura mais valorizada, polarizando com as teorias da complexidade, que defendem os saberes interdisciplinares. Não sem razão, uma das primeiras diretrizes no contexto da pandemia, referiu-se à definição de quais disciplinas se iria ofertar de modo remoto.

Para realizarmos as análises curriculares a que nos propomos, utilizamos o modelo de interpretação do currículo de Sacristán (2000), pela possibilidade de uma análise mais complexa. Esse modelo é construído no cruzamento de influências e campos de atividade diferenciados, porém, que se inter-relacionam de modo recíproco, conforme a figura a seguir:

Figura 1 - A objetivação do currículo no processo de seu desenvolvimento



Fonte: SACRISTÁN, 2000, p.105

Currículo *prescrito* são as prescrições ou orientações quanto aos conteúdos obrigatórios. “São aspectos que atuam como referência na ordenação do sistema curricular, servem de ponto de partida para a elaboração de materiais, controle do sistema etc.” (SACRISTÁN, 2000, p. 104). Cada país tem o seu próprio sistema e política, que fazem com que estes esquemas variem. Em condições normais, essas diretrizes eram estabelecidas no Brasil pelo Ministério da Educação – MEC. Contudo, no contexto da pandemia, o país ficou sem diretrizes, uma vez que os ministros do então governo não as estabeleceram, o que levou cada instituição a estabelecer suas próprias discussões.

O currículo *apresentado* aos professores é a materialização, a partir de livros-texto, documentos e demais instrumentos, que orientam as suas respectivas atividades educativas. Contudo, pela sua natureza de agente ativo, os docentes vão moldar o currículo, de acordo com a sua cultura profissional e os seus valores, originando o que Sacristán (2000) vai denominar de currículo *modelado pelos professores*. No momento em que as aulas foram suspensas, podemos considerar que este currículo *modelado* foi o plano elaborado pelo corpo docente, a partir das diretrizes institucionais, das discussões realizadas entre si.

É a prática real que sustenta a ação pedagógica, e quando se percebe o significado real das propostas curriculares. Portanto, esta análise do currículo *em ação* dá sentido real à qualidade do ensino. Ela foi possível pela oferta institucional de treinamentos para a utilização de plataformas virtuais; pelo esforço individual dos professores na obtenção de qualidades e habilidades que antes não lhes eram demandadas; e pela capacidade dos estudantes de se adaptar ao novo formato, o que envolveu aspectos emocionais, sociais e econômicos, exigindo suporte institucional, nos casos em que o discente não dispunha das ferramentas necessárias ao ensino remoto. Como consequência do currículo *em ação*, são produzidos os efeitos cognitivos, afetivos, social, moral etc., que o autor denomina de currículo *realizado*.

Sacristán (2000) apresenta-nos, por fim, o currículo *avaliado*, que reforça um significado, definido na prática do que é realmente. É nesta fase que as aprendizagens adquirem o *status* de valor.

Os níveis conversam entre si, de modo que podemos dizer que não se investiga currículo sem compreender suas fases. Apresentamos nesta pesquisa todas elas: *prescrito*, *apresentado*, *modelado*, *em ação*, *realizado* e *avaliado*.

3 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROCESSO DE RETOMADA DAS ATIVIDADES LETIVAS NA UFC FRENTE À CRISE DA COVID-19

Com base nas inúmeras recomendações das organizações internacionais de saúde e das medidas governamentais instauradas em razão da pandemia decorrente do coro-

na vírus (SARS-COV-2/COVID-19) e, principalmente, a partir dos Decretos Legislativos nº 33.510, de 16 de março de 2020, e nº 543, de 03 de abril de 2020, do Estado do Ceará, que reconheceram a situação de calamidade pública e emergencial em saúde, a Universidade Federal do Ceará estabeleceu a suspensão das atividades presenciais, que passou a ser prorrogada sucessivamente, conforme os decretos que ampliavam o período de isolamento social da população no Estado do Ceará, e a suspensão das atividades consideradas não-essenciais.

As atividades presenciais na universidade foram suspensas, portanto, a partir do dia 17 de março de 2020. Com as incertezas sobre o retorno das atividades presenciais, e sem diretrizes governamentais, o Conselho Universitário (CONSUNI) publicou a RESOLUÇÃO Nº 08 de 31 de março de 2020, que dispunha sobre ações a serem realizadas no âmbito da Universidade Federal do Ceará (UFC), estabelecendo as bases do currículo *prescrito* no contexto da pandemia. Dentre os principais pontos e recomendações dessa resolução, podemos destacar:

- Ajuste no calendário letivo após a “normalização” das atividades;
- Permissão às coordenações dos cursos a ajustarem integralmente o conteúdo didático, considerando a suspensão das atividades presenciais, garantindo as mesmas condições de ensino e aprendizagem aos alunos e seguindo o projeto pedagógico dos cursos;
- Determinação aos setores competentes da universidade para que estes fornecessem treinamentos e orientações aos professores, visando minimizar os impactos nas atividades acadêmicas no período, no que se refere à realização de atividades remotas, quando possíveis.

A partir da RESOLUÇÃO Nº 08/CONSUNI, a Pró - Reitoria de Graduação (PROGRAD) divulgou diretrizes para os cursos que desejassem dar continuidade às atividades letivas em modo remoto, no intuito de minimizar os prejuízos causados pela crise de saúde no andamento das atividades letivas.

Além disso, em 06 de maio de 2020, a Pró - Reitoria de Relações Internacionais e Desenvolvimento Institucional, em parceria com a Coordenadoria de Comunicação Social e Marketing Institucional, criaram uma Cartilha Virtual⁴ com dicas e orientações para realização de aulas remotas e, assim, possibilitando uma das três condições para o currículo *em ação*. O material apresenta, de forma simples e didática, alternativas digitais que podem ser utilizadas como ferramentas de ensino-aprendizagem. Elas vão desde plataformas institucionais, como o Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (SIGAA) e o Ambiente Virtual de Aprendizagem da UFC (AVA-SOLAR), até o uso de redes sociais como o Instagram e YouTube.

4 Disponível em: <http://www.ufc.br/noticias>. (Acessado em 11 de julho de 2020).

Durante o mês de maio, a universidade realizou uma pesquisa institucional *online*, por meio do SIGAA, com o intuito de mapear a situação da comunidade universitária, em suas condições de saúde, nível de acesso a ferramentas digitais, dentre outros aspectos. Estes dados, juntamente com o Painel de Indicadores da Graduação⁵, monitorado pela PROGRAD-UFC, subsidiaram o grupo de trabalho (GT) que elaborou a Proposta Pedagógica de Emergência (PPE) da UFC, apresentada à comunidade acadêmica e bastante discutida por representantes das classes docente, estudantil e de servidores técnico-administrativos durante o mês de junho. Essa foi uma etapa essencial para o currículo *em ação*, pois considerou o corpo discente na estratégia de ensino a ser implantada.

Paralelamente às discussões em torno do Plano Pedagógico de Emergência, que previa a retomada das atividades letivas para o dia 20 de julho, a universidade implantou o Plano de Formação para o Apoio e Acompanhamento das Atividades Educativas em Tempos de Pandemia de COVID19, alcançando a última condição para a realização da prática real. Ao longo do mês de junho, foram oferecidas diversas ações formativas, de apoio pedagógico e tecnológico, com o intuito de dar suporte para que a comunidade (estudantes, servidores docentes e técnico-administrativos) pudesse voltar, gradativamente, à rotina de estudos a partir de julho.

O Plano de Formação foi elaborado pela nova Escola Integrada de Desenvolvimento e Inovação Acadêmica (EIDEIA) e pela Pró-Reitoria de Graduação (PROGRAD), com apoio da administração superior e participação de diversos setores da UFC. Ele foi uma das táticas que integraram a Proposta do Plano Pedagógico de Emergência (PPE).

A soma desses esforços resultou na aprovação do referido Plano em 02 de julho de 2020 pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE) e a oficialização da retomada das atividades em modo remoto a partir de 20 de julho de 2020. Sobre o retorno às atividades, o Plano Pedagógico de Emergência (PPE-UFC) estabeleceu o prazo de cumprimento da carga horária total das disciplinas do semestre 2020.1, sendo o mínimo, 85 dias letivos e, o máximo, 100 dias letivos.

Apesar da aprovação do Plano Pedagógico de Emergência, as dezenas de cursos de formação online dirigidas pelo EIDEIA aos professores, estudantes e servidores, o processo de retomada não esteve isento de conflitos e de discussões. Obviamente, havia setores na universidade muito insatisfeitos com a retomada do semestre de modo remoto e, apesar de todos os esforços (distribuição de chips com acesso à dados de internet, cursos de formação, auxílios emergenciais aos alunos, manutenção das bolsas etc.), as condições não eram ideais para a retomada do processo de ensino-aprendizagem, principalmente no que se refere às disciplinas práticas, que demandariam o manuseio de instrumentos específicos e instalações adequadas à sua realização (laboratórios).

⁵ O Painel de Indicadores da Graduação consiste em um amplo banco de dados que atende às melhores práticas de construção de relatórios analíticos. Disponível em: <http://www.ufc.br/noticias>.

Há de se considerar, também, as questões de desigualdade socioeconômica agravadas com a crise decorrente da pandemia pelo COVID19, imputando aos professores o dilema entre fazer com que todos os alunos tenham acesso à formação, mas, ao mesmo tempo, que sejam avaliados dentro dos limites de suas possibilidades socioeconômicas, culturais, familiares, de saúde física e emocional.

No entanto, frente às incertezas sobre a retomada cem por cento presencial das atividades acadêmicas, a maioria dos professores, estudantes, servidores e dos diversos setores da UFC, incluindo-se as Unidades Acadêmicas, mostraram-se favoráveis e com condições de retomar parte das atividades em modo remoto. Tal decisão foi respaldada nas pesquisas realizadas pela própria universidade no período (como o Painel de Indicadores da Graduação. Disponível em: <http://www.ufc.br/noticias>)⁶ e em diversas reuniões realizadas durante os meses de abril, maio e junho de 2020, envolvendo o corpo docente e representantes estudantis, membros do Centro Acadêmico do curso de Design-Moda.

3.1 O PROCESSO DE RETOMADA DAS ATIVIDADES NO CURSO DE DESIGN-MODA

O avanço da pandemia no mundo, os sucessivos decretos de isolamento social na cidade de Fortaleza, o agravamento da crise política no Brasil, a falta de perspectivas sobre a condução do semestre letivo de 2020.1, e a preocupação com a formação dos estudantes foram fatores cruciais para o início dos debates sobre o nosso papel como docentes e cidadãos.

Diante de uma realidade totalmente desfavorável em vários sentidos, e após quatro semanas de espera por direcionamentos institucionais, alguns professores começaram a se incomodar com a sensação que misturava medo, ansiedade, impotência e inércia. Alguns questionamentos e provocações foram suscitados, primeiramente, no grupo de *whatsapp* dos professores do curso, tais como: *Essa pandemia vai durar muito tempo... não há previsão para vacina tão cedo...; muitos perderam seus empregos e os que ainda permanecem trabalham de forma remota, e nós? Vamos ficar parados? Temos que esperar a universidade decidir. Senão vamos trabalhar duas vezes, agora e depois; mas nós estamos recebendo nosso salário agora e depois; quando é que vamos entender que não há mais possibilidade de retomar aulas presenciais este ano? Não há vacina contra o vírus. Temos que pensar em alternativas; mas o que nós podemos fazer para minimizar os transtornos? Muitos alunos estão preocupados com a sua formação; mas muitos alunos estão enfrentando problemas de saúde; muitos alunos têm acesso à internet; mas muitos também não têm.*

⁶ Acessado em 11 de julho de 2020.

Essas interrogações e reflexões, iniciadas na rede social, demarcam o início da construção do currículo *modelado*, a partir do agendamento da primeira reunião de colegiado, realizada ainda no mês de abril de 2020 para tratar do tema: Planejamento de ações para minimizar os impactos da crise na formação dos estudantes. Nessa reunião, ficou decidido que os professores deveriam entrar em contato com suas turmas, no intuito de buscar saber como os estudantes se encontravam e se demonstravam interesse em retomar as atividades. Também ficou estabelecido que os representantes estudantis do Centro Acadêmico fizessem uma pesquisa com os colegas, no intuito de saber o percentual de alunos interessados em dar continuidade às atividades letivas e quais as suas principais dificuldades.

Em síntese, a primeira reunião estabeleceu as seguintes diretrizes:

- Cada professor deveria entrar em contato com a turma para perceber o interesse dos alunos em retomar as atividades;
- Os docentes deveriam preencher uma tabela disponibilizada pela coordenação com o Plano de Atividades para cada disciplina em modo remoto;
- Ficaram agendadas reuniões semanais para apresentação das atividades desenvolvidas, bem como os progressos e pontos de atenção.

Após essa primeira reunião, o curso de Design-Moda passou a realizar encontros semanais, com a presença do colegiado, coordenação, professores e representantes estudantis, para tratar do tema da continuidade das atividades letivas em modo remoto.

Nessas reuniões, tanto os professores como os estudantes apresentavam suas dificuldades com o direcionamento das atividades remotas, com o uso de ferramentas digitais e, também, trocavam ideias e materiais. Tais momentos serviram para aprimorar o senso de cooperação e solidariedade entre os docentes.

Um tema bastante recorrente nesses encontros foi o estado de saúde emocional dos estudantes e a dispersão deles, uma vez que o Centro Acadêmico vinha, aos poucos, perdendo a sua força representativa.

Nesse processo de retomada por parte do curso de Design-Moda, em que os professores vinham, aos poucos, conseguindo a adesão de suas turmas e desenvolvendo suas atividades pelo *Google Classroom* e *Google Meet*, as discussões políticas se acaloravam na UFC e, especialmente no Instituto de Cultura e Arte⁷, onde os demais cursos eram contrários à retomada das atividades e ao PPE. Porém, o plano foi aprovado, iniciando-se, então, as providências para sua efetivação.

Enquanto as demais unidades e cursos da universidade corriam para atender às exigências de retomada das atividades prevista para o dia 20 de julho, o curso de Design-Moda se encontrava em uma situação razoável, pois já possuía Planos de Reposição de Atividades de todas as unidades curriculares e a coordenação, bem como o colegiado, já

⁷ Instituto de Cultura e Arte da UFC, unidade acadêmica que abriga onze cursos de graduação no campo das artes, incluindo a moda e mais três cursos de Pós-Graduação.

vinha acompanhando e avaliando tais atividades.

Diante desse cenário, e em face do processo de finalização das atividades letivas desenvolvidas em modo remoto durante o semestre letivo de 2020.1, é imprescindível avaliar os processos e resultados obtidos junto aos professores e estudantes do Curso de Design-Moda.

4 RESULTADOS

O currículo *realizado* no ano de 2020 produziu os efeitos cognitivos, afetivos, social, moral etc., que se constituem em currículo *avaliado*, a partir do momento em que os estudantes e professores foram capazes de atribuir *status* de valor ao que ensinaram/aprenderam. Foi possível compreender essa dimensão curricular, a partir de dois momentos de pesquisa, com a aplicação de uma pesquisa via *Google Forms* destinada aos estudantes e professores, e com a realização da Parada Obrigatória, encontro promovido pela coordenação do curso, com o propósito de ouvir as narrativas de formação dos estudantes, referindo-se ao ensino remoto ao longo do ano. Optamos por omitir a identidade dos investigados, atribuindo-lhes letras aleatórias em suas falas.

4.1 Corpo Docente

De um total de 16 professores atuantes no semestre de 2020.1, 13 responderam (81,25%). Quando questionados sobre estarem preparados para o ensino remoto, mais de 50% relataram estar pouco, ou de modo algum, preparados. Entretanto, quando questionados se buscaram algum tipo de treinamento/formação para dar aulas virtualmente, 100% afirmou que sim, via programas institucionais, ou com os próprios colegas, como apresenta a professor (a) A:

Tutoriais sobre o Classroom, vídeos sobre como fazer vídeos, pedi ajuda a **especialistas das áreas** que eu estava dando aula, por exemplo, fiz aulas extras de Photoshop e fiz uma palestra com uma ex-aluna que trabalha com estampas e, acima de tudo, **contei com o apoio das minhas colegas de Unidade** e meus monitores, o que foi fundamental para a conclusão do semestre. (Prof. A, em questionário para avaliar o ensino remoto)

Quanto às plataformas mais utilizadas pelos professores durante o ano, a Google ocupa importante espaço. 100% utiliza o *Google Meet* em suas aulas síncronas, e 76,9 o *Google Classroom*. O Sigaa, Instagram e You Tube também se destacam.

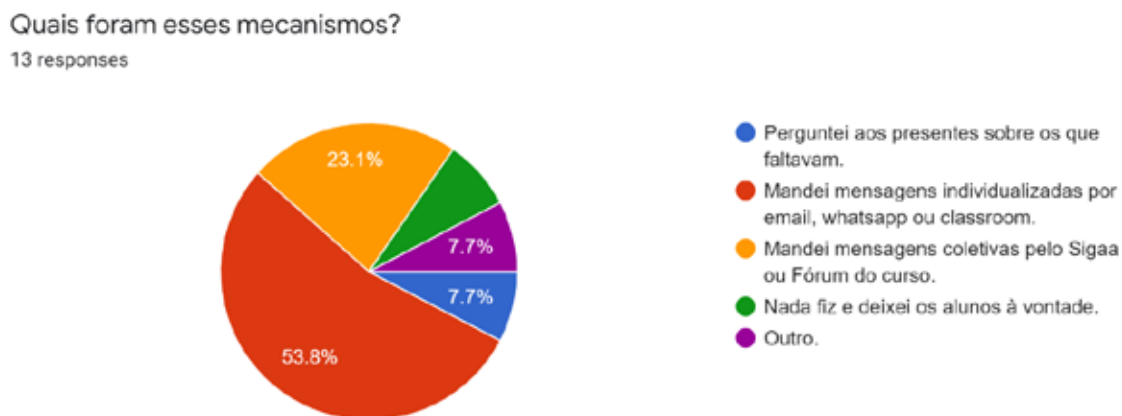
Gráfico 1 – Plataforma virtual mais utilizada



Fonte: Gerado automaticamente pelo *Google Forms*

Questionados se foram criados mecanismos para investigar as ausências dos alunos, 46,2% afirmou que sim, 46,2% em alguns casos, e 7,7% disse nunca ter feito. Dentre os que fizeram algo, mais de 53% enviou mensagens individualizadas.

Gráfico 2 – Mecanismos de investigação da ausência dos estudantes



Fonte: Gerado automaticamente pelo *Google Forms*

De um modo geral, o professor acredita que ajudou na adaptação do estudante ao novo momento.

Sim, procurei exercitar a escuta ativa, empatia e paciência, indicando os caminhos, dentro das plataformas, ouvindo as queixas e procurando soluções viáveis, considerando as diferentes realidades de cada discente. Ao longo de todo o semestre, costumava conversar com os alunos via *Google Meet* e, para tomar determinadas

decisões, gerava formulários, de modo que todos pudessem ser ouvidos e chegássemos a uma proposta que atendesse ao objetivo comum. (Prof. B, em questionário para avaliar o ensino remoto)

Quando questionados sobre os prejuízos discentes no ensino remoto, 46,2% acreditam em danos parciais. Porém, 38,5% percebem estudantes que melhoraram o seu desempenho no período da pandemia.

Gráfico 3 – Performance dos estudantes

Você acha que o fato das aulas terem sido realizadas remotamente prejudicou o desempenho dos seus alunos?
 13 responses



Fonte: Gerado automaticamente pelo *Google Forms*

Os professores avaliaram sua experiência com o ensino remoto entre excelente e boa. Para 76,9% ela foi boa, e para 15,4% excelente. Apenas 7,7% avaliou sua performance como regular.

Por fim, quando solicitados a apresentar sugestões de melhorias para o ensino remoto no curso de Design-Moda, o corpo docente apresentou muitas sugestões:

Acredito que procurar cursos de formação (...) possa contribuir com uma maior familiaridade com as plataformas, metodologias e adaptações necessárias para montar um plano de aula dentro desse formato remoto. (...) é necessária uma mudança de mentalidade também, posto que o professor passa a ser ainda mais mediador e coadjuvante do que no presencial. (...) É preciso abandonar a ideia de uma centralidade da figura do professor e procurar propiciar os processos coletivos e individuais. Nesse sentido, o desafio é também pensar em ferramentas de engajamento, de interação entre alunos. (Prof. C, em questionário para avaliar o ensino remoto)

Acho que podemos ter mais preparo e treinamento para utilizar as plataformas digitais; discutir o PPC de modo a encorajar a inserção de conteúdos e disciplinas em formato híbrido ou até mesmo em EAD. (...); os professores poderiam ser mais abertos ao diálogo e fazerem mais autoavaliações de seus processos de ensino-aprendizagem, tanto no formato remoto como no presencial; temos que quebrar fronteiras e tabus acerca do ensino remoto e híbrido para podermos pensar em al-

ternativas mais didáticas e envolventes de ensino; processos avaliativos como este são excelentes para tratarmos do assunto de forma objetiva, clara e transparente. Isso deve ser mantido; as programações voltadas ao espaço de fala dos estudantes devem ser retomadas, mesmo em formato online, como a Parada obrigatória e a Semana Zero para que possamos abrir espaços coletivos de diálogo. (Prof. D, em questionário para avaliar o ensino remoto).

O Corpo docente, em linhas gerais, reconheceu os limites do processo de ensino-aprendizagem, não apenas ao considerar a sua atuação, mas todas as questões adversas que a pandemia nos trouxe. Por outro lado, apresenta-se, em maioria, como um grupo que busca aprimorar-se a partir de formações e capacitações para o ensino remoto.

4.2 CORPO DISCENTE

Disponibilizado aos estudantes por meio de fórum virtual, o formulário foi respondido por 101 pessoas, amostra que representou 1/3 da totalidade e contemplou todos os semestres em curso. Questionados sobre a sua frequência no semestre, 59,4% avaliou entre ótima e boa, 31,7% como regular, e 8,9% relatou ter tido uma frequência ruim, conforme se observa no gráfico 4:

Gráfico 4 – Autoavaliação de frequência



Fonte: Gerado automaticamente pelo *Google Forms*

Buscou-se compreender as situações que contribuíram para as ausências. Mais de 50% dos pesquisados não se sentiram motivados e/ou interessados pela modalidade remota. Para 64,6%, problemas técnicos, relacionados à conexão ou equipamentos contribuíram para as suas ausências. 47,5% justificam suas faltas por situações de doença, física e/ou emocional. Para 21,2%, doenças com familiares próximos foram as razões de suas ausências. 36,4% apontam condições de espaço e privacidade como dificuldades enfrentadas.

Em menor percentual, outras causas aparecem, como dificuldades com a plataforma utilizada pelo professor, ou choque de horário com experiências de trabalho ou estágio.

Em questão aberta, questionou-se sobre qual(is) disciplina(s) os discentes obtiveram menor desempenho e a que eles atribuíam o seu resultado. As respostas foram variadas, porém, de um modo geral, predominaram: críticas à oferta de disciplinas práticas; relatos de desmotivação; evidências de despreparo docente para o ensino remoto; e falta de condições adequadas para o estudo domiciliar

Para a maioria dos estudantes, o ensino remoto prejudicou o seu desempenho nas disciplinas. Para 47,5%, o prejuízo foi parcial, mas para 37,6% houve total comprometimento.

Quando questionados se buscaram outras fontes de apropriação do conhecimento, além das aulas, 68,3% afirmaram ter buscado leituras, 84,2% utilizaram vídeos como fonte de pesquisa, 50,5% citaram redes sociais. Em menor incidência, foram citados Podcasts, artigos, documentários e Google. Apenas 5,9% assumiram não ter buscado nenhuma outra fonte de conhecimento durante o semestre.

A Google e suas ferramentas aparece como a plataforma com as quais os estudantes se sentiram mais confortáveis. 83,8% citou o Google Classroom e 87,9% o Google Meet. 50% dos pesquisados apontou o YouTube, 13,1% o Instagram e 20,2% o Sigaa.

Gráfico 5 – Plataformas confortáveis



Fonte: Gerado automaticamente pelo *Google Forms*

Quando se questionou se o aluno se sentiu afetado com o fato das disciplinas práticas não terem sido ofertadas, observamos que o percentual dos que se sentiram prejudicados é praticamente igual ao dos estudantes que não veem essa questão como um problema.

Entre os argumentos dos que se ressentem pela NÃO oferta estão, em sua maioria, preocupações com o tempo de formação. Entretanto, os estudantes entendem o momento, e, inclusive, defendem que as disciplinas práticas não devam ser ofertadas. A preocupação com o atraso para conclusão dos estudantes leva em consideração as disciplinas que tem pré-requisitos, o que, de fato, é uma realidade.

Afetou diretamente o semestre que vai iniciar, pois **não vou poder fazer algumas cadeiras que teriam pré-requisitos de cadeiras que deixaram de ser ofertadas**. É preciso buscar novas alternativas!!! Por mais que sejam cadeiras práticas, não é possível apenas aceitar que fique adiando a realização, enquanto não há nem previsão para retorno das aulas, muito menos do fim da pandemia. (Estudante. A, em questionário para avaliar o ensino remoto).

Entre os alunos que afirmaram que não foram prejudicados com a não oferta de disciplinas práticas, há igualmente a consciência de que atrasarão a sua formação.

Do semestre não houve prejuízo. Deixar essas disciplinas para quando as condições forem adequadas talvez atrase um pouco a condução da grade curricular, pois ainda não sabemos ao certo quando as coisas retomarão a normalidade. (Estudante. B, em questionário para avaliar o ensino remoto).

As respostas demonstraram claramente **preocupações com o tempo de formação**, sem mencionar preocupação com o aprendizado global do semestre: “O aprendizado, não sei, mas acredito que tenha interferido no meu tempo de formação”. Em geral, há uma clara evidência de que esses estudantes não compreendem a relação das disciplinas no semestre, os diálogos que fazem entre si e a interdisciplinaridade planejada no currículo do curso, pois não há, em nenhum dos relatos, menção a este aspecto como algo negativo na NÃO oferta das disciplinas práticas.

Apesar das dificuldades, quase 70% dos estudantes avaliou a sua experiência no ensino remoto como positiva. 8,9% achou péssima, e 17,8% ruim. Quando indagados se fariam suas matrículas nos semestres seguinte, 90% afirmaram que sim, porém, deste percentual, 26,7% afirmaram que se matriculariam no máximo de disciplinas possíveis, 26,7%, ao contrário, disseram que fariam poucas. 36,6% relataram que tinham consciência de que aproveitariam pouco, mas fariam suas matrículas por não desejarem atrasar suas formaturas.

4.3 NARRATIVAS DE FORMAÇÃO – PARADA OBRIGATÓRIA

Pressupondo-se que não é possível observar externamente os processos de formação, de conhecimento e de aprendizagem, sua descrição e compreensão devem ser realizadas pelos participantes, por si mesmos, através de narrativas de formação e de percursos intelectuais individuais; e narração de experiências de grupo. Partindo desse

pressuposto, o evento Parada Obrigatória, criado no ano de 2014, pela coordenação do curso de Design-Moda, como espaço de escuta de experiências de grupo dos estudantes, passou a ser realizado semestralmente.

No semestre de 2020.1, não foi possível realizá-la, dada a necessidade de tempo para adaptação ao ensino remoto. Contudo, ao término do ano letivo de 2020, foi possível encontrar os estudantes, mesmo que de forma remota e com uma presença inferior aos semestres anteriores (20% do total de matriculados). O objetivo principal e inicial das narrativas de grupo foi o de buscar respostas às seguintes indagações: Como você sentiu o Ensino Remoto? Em que sentido você se sente afetado em sua formação? De que modo a relação entre corpo docente e discente pode ser fortalecida no intuito de minimizar danos sofridos por ambos? O que foi assimilado e o que foi perdido?

Os estudantes se manifestaram de maneira muito colaborativa, apontando sugestões para o semestre seguinte, sem omitirem situações com as quais sentiram desconforto:

Houve disciplinas, que eu não sei o que aprendi. Uma sensação muito ruim de não saber o que estou fazendo ali. Assim como existiram professores maravilhosos, que deram sentido à minha vida neste ano tão difícil, existiram aqueles sem empatia nenhuma, que não se deram conta das mudanças que a Pandemia nos trouxe (Estudante. C, na Parada Obrigatória).

Apresentaram as variáveis que estão presentes em suas vidas e solicitaram uma atuação docente mais plural, no sentido da inclusão:

Eu adorava os Podcast de prof. E, ouvia quando lavava a louça, mas não conseguia assistir a aula síncrona, porque trabalhava no horário, porque a situação ficou difícil aqui em casa. Mas prof. F não gravava as aulas, na verdade nem usava o Google Classroom, que a gente apontou como uma plataforma infinitamente melhor que o SIGAA, e eu ficava muito perdido. (Estudante. D, na Parada Obrigatória).
 Acho isso, que quanto mais opções, melhor, porque nós somos diferentes. Eu já não consigo ouvir nada muito demorado, mas adoro estar com o professor no ao vivo, poder tirar minhas dúvidas, me sentir mais cobrado, porque se o vídeo tá lá, passa a semana inteira e eu não vejo. Quando me dou conta, tá tudo acumulado. (Estudante. E, na Parada Obrigatória).

O evento durou cerca de 2h e, além de apontarem necessidades de adaptação por parte de alguns professores, também forneceram sugestões para oferta, indicando número de estudantes mais adequado para turmas online, reforçando a ideia de que as turmas práticas não funcionam, mas, ao mesmo tempo, manifestando preocupação quanto à supressão de disciplinas práticas, no tocante ao atraso de suas formaturas.

Para todas as observações realizadas, a coordenação pôde realizar alguma ação, indo desde à criação de projetos de Graduação, Extensão e Pesquisa direcionados a suprir demandas sentidas nas narrativas, até diálogos com os docentes apontados nas falas.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa realizada apontou caminhos na condução das atividades docentes e administrativas do curso de Design-Moda durante o período da pandemia do Covid19. Ela se encerra por cumprir o seu objetivo inicial, de investigar os desafios e as possibilidades curriculares durante o ano de 2020, mas ela suscita continuidades, tendo em vista que não temos controle da situação pandêmica e permanecemos em modalidade remota no ano de 2021.

Nosso referencial teórico nos possibilitou compreender a interrelação entre o Ensino Superior e o Currículo, além de nos levar ao entendimento da dimensão do currículo como um complexo processo social, com múltiplas expressões e dinâmicas, e que se constrói no tempo e em determinadas condições. A abordagem de Sacristán (2000), nos auxiliou na construção de uma metodologia que envolvesse uma análise mais complexa, inserida no cruzamento de influências e campos de atividade diferenciados, porém, que se inter-relacionam de modo recíproco. As reflexões de Apple (2006) e Silva (1999) tornaram-nos vigilantes às relações de poder que são intrínsecas ao currículo e que privilegiam as classes sociais mais favorecidas.

Buscamos compreender o currículo no contexto da pandemia, em suas diferentes fases: *prescrito, apresentado, modelado, em ação, realizado e avaliado*. Os dados obtidos na pesquisa de campo, correspondem ao currículo avaliado, mas resultam de todas as outras fases.

Foi a omissão do Ministério de Educação que forçou as Instituições de Ensino Superior a elaborarem os seus próprios planos emergenciais, a exemplo do Plano Pedagógico de Emergência (PPE) da UFC. E a participação do corpo docente neste processo, o levou a se sentir pertencente e a modelar o currículo em aulas e orientações que refletiam as decisões do curso em unicidade. Este fato também contribuiu para que grande parte dos professores reconhecesse os limites do processo de ensino-aprendizagem, não apenas ao considerar a sua atuação, mas todas as questões adversas que a pandemia nos trouxe. Por outro lado, eles buscam se aprimorar, enquanto grupo, a partir do compartilhamento de experiências entre si e de formações e capacitações para o ensino remoto.

Aqueles que são citados como não empático, são justamente os que também se omitem em processos de discussão e construção curricular, constatação essa que, de certa forma, torna-se coerente e não afasta a importância de que todos os partícipes da dimensão curricular devem envolver-se em todas as suas fases, para que se sintam pertencidos ao projeto de formação do qual fazem parte. Não é possível afirmar que, de igual forma, isso ocorre com os discentes, pois, ao contrário dos docentes mais ausentes, não ouvimos estudantes que evadiram neste período da pandemia.

Assim, além de continuarmos com a investigação, nos moldes em que já se encontra, constatamos esta lacuna na pesquisa e iremos incluir os discentes que abandonaram disciplinas em nosso corpo de pesquisa⁸.

REFERÊNCIAS

APPLE, Michael. **Ideologia e Currículo**. 3.ed. Porto Alegre: ARTMED, 2006.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GIROUX, Henry; SIMON, Roger. Cultura Popular e Pedagogia Crítica: a vida cotidiana como base para o conhecimento curricular. *In*: MOREIRA, Antonio Flávio (Org.); SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). **Currículo, cultura e sociedade**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

GÓMEZ, Angel Pérez. O pensamento prático do professor: a formação do professor como profissional reflexivo. *In*: NÓVOA, António (Org.). **Os professores e a sua formação**. 3. ed. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1997.

SACRISTÁN, Gimeno. **Currículo**: uma reflexão sobre a prática. Porto Alegre: Artmed, 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu. **Documentos de identidade**: uma introdução às teorias do currículo. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

Data de submissão: 30/04/2021

Data de aceite: 04/11/2021

Data de publicação:01/02/2022



8 Texto revisado por HERMÍNIA MARIA LIMA DA SILVA - Graduada em Letras pela Universidade Federal do Maranhão (1987). Mestra em Letras (1997) e doutora em Linguística pela Universidade Federal do Ceará (2016). Professora de Língua Portuguesa da Secretaria da Educação do Estado do Ceará – SEDUC-CE. É pesquisadora do PROTEXTO, grupo de pesquisa do programa de pós-graduação em Linguística da Universidade Federal de Ceará. herminialiteratura@gmail.com



Traduções

**Proposal for fabrication of knitted upper using
the circular economy model**

**Adriana Yumi Sato Duarte¹
Regina Aparecida Sanches²**

¹ BA Textile and Fashion (Universidade de São Paulo), MS and PhD em Mechanical Engineering (Universidade Estadual de Campinas), Professor and Coordinator of the undergraduate Courses of Fashion Design and Graphic Design (Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio) email: adriana.duarte@ceunsp.edu, lattes: <http://lattes.cnpq.br/2850474849921610>, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4441-2691>

² Mechanical Engineering - Textile (Centro Universitário da FEI), MS and PhD em Mechanical Engineering (Universidade Estadual de Campinas), Livre Docente Professor (Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo), Professor of the undergraduate course of Textile and Fashion (Universidade de São Paulo), lattes: <http://lattes.cnpq.br/5363947733511902>, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2489-8540>

1 INTRODUCTION

The growing concern with social and environmental aspects has aroused the interest of consumers, who have been looking for differentiated products, especially about sustainability. The adoption of an ecologically and socially correct positioning is a worldwide trend and is being widely disseminated by the business environment. The materials used in the manufacture of shoe uppers, produced based on the circular economy model, enable the production that meet users who seek sustainable consumption.

According to Morseletto (2020), the circular economy can be defined as an economic model aimed at the efficient use of resources through the minimization of waste, reduction of exploitation of primary resources and closed cycles of products, product parts and materials within the limits of environmental protection and socio-economic benefits.

The conventional production process of footwear manufacturing – named linear model - requires a large number of steps to manufacture the final product, presents low complexity, uses simple technologies, which can be characterized as artisanal, with the massive use of labor and generates solid waste (fabric scraps). The production process of seamless knit upper shoes reduces working time by producing virtually complete uppers models, requiring no or little sewing and producing different patterns on the same product.

The main objective of this article is to evaluate the technical feasibility of manufacturing seamless knitted uppers, made in rectilinear knitting machines, using as raw materials fibers from fabric scraps, knits and non-woven fabrics discarded from the industries in the city of Ibitinga (São Paulo, Brazil).

The present study was designed to be applied in the city of Ibitinga (São Paulo, Brazil). Ibitinga was chosen because it has a vertical industrial park, with industries that manufacture textile yarns, weaving and knitted fabrics, dyeing, confections and sale of ready-made products.

The raw materials used by confections are generally weaving and knitted fabrics that can be of natural origin - made from fibers obtained from renewable sources and decompose quickly in the environment - or of chemical origin - produced from natural polymers (artificial fibers), renewable raw materials that decompose quickly in the environment or from synthetic polymers (synthetic fibers) non-renewable raw materials, mostly petroleum-based, and take decades to decompose in nature.

2 MATERIAL AND METHODS

The following raw materials were used to manufacture the yarns: recycled polyester fibers from PET bottles and shredded polyester fibers. The recycled polyester fibers were purchased and the shredded fibers, with a 100% polyester composition, were removed from the scraps of fabrics, knits and non-woven fabrics supplied by the clothing companies in Ibitinga.

Tissue scraps were cut in an automatic cutter and shredded in a shredder. First, the selection of the shavings to be shredded is performed. Then the selected fabric, knitwear and non-woven fabric scraps are cut to standardize the material to be processed. The shredded material is processed by a shredder to transform the clothing scraps into sheets of shredded fibers, which will be sent to the spinning mill and used in the manufacture of a new product (AMARAL, 2016).

The raw materials used in the manufacture of the yarns were 50% defibered polyester fibers and 50% recycled polyester yarns, yarns with linear density 19.7x1 tex (Nec 30/1) were manufactured in ring spinning (conventional).

3 CONCLUSION

The use of recycled raw materials, replacing virgin materials, will contribute to the reduction of CO₂ emission rates in the fiber extraction and manufacturing processes and in the use of large amounts of chemical products and water, for the manufacturing and dyeing of yarns or fabrics, because as colored fabric scraps were used, the yarns produced from the scraps of weaving fabrics and knits do not require dyeing.

By adopting materials with low environmental impact and new technologies for the production of seamless knitted shoe uppers, it is possible to reduce the disposal of solid waste from the clothing and footwear industries, the emission of CO₂, the use of chemicals and the use of water in the manufacture of new products.

In the manufacturing process of seamless knitted shoe uppers, when compared to the conventional process, there is a reduction in shoe manufacturing steps, as the shoe uppers are made in rectilinear machines in the final format and without generating waste. In this process, to complete the manufacture of sneakers, only the application of the sole will be necessary, in this way, there will be a decrease in the steps of the production process of the footwear industry, with increased competitiveness, reduced costs, increased production, and decreased human errors.

v

AMARAL, Mariana Correia do. **Reaproveitamento e Reciclagem Têxtil no Brasil**: ações e prospecto de triagem de resíduos para pequenos geradores. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. (In Portuguese).

MORSELETTO, Piero. Targets for a circular economy. **Resources, Conservation and Recycling**. v. 153, p. 104553, 2020.

Bobbin lace and upcycling: an innovation proposal

Monica Fernanda Vieira de Alencar¹

Luciana Dornbusch Lopes²

Lucas da Rosa³

Dulce Holanda Maciel⁴

Filipe dos Santos Avila⁵

1 MA Candidate at the Fashion Design Graduate Program (PPGModa) at Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Volunteer at the Fashion Design and Technology research group (<http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/30107>). BA in Fashion Design from Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), 2004. Professional experience since 2005: product development/fashion design. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2072408320568148>, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6209-5485>, email: monica.fvalencar@gmail.com.

2 PhD in Engineering and Knowledge Management, specifically Knowledge Media. Line of research: Media and Knowledge in Education, PPGEGC UFSC (2019). MA in Design and Graphic Expression, Design Graduate Program at UFSC (2012). Expert in Fashion: Creation and Production, UDESC (2004); BA in Fashion Design, specialized in styling, UDESC (2001). She is currently a professor at Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Centro de Artes (CEART) and associate at the professional masters program in Fashion Design (PPGModa). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5234493384525427>, email: d.lulopeslu@gmail.com.

3 PhD in Design (2012), Pontifícia Universidade Católica of Rio de Janeiro (PUC-Rio). Master in Education and Culture (2005) and expert in Fashion: Creation and Production (2002), both from Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Bachelor in Economics (2000) from Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). She is currently professor at UDESC, member of the BA in Fashion collegiate and of the professional master's program in Fashion Design (PPGModa). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1943713096006841>, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8429-2754>, email: darosa.lucas@gmail.com.

4 PhD in Production Engineering with emphasis on Design Management, Ergonomics and Environment, from Universidade Federal de Santa Catarina UFSC (2007). Master's degree in Production Engineering with emphasis on Environmental Management from Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2002). BA in Electrical Engineering from Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (1986). Post Graduation in Fashion Design from Estácio De Sá (2011). BA in Fashion from Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC (2011). Associate at the Professional Master's program in Fashion Design (PPGModa). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4018987357297369>, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0602-0198>, email: dulceholanda@gmail.com.

5 PhD in English Literature from Universidade Federal de Santa Catarina (2018). Visiting researcher at the University of Birmingham - Shakespeare Institute (2017). Professor of English at Univille. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4806302237224827>, email: filipe.avila@univille.br.

1 INTRODUCTION

Sustainability is a systemic concept encompassing economical, sociocultural, and environmental aspects. Proposing sustainable scenarios demands changes in production and consumption, and encompasses the development of cultural activities that promote new criteria and values. Fashion should be understood in direct relation to Design, both having expressive social scope in contemporary society, combining creative and disseminating activities involving symbolic patterns of desire and consumption. In line with sustainability and circular fashion, *upcycling* can be understood as an eco-friendly alternative to give new meaning to materials that would have been discarded, transforming something at the end of its lifespan into something new and of higher value.

Bobbin Lace is a traditional craft and folk art brought to the Island of Santa Catarina by Azorean families between the years of 1745 and 1748. Bobbins are small wooden coils which, when handled in pairs in rotary motion, weave line threads to make lace.

Considering this, and acknowledging the relevance of lace craft in the city of Florianópolis, the present study aims to present results of field research seeking new innovation possibilities for Bobbin Lace in Florianópolis. For this purpose, an innovation project was developed based on the Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos (Orientation Guide for Project Development or GODP) with a focus on Fashion Design (MERINO; VARNIER; MAKARA, 2020), resulting in a user-centered design project methodology, developed with the potential of local traditional crafts in mind.

2 DEVELOPMENT

Design sees the transition towards sustainability in a potentially fertile way and takes on the complex task of mediating production and consumption, tradition and innovation, local qualities and global relationships. This section is going to present the innovation project developed from the identification of Bobbin lace potentialities among the Bobbin craftworkers in Florianópolis.

GODP is a critical methodology with a user centered approach divided into 8 steps understood in three main moments: Inspiration (Stage -1: opportunity; Stage 0: prospecting; Stage 1: data collection), Ideation (Stage 2: data organization and analysis; Stage 3: creation of alternatives), Implementation (Stage 4: execution; Stage 5: feasibility; Step 6: final verification).

The method's objective is to consider the user as the starting point, to ensure planned systematicity to allow data collection, organization and analysis, thus providing relevant information to the project and, therefore, favoring the creative and marketing direction in product development.

In the first phase, Inspiration, initial research on macro-tendencies in the textile and clothing sector is conducted. This research showed that sustainability and immaterial values were the main innovation trends in this sector. All definitions for the project had product choice as their source, focusing on immaterial values and social, economical, and environmental sustainability of artisanal work developed in local communities: Bobbin lace in Florianópolis. During data collection, the first step was to define reference blocks: product, user, and context. Concerning the product, surveys were conducted to assess sales location, the products to be offered and their prices and, from the user's end, a survey was applied to identify their profile and map their potential expectations and needs. As for the context, the research accounted for the places where the product is inserted: from the origin to the territory where it's produced, sales channels, and contexts of use.

The second phase, Ideation, is composed of two stages: data analysis (2) and creation of alternatives (3). The opportunity identified in the market, by means of the 174 answers to the survey, is selling Bobbin lace through *e-commerce*. A chart was then designed by linking clients' needs, in order of priority, to product requirements and suggestion of possible solutions and innovation possibilities. The innovation project developed for the present research came to its conclusion with data analysis.

The project's challenge was to reconcile the consumer needs in terms of quality, costs, and access with artisan production aspects without the cultural values involved in such a production. To design environmentally oriented solutions with a focus on the reduction of the environmental impact of materials and processes, seeking eco-sustainable raw materials, such as Bobbin lace, represents a potentially sustainable production option, as it comprises small scale and usually cotton-based production. However, as the understanding of environmental sustainability evolves towards increasing a product's lifespan, a consideration of all the stages of production, distribution, consumption, lifespan, and disposal are necessary to further reduce the overall environmental impact. These considerations led to seeing circular fashion as an innovation proposal: offering a sewing and *upcycling* service for disposed and thrifted items and adding Bobbin lace to them.

3 CONCLUSION

Both Fashion and Design are fields related to social transformations. However, it's necessary to understand, and question, the mechanisms that feed fashion dynamics: ephemerality and obsolescence, the environmental impact and the lifespan of products, and their cultural function to social and individual identity, as it's necessary to strengthen diversity and transform social perspectives. The present study presented the development of a project to identify innovation opportunities in the areas of fashion design, more specifically traditionally handcrafted Bobbin lace in Florianópolis, to stimulate sustainable production and consumption. In Fashion, sustainability has been increasingly seen as a synonym for quality, comprehending ethics and social responsibility in production chains, combined with eco-efficiency in processes and raw materials management.

By shedding light on the valorization of local resources by means of value analysis in the productive chain, the present research contributes to a better understanding of the complexity of handcrafting activity and Design's potential as a strategic tool to develop the artistic, tourist, traditional, and cultural vocation of Bobbin lace to the sustainable development of the city of Florianópolis.

REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike R. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. 2 ed. São Paulo: Blucher, 2000.

BRAUNGART, M.; MCDONOUGH, W. **Cradle to Cradle** – Criar e Reciclar Ilimitadamente. Tradução de Frederico Bonaldo. São Paulo: Editora Gustavo Gili, 1ª Ed. 2014. Edição Kindle.

BRUNDTLAND, G. H. **Nosso futuro comum**: comissão mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

CAMARGO, Cariane W. **Ativismo de Design**: sistematização e proposição de estratégias projetuais para estimular o processo de transição cultural e social rumo à moda sustentável. 2019 Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Design. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

CANCLINI, Nestor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

CARUSO, Raimundo C. **Vida e Cultura Açoriana em Santa Catarina** – 10 entrevistas com Franklin Cascaes. Florianópolis: Cultura Catarinense, 1997.

FIGUEIREDO, Wilmara (org.). **Desde o tempo da pomboca**: renda de bilro em Florianópolis. Rio de Janeiro: IPHAN/CNFCP, 2015.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GONÇALVES, José R. S. Monumentalidade e cotidiano: Os patrimônios culturais como gênero do discurso. In: OLIVEIRA, Lucia Lipp (org.) **Cidade**: História e Desafios. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2002.

IPHAN. **Patrimônio Material**. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/276?_ga=2.88777885.780118248.1606520190-827730416.1599791355 Acesso em: 27 nov. 2020.

IPHAN; IELUSC; FACULDADE DE TURISMO. **Projeto Diagnóstico Documental do Patrimônio Cultural Imaterial de Santa Catarina**: Relatório Técnico. Joinville: Iphan, 2008. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/relatorio_tecnico_santa_catarina_pmpi.pdfhttp://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/relatorio_tecnico_santa_catarina_pmpi.pdf Acesso em: 22 nov. 2020.

KRUCKEN, Lia. **Design e Território**: valorização de identidades. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LEITÃO, D. K. Nós, os outros: construção do exótico e consumo de moda brasileira na França. **Revista Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, n. 28, p. 203-230, jul./dez. 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LUZ, Geovana A. **De artesanato a tradição**: a preservação da prática da Renda de Bilro na Ilha de Santa Catarina. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) – Graduação em Museologia, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2016. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/171278/TCC_geovana_alves_final.pdf?sequence=1&isAllowed=y Acesso em: 13 dez. 2020.

MAGALHÃES, A. E. **Triunfo**: a questão dos bens culturais no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira; Fundação Roberto Marinho, 1997.

MANZINI, E. **Design para inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E- papers, 2008.

MASCÊNE, Durcelice C.; TEDESCHI, Mauricio. **Termo de Referência**: Atuação do Sistema SEBRAE no Artesanato. Brasília: SEBRAE, março 2010. Disponível em: <http://intranet.df.sebrae.com.br/download/uam/Pesquisa/Artesanato/Termo%20de%20Referencia%20Artesanato%202010.pdf><http://intranet.df.sebrae.com.br/download/uam/Pesquisa/Artesanato/Termo%20de%20Referencia%20Artesanato%202010.pdf> Acesso em: Jan. 2021.

- MATSUSAKI, Bianca do Carmo. **Trajetória de uma tradição**: renda de bilros e seus enredos. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-11052016-111953/publico/MATSUSAKI_BC_M_TM_2016.pdf. Acesso em: 14 ago. 2021
- MERINO, Gisele S. A. D.; VARNIER, Tiago; MAKARA, Elen. Guia de orientação para o desenvolvimento de projetos - GODP - aplicado à prática projetual no design de moda. **ModaPalavra**, v.13, n.2, p. 8-47, abr./jun. 2020.
- MESSIAS, Fernanda Bocorny. **O Pentagrama da Sustentabilidade na visão da Economia Criativa**: um estudo da Economia Criativa na Austrália, Reino Unido, Argentina, Colômbia e Brasil. 2017. Dissertação (Mestrado) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/31461/1/2017_FernandaBocornyMessias.pdf. Acesso em: 21 set. 2021.
- MORAES, Dijon D., KRUCKEN, Lia. **Caderno de Estudos Avançados em Design**: Transversalidade. Caderno 2, v.1., Editora Santa Clara, Belo Horizonte: Editora Santa Clara, 2008.
- NICOLINI, Fernanda. Upcycling e acessórios. *In*: MAROTTO, Isabela. (org). **Mais sustentabilidade às marcas de moda**: Reflexões e Indicadores. Rio de Janeiro, e-book. 2017. p. 157 - 168. Disponível em: <http://porfavormenoslixo.com.br/wp-content/uploads/2018/01/LIVRO-SUSTENTABILIDADE-%C3%80S-MARCAS-DE-MODA.pdf>. Acesso em: 12 out. 2021.
- OKADA, Regina A.; BERLIM, Lilyan. Design de Moda: Possibilidade de inovação social e sustentabilidade. **Iniciação** – Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística. Edição temática de Sustentabilidade. São Paulo, v. 4, n.1, mai. 2014.
- SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o século XXI**: desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Nobel/Fundap, 1993.
- SALGUEIRO, Rafaela; LIMA, Rita de Cássia Pereira. Contribuições da teoria das representações sociais para (re)pensar o upcycling na área da Moda. **Revista Ensino em Artes, Design e Artesanato**: Dossiê Arte, Design e Artesanato: Resignificações e Relacionamentos em Rede. Florianópolis, v. 5, n. 2, p. 188 – 208, jun- – set/2021. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/ensinarmode/issue/view/738/313>. Acesso em: 2 set. 2021.
- SCHUCH, Alice Beyer. Moda circular: a moda sustentável pelo viés da economia circular. *In*: MAROTTO, Isabela. (org). **Mais sustentabilidade às marcas de moda**: Reflexões e Indicadores. Rio de Janeiro, e-book. *In*: MAROTTO, Isabela. (org). **Mais sustentabilidade às marcas de moda**: Reflexões e Indicadores. Rio de Janeiro, e-book. 2017. p. 57 - 71. Disponível em: <http://porfavormenoslixo.com.br/wp-content/uploads/2018/01/LIVRO-SUSTENTABILIDADE-%C3%80S-MARCAS-DE-MODA.pdf>. Acesso em: 12 out. 2021.
- SOARES, Doralécio. **Rendas e Rendeiras da Ilha de Santa Catarina**. Florianópolis: Atlas, 1987.

UNESCO. **Interconexões entre Patrimônio Cultural Imaterial e os Objetivos para Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://ich.unesco.org/en/dive&display=sdg#tabs> Acesso em: 14 mai. 2021.

UNESCO. **Lista Representativa do Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade Inscrição (13.COM): BobbinLace Slovênia**. Disponível em: <https://ich.unesco.org/en/RL/bobbin-lacemaking-in-slovenia-01378><https://ich.unesco.org/en/RL/bobbin-lacemaking-in-slovenia-01378> Acesso em: 4 mai. 2021.

WENDHAUSEN, Maria A. M. **Renda de Bilro**. Um legado açoriano transcendendo séculos em Florianópolis. Blumenau: Nova Letra, 2015.

REMODELANDO COLABORAÇÕES: CRUZANDO FRONTEIRAS DURANTE A PANDEMIA¹

Regina A. Root²

Stephanie N. Saunders³

Versão para o português: Carol Garcia⁴

¹ Originalmente, *Refashioning Collaborations: Crossing Borders during the Pandemic* foi publicado em 2021 em inglês, na *Middle Atlantic Review of Latin American Studies* (DOI: <http://doi.org/10.23870/mar-las.361>), sob licença *Creative Commons*. Considerando sua importância para a discussão em torno do tema desse dossiê, com o consentimento das autoras e da publicação original, apresentamos essa versão simplificada em português para maior alcance dos leitores deste idioma.

² Regina A. Root, PhD., é professora na William & Mary University, Estados Unidos. Especialista em design participativo e produção cultural, escreveu, entre outras obras, *The Latin American Fashion Reader*, *Couture and Consensus* e *The Handbook of Fashion Studies*. Dedicou-se às metodologias de design conceitual e ao desenvolvimento de experiências relativas à arte e às indústrias criativas. ORCID 0000-0003-1942-6282; email: raroot@wm.edu

³ Stephanie N. Saunders, PhD., é professora e chefe de departamento na Capital University, Estados Unidos. Sua pesquisa permeia estudos corporais, estudos espaciais, migração e identidade. É autora de *Fashion, Gender and Agency in Latin American and Spanish Literature*. ORCID 0000-0003-1337-344X; email: ssaunde2@capital.edu

⁴ Carol Garcia, PhD, é professora do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura, Urbanismo e Design do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Especialista em economia circular e design participativo, é autora de *Imagens Errantes: ambiguidade, resistência e cultura de moda*. ORCID 0000-0002-0393-0612; email: profcarolgarcia@icloud.com

1 INTRODUÇÃO

Durante a primeira fase da pandemia de COVID-19, um frenesi de quarentenas, fechamentos compulsórios e isolamento social materializou-se globalmente em distintos graus. Ao redor do mundo as pessoas assumiram novas realidades com foco crescente na flexibilidade e resistência, de alguns modos exaltando a importância da humanidade num dos períodos de maior alienação física jamais enfrentado anteriormente. A medida que os níveis de desemprego pipocaram, uma linguagem intrínseca também surgiu, relacionando, por exemplo, “isolamento social”, “máscaras”, “exposição”, “essencial e não-essencial”. Novas plataformas tecnológicas tornaram condições de trabalho híbridas e remotas mais acessíveis e necessárias do que nunca (para uma fração da população mundial), apesar de existir uma curva de aprendizado até mesmo para usuários mais ágeis. “Estamos juntos” se tornou um termo vigente. O acesso incrementado às plataformas tecnológicas, na maioria dos casos, parece haver facilitado conexões, mas não sem uma certa preocupação em termos socioeconômicos e de saúde humana. Nem todos os participantes tinham acesso ao wifi e muitos não podiam deixar suas casas. Quando o efeito dominó dos fechamentos compulsórios de negócios, cidades e fronteiras debruçou-se sobre planos de viagem, novas oportunidades de mobilidade virtual responderam por interações culturais e manifestações únicas em tempo real.

Em virtude da severa crise sanitária que ameaçava paralisar o futuro da moda e de outras indústrias criativas, os organizadores da décima edição do congresso Ixel Moda,⁵ situado em Cartagena, Colômbia, e também da segunda edição do Encontro Latino-americano de Indústrias Criativas, levantaram a viabilidade de buscar alternativas em âmbito virtual. Este ensaio explora um evento que, mesmo antes da pandemia, já se notabilizava por seus esforços inovadores. Embora ainda seja cedo para entender plenamente seus impactos sobre as indústrias criativas a longo prazo, esta descrição preliminar destaca as vozes dos principais organizadores do evento, que agiram rápido para desenhar um congresso global online sem precedentes na nossa opinião. A princípio, porque foi um congresso virtual das indústrias criativas. Em segundo lugar, porque Ixel Online foi além do que um congresso habitual faria em termos de discussões, tanto espontâneas quanto cuidadosamente roteirizadas. Parece-nos que a reinvenção massiva do que um congresso representa levou a novas conversas e colaborações, talvez algumas sem intenção prévia. Este ensaio detalha algumas delas, por meio do estudo de caso do evento virtual, reconhecendo amplamente que a discussão aprofundada de qualquer um desses desdobramentos está além do escopo desta descrição.

⁵ Confira o website do Ixel Moda: <http://www.ixelmoda.com>.

2 DESENVOLVIMENTO

Como muitos eventos acadêmicos, Ixel Moda sempre propiciou encontros face-a-face em Cartagena, atraindo milhares de participantes da América Latina, bem como do restante do mundo. Em 2020, os encontros por pouco não ocorreram, uma vez que os organizadores não conseguiam imaginar como criar esse tipo de congresso virtual a partir de um esboço em poucos meses. Danilo Cañizares (2021), diretor acadêmico, detalha o desafio de virtualizar um congresso inteiro rapidamente ao mesmo tempo em que protegia a integridade do Ixel Moda:

Entender o novo mundo digital, afrontar a virtualidade, pensar e planejar num cenário de confinamento, ter equipes de trabalho que desde suas casas aprenderam sobre novos métodos, mantendo a seriedade dos conteúdos e a formalidade dos processos, o que nos permitiu ao longo dos anos garantir um cenário responsável de transmissão de cultura e conhecimento; foram estes os grandes desafios que, como equipe, tivemos que encarar. Fizemos isso da perspectiva da inovação e da sustentabilidade, entendendo que não era somente um discurso, mas sim que deveria ser uma realidade e uma oportunidade de demonstrar a coerência de nossa linha de pensamento. Danilo Cañizares (2021)

Não obstante as dificuldades, um grupo chave de produtores culturais trabalhou dia e noite para auxiliar a desenvolver conteúdo para cinco dias sem precedentes. Isso se deu por meio de um congresso virtual tridimensional, que uniu artesãos, designers, chefs, acadêmicos, e outros criadores, em torno de intercâmbios em muitos aspectos da cultura – gastronomia, música, cinema, moda, política, exposições de museus, performance, artes decorativas, sustentabilidade, turismo e publicidade – no meio de um período difícil. Ixel Online, como foi promovido o evento, apresentou as artes criativas e criativamente tornou-se uma vitrine para as artes.

Os organizadores do congresso poderiam facilmente ter cancelado o Ixel Moda, especialmente porque não tinham nada alinhado virtualmente. As semanas de moda ao redor do planeta já haviam cancelado seus eventos. Jornais e outras mídias, mesmo as revistas de moda, pararam as coberturas habituais. Com as limitações de viagens, os eventos de moda se tornaram mais difíceis que nunca para realizar e reportar e, ao mesmo tempo, essa atenção era considerada como potencialmente inadequada. Os principais organizadores do evento, incluindo Erika Rohenes Weber, presidente executiva do Ixel Moda, assim como Cañizares, moveram-se rapidamente para congregar celebridades e outros profissionais que impulsionariam o congresso num novo coletivo, adquirindo um escopo ainda mais global.⁶ De acordo com Rohenes Weber, “cada ano se organiza em Cartagena de Indias, Colombia (sede oficial), convocando mais de 1.200 pessoas de todo o continente; ainda que em 2020, graças à magia do digital, a edição especial online conseguiu registrar mais

⁶ Veja, por exemplo, a cobertura feita por Camila Villamil Navarro para o periódico *El Tiempo*.

de 4.500 participantes e cerca de 11.000 visitas” (2021). O sucesso do Ixel Online no âmbito virtual resultou num planejamento para a edição de 2021 que envolveu, de acordo com Rohenes Weber, experiências 3D ao lado de espaços híbridos, permitindo que convidados presenciais, seguindo medidas de biossegurança, pudessem ofertar transmissões ao vivo por meio de redes sociais, facilitando conexões jamais imaginadas antes.

No caso do Ixel Moda Online 2020, a mensagem foi clara: o show continuaria e o trabalho para realizá-lo exigia uma pequena participação de todos. Vídeos de suporte criaram uma rica tapeçaria de vozes internacionais a favor de uma tessitura indestrutível de criatividade, indústria e academia, que sobreviveu à pandemia com força de vontade e espírito humanitário. Webinários via Zoom, que conectaram diferentes atores em distintos horários locais, ponderaram sobre o futuro das marcas de moda e mercados de design, o papel central da sustentabilidade e o simples “como reimaginar” o que todas as pessoas poderiam fazer para se conectar em meio aos *lockdowns*. Os tópicos incluíram o futuro da educação profissional em design, artesanato, e mercado de luxo. Dessa vez, contudo, a conversa não estava acontecendo em Milão, Nova Iorque ou Paris.

Diferentemente de tudo que ocorreu antes e, como empreendimento coletivo que abraçou toda forma de suporte que poderia efetivamente contribuir, tudo isso estava incluído. O congresso foi das oito da manhã às onze da noite, com música e cafés virtuais que mantinham acordada até a mais cansada das criaturas. Celebrando a herança cultural de muitas regiões, mas especialmente de Cartagena, Colômbia, Ixel Online obteve suporte das agências governamentais, museus e instituições culturais, e patrocinadores, que inundaram os profissionais criativos com um suporte muito necessário. Para que o show pudesse existir, e para que os alunos de design de moda pudessem ter disponíveis os meios aos quais estavam acostumados, as passarelas foram substituídas por *fashion films*, os artesãos utilizaram instalações virtuais para exibir suas peças ao invés de workshops presenciais, os chefs abriram diálogo acerca de suas inspirações e trocaram receitas, e designers de interiores ponderaram sobre novos meios de se expressar com o que tinham em casa, e não no escritório.⁷

Respeitando o luto, o trauma e a incerteza que o mundo enfrentava, Ixel Online também deu espaço às autoridades para falar, educar e prover recursos para questões que usualmente não teriam palco: violência doméstica, desigualdade e desconforto social. Também houve homenagens aos falecidos, como o professor de design Alex Blanch. Os acadêmicos ocuparam papel mais relevante no congresso, pois todos estavam interessados naquele momento nos assuntos que os pesquisadores discutem há décadas e que eram subestimados até então, como as questões alinhadas à sustentabilidade, na qual, majoritariamente, as indústrias criativas nunca tiveram interesse anterior em investir com

⁷ Veja o texto de Laura Anaya Garrido “Judy Hazbún: ‘Tenemos la valentía de transformarnos’” (2020), envolvendo a inclusão de *fashion films* no Ixel Moda.

recursos financeiros. Os pesquisadores continuaram a discutir o tema voluntariamente com empresários a partir desse interesse renovado, embora pudessem ter cobrado por opinião balizada em questões específicas. Ixel Online gerou a sensação de estarmos num laboratório de busca por novos conhecimentos e colaborações.

O formato virtual, criado pela empresa belga Hyperfair, permitiu que universidades e cursos de design cruzassem fronteiras físicas como jamais visto. No segundo dia, os computadores perdiam a conexão devido ao aumento intenso de audiência, e Ixel Online decidiu levar algumas sessões para seu canal no YouTube. Pessoas que tinham trocado cartões virtuais previamente podiam se conectar por texto ou WhatsApp para entender como participar dessas sessões multiplataforma e não perder nada da programação.

De muitas formas, Ixel Moda Online amplificou a necessidade de considerar a rica diversidade da América Latina, especialmente nos termos visuais que a moda oferece. Conforme Carol Garcia, membro do comitê científico, reconhece:

Em termos geográficos, a América Latina é um território amplo. No entanto, se acrescentarmos imaginação às imagens de selvas luxuriantes e cidades lotadas, há muito mais em que prestar atenção. A cultura impressionante que pulsa sob os estereótipos é ainda desconhecida, especialmente devido à mistura de origens étnicas, incluindo povos originários ancestrais e influências africanas, cuja presença raramente é documentada além da cultura visual. Paralelamente à comunicação escrita em português ou espanhol, herdada dos conquistadores europeus, as tradições locais de raízes indígenas têm sido transmitidas por meio oral, sem testemunhos escritos. Como consequência, não é difícil perceber que a cultura visual preenche um papel importante na preservação do legado do continente. Entre outros itens intimamente ligados ao estilo de vida original da região, as roupas fornecem um meio fundamental de documentação da vida cotidiana por meio de técnicas manuais como tecelagem, bordado, estamparia e uma ampla gama de materiais naturais coletados de diferentes biomas que coexistem. Um evento como Ixel Moda permite que este legado não apenas seja estudado e documentado, como também compartilhado, de modo que a jornada de roupas e adornos possa fornecer um ponto de vista único para quem quiser entender em profundidade as várias camadas que contribuem para um estilo de vida expresso por meio da moda. (2021)

Dessa feita, de muitas formas, essa nova plataforma assistiu conversações globais sobre desafios, estilo de vida e bem estar. Adicionalmente, celebrações da herança cultural forneceram aos designers e pesquisadores o que indubitavelmente formou um arquivo sobre culinário local, música, arquitetura, arte têxtil e tudo relacionado à moda.

Como experiência virtual tridimensional, cada participante engajou-se numa curva de aprendizado para vestir seu avatar (e com tantas opções no closet virtual, isso levou certo tempo), para usar essa mesma representação ao percorrer galerias e exposições, assim criando uma nova ordem além da sincronia com o tempo presencial. Mensagens de texto foram enviadas a outros avatares, batendo em sua porta virtual no momento de escoltar o avatar para o espaço do congresso. Guias para as visitas virtuais, assim como represen-

tantes para a diversidade e inclusão, cumprimentavam os avatares ao visitarem os espaços virtuais. Também era possível trocar de roupa virtual entre sessões. Os participantes podiam encontrar outros avatares e amigos nos espaços do evento durante o congresso. Adriana Betancur Betancur avalia essas experiências em rede: “Essas relações sinérgicas tiveram uma especial relevância durante Ixel 2020, que, fiel ao seu postulado vanguardista, assumiu o momento histórico único da humanidade, e conseguiu reunir, em uma agenda diversa e num cenário virtual, as visões mais qualificadas em temáticas de valor para a indústria e para a academia” (2021). As oportunidades para conexões pareciam, ao mesmo tempo, desajeitadas e espontâneas, dependendo do nível de engajamento com este mundo virtual. Cada instituição recebeu uma série de entradas gratuitas para membros do corpo docente, discente e administrativo, e, para o público em geral, o custo de admissão ao congresso era de dez dólares.

A experiência parecia altamente personalizada, com o fundo de conversas sérias sobre políticas de reabertura durante a crise global, a questão dos refugiados, aqueles em busca de emprego ou novas maneiras de imaginar sua carreira e estudos, o processo de paz em curso e os movimentos de reconciliação, questões sobre o papel do artesanato e da inovação no design, o significado de movimentos sociais recentes, todos em espaços virtuais. Laura Novik presidente do comitê científico, explica:

No contexto das profundas e aceleradas transformações sociais, políticas, econômicas, ambientais e biológicas que sacodem o mundo e a América Latina em particular, as instituições educativas de moda em nossa região têm a responsabilidade de preparar os futuros atores do setor com as habilidades e competências que permitam descobrir problemas e criar futuros possíveis para uma indústria em plena transição. Neste sentido, as tarefas de investigação e de formação comprometidas com o pensamento criativo e crítico, abordadas desde diversos contextos geográficos, com variedade de temas e enfoques disciplinares e desde uma perspectiva intercultural e decolonial, emergem como um imperativo. São algumas razões pelas quais considero que o Congresso Acadêmico de Instituciones de Moda (CAIM) pode converter-se em uma plataforma de caráter político, para o desenvolvimento de marcos teóricos alternativos e inclusivos, capazes de analisar e compreender a moda desde uma perspectiva regional, que aporte novos enfoques no atual contexto de desconstrução do sistema tradicional de moda em escala global. (2021)

Neste sentido, Novik identifica uma chamada para a ação da indústria de moda em relação a um discurso político, e especialmente o papel do Ixel Moda como plataforma dialética. A arte de conectar pessoas além de suas divergências, na missão crítica de apreciar e salvar as indústrias criativas, suas tradições e avanços, ganhou novo significado. A pandemia, aparentemente, trouxe à tona algumas mazelas, como pobreza e injustiça, questionando o que significa ser um ativista cultural, designer e empreendedor neste momento. CAIM, que Novik menciona, já deu início a encontros regulares para compartilhar desafios de longo prazo e inovações em design que possam responder à demanda. Tais

descobertas coletivas têm lugar de discussão no Ixel Online 2021.

Ao ampliar o contato entre colaboradores, Ixel Moda tornou-se um evento com maior propósito que, ao mesmo tempo em que centra a Colômbia como país anfitrião, vem trabalhando duro para selecionar maior diversidade para as indústrias criativas do que ocorria no período em que sua existência era presencial. Diante da pandemia, ou outros fatores pessoais e profissionais que possam limitar as possibilidades de participantes viajarem, Ixel Online continua a facilitar engajamento. Mesmo com as fronteiras fechadas, essa plataforma permitiu, e continuou permitindo em suas interações em 2021, novas oportunidades para aqueles que desejam encontrar outros participantes de conferências virtuais em mostras ou painéis, ou mesmo vagando no shopping center e nos espaços museológicos da plataforma digital.

3 REPENSANDO COLABORAÇÕES

Para os latino-americanistas, Ixel Online parece oferecer uma experiência sem precedentes aos participantes virtuais, incluindo apresentações noturnas via YouTube. Patrocinados pelo Ministério da Cultura colombiano e por Fontur, shows gastronômicos, vídeos de moda de toda a América Latina, concertos e performances de dança predominaram. Essas conexões facilitaram o acesso para que as performances de muitas partes do país fossem assistidas, dessa forma provendo uma flexibilidade que também parecia novidade, tanto quanto a oportunidade de partilhar essas experiências com colegas, estudantes, amigos ou familiares, que não teriam viajado junto com os participantes para uma conferência presencial. Ao mesmo tempo, promoveram boas vindas à Cartagena, Colômbia, para um turismo futuro.

É preciso questionar: lugares com menor atenção à herança cultural teriam semelhante atração para o participante? Com 4.500 participantes registrados e 11 mil visitas, Cartagena posicionou-se de forma única para facilitar uma experiência visual e virtual impactante. Como Danilo Cañizares explica, provavelmente não há substituição equivalente às experiências presenciais, por mais bem pensadas que sejam as instalações no mundo virtual. No entanto, há vantagens que não podem ser menosprezadas:

Acreditamos que devemos manter a diminuição das pegadas de carbono por meio de um congresso sem uso de papel, ou de documentos impressos, trabalhamos menos por meios físicos e com mais propostas a partir de um mundo digital, isso nos ajuda a entender um presente e um futuro no qual nosso compromisso vá além de ser um grande evento que congrega a maior rede acadêmica na América Latina em moda, e nos comprometa a manter um mundo viável para todos. Devemos ser pioneiros na construção de um pensamento conectado com a realidade de nosso mundo hoje. (2021)

Ixel Moda Online, ele nos lembra, continua sua trilha como congresso compromissa-

do com o diálogo, conexões e novas criações. Nada assim havia sido feito antes. O futuro era, como o tema do congresso anunciou, algo que ninguém poderia ter jamais imaginado.⁸

Nota: Todos os entrevistados deram seu consentimento para que suas reflexões pudessem ser reproduzidas neste ensaio.

8 A adaptação do texto original, de autoria exclusiva de ROOT, R. e SAUNDERS, S., foi realizada por Carol Garcia, de comum acordo com as autoras, para versão em formato de resumo expandido em português, de modo que o leitor poderá apreciar maior detalhamento no texto original em inglês.