

Vanessa Mayumi Ito
Pâmela Tavares de Carvalho
Organizadoras

TECENDO MEMÓRIAS:

PERCURSOS DE PESQUISA EM DESIGN DE MODA E TECNOLOGIA

SIMPÓSIO DE
PÓS-GRADUAÇÃO
EM
DESIGN
DE
MODA
IFSULDEMINAS


INSTITUTO
FEDERAL
Sul de Minas Gerais
Campus Passos

IFSULDEMINAS ENCONTRO
CIENTÍFICO
DE
PESQUISA
EM
DESIGN
DE MODA



TECENDO MEMÓRIAS:

PERCURSOS DE PESQUISA EM DESIGN DE MODA E TECNOLOGIA

Reitor - Cléber Avila
Diretor Campus Passos - Juliano de Souza Caliarí



EDITORA IFSULDEMINAS

**Conselho
Editorial**

Ana Cláudia de Abreu
Conrado Renan da Silva
Diogo Rógora Kawano
Flávia Cristiane Lima Marques
Franciele Menegucci
Josiane da Costa Mattos
Jussara Aparecida Teixeira
Luana Crispim Duarte
Lucília Lemos de Andrade
Maria Bernardete Oliveira de Carvalho
Maria Concebida Pereira
Marina Granja Arakaki
Natalie Rodrigues Alves Ferreira
Natani Aparecida do Bem
Pâmela Carvalho Tavares
Patrícia Aparecida Monteiro
Rodrigo Silva Nascimento
Vanessa Mayumi Ió
Wendell Lopes de Azevedo Braulio

Vanessa Mayumi Ito

Pâmela Tavares de Carvalho

Organizadoras

TECENDO MEMÓRIAS:

PERCURSOS DE PESQUISA EM DESIGN DE MODA E TECNOLOGIA

Passos - MG



**INSTITUTO
FEDERAL**
Sul de Minas Gerais
Campus Passos

2022

Copyright © 2022 by INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO SUL DE MINAS GERAIS (IFSULDEMINAS)

**TECENDO MEMÓRIAS:
percursos de pesquisa em design de moda e tecnologia**

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida, sejam quais forem os meios empregados, sem a permissão, por escrito, do **IFSULDEMINAS**. Aos infratores aplicam-se as sanções previstas nos artigos 102, 104, 106 e 107 da Lei no 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.

Projeto Gráfico, Diagramação e Capa
Revisores
Site

Ricardo Roque Corrêa e Vanessa Mayumi Io
Pâmela de Tavares Carvalho
<https://portal.pas.ifsuldeminas.edu.br/>

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
IFSULDEMINAS – Campus Passos
Biblioteca Clarice Lispector**

T251 Tecendo memórias [recurso eletrônico] : percursos de pesquisa em design de moda e tecnologia / organizadoras Vanessa Mayumi Io, Pâmela Tavares de Carvalho. Passos : IFSULDEMINAS, 2022.

Dados eletrônicos (1 arquivo : 11,9 mb).

Inclui bibliografia.

ISBN: 9786599914003

1. Moda. 2. Vestuário. 3. Sustentabilidade. 4. Cor no vestuário. 4. Ergonomia.
I. Mayumi Io, Vanessa, organizador. II. Carvalho, Pâmela Tavares de,
organizador. III. IFSULDEMINAS. IV. Título.

CDD 646

Elaborada por Jussara Oliveira da Costa – CRB 6/2801
Bibliotecária IFSULDEMINAS – Campus Passos

Sumário

- A INFLUÊNCIA DA REFORMA DO VESTUÁRIO NA MODELAGEM DE CORSETS NO INÍCIO DO SÉCULO XX** 12
Roseana Sathler Portes Pereira
Pâmela Tavares de Carvalho
- O RENASCER DA MODA: UM OLHAR PARA A MODA PÓS GUERRA E SUA CONEXÃO COM O PÓS PANDEMIA** 22
Maria Isabel Machado
- A REPRESENTAÇÃO NEGRA NAS CAPAS DA REVISTA 'VOGUE BRASIL'** 37
Ítalo José de Medeiros Dantas
Glauber Soares Júnior
Fabiano Eloy Atílio Batista
- DOCÊNCIA COMPARTILHADA NA INTEGRAÇÃO DE DISCIPLINAS NO DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO DE MODA: RELATO DE EXPERIÊNCIA** 48
Vanessa Mayumi Ito
Patrícia Aparecida Monteiro
Maria Bernardete Oliveira de Carvalho
Marizilda dos Santos Menezes
- PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA MODA: O UPCYCLING NO DESENVOLVIMENTO DE BOLSAS UNI.CO** 62
Natalie Rodrigues Alves Ferreira de Andrade
Patrícia Cristina Alves Lamy
Jéssica Sousa Costa

ANTIGAS TÉCNICAS DE ESTAMPARIA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O SLOW FASHION: UMA INVESTIGAÇÃO ATRAVÉS DE UMA REVISÃO SISTEMÁTICA BIBLIOGRÁFICA	76
Bruna Souza Viana Vanessa Mayumi Ito	
CORES E FORMAS DO CERRADO: ESTAMPARIA NATURAL COMO ALTERNATIVA ECOLÓGICAMENTE CORRETA	88
Juliana Cheschini Jacinto Patrícia Aparecida Monteiro	
INTENÇÃO E INTERPRETAÇÃO NAS MENSAGENS DAS CORES EM UMA COLEÇÃO DE VESTUÁRIO	99
Ítalo José de Medeiros Dantas Camila Assis Peres Silva	
DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE VESTUÁRIO COM FOCO EM FESTIVAIS DE MÚSICAS: UMA PRÁTICA	112
Leandro Gomez Bezerra Ítalo José de Medeiros Dantas Duciane Oliveira de Freitas Furtado	
ERGONOMIA APLICADA À MODELAGEM DE PEÇAS JEANS	127
Onnara Custódio Gomes Vanessa Mayumi Ito Ana Cláudia de Abreu Marizilda dos Santos Menezes	

Prefácio

Tecer e escrever são ações com semelhanças interessantes para aqueles que transitam pelo campo do design, da moda e da redação científica. Ao tecer entrelaçam-se os fios, que compõem estruturas, enquanto a escrita lida com as palavras e as organiza em textos e sentidos, assim, os textos e os têxteis têm sua origem no latim, *textere*, trata-se então de estruturar e compor. A área acadêmica do design de moda está, formalmente, há três décadas nas instituições de ensino superior no Brasil e tal qual um tecido em formação, sua trama é ricamente adornada com inúmeros olhares, conhecimentos interdisciplinares e a flexibilidade de se desmanchar e se reconstruir a partir das demandas sociais que se apresentam.

Neste livro, idealizado no âmbito Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais e organizado pelas pesquisadoras Vanessa Mayumi Ito e Pamela Tavares de Carvalho, são costuradas perspectivas que atravessam a moda, a sociedade e a memória, como no texto de abertura denominado *A influência da Reforma do Vestuário na Modelagem de Corsets no início do século XX*, das autoras Roseana Sathler Portes Pereira e Pâmela Tavares de Carvalho, que aborda as aproximações e fronteiras entre a moda e a saúde. Na reflexão sobre a moda e sua influência nos hábitos, o texto *O Renascer Da Moda: um olhar para a Moda Pós Guerra e sua conexão com o Pós Pandemia*, da autora Maria Isabel Machado, reflete sobre como o entendimento das manifestações de comportamento e consumo do passado pode contribuir no presente e nas conjecturas futuras. Ainda com o ponto de vista histórico, crítico e reflexivo, Ítalo José de Medeiros Dantas, Glauber Soares Júnior e Fabiano Eloy Atílio Batista que apresentam *A representação negra nas capas da revista 'Vogue Brasil'*, e as analisam na perspectiva da decolonidade. Demonstrando a maturidade da área, o artigo *Docência compartilhada na integração de disciplinas no desenvolvimento de um produto de moda: relato de experiência*, de autoria das docentes

e pesquisadoras Vanessa Mayumi Ito, Patrícia Aparecida Monteiro, Maria Bernardete Oliveira de Carvalho e Marizilda dos Santos Menezes pondera sobre a educação em moda e a importância da construção didática e metodológica na formação de designers que atuarão pelas próximas décadas, num mundo de trabalho cada vez mais complexo.

Dentre tantas complexidades que se apresentam no presente e que se acentuarão no futuro, o artigo intitulado Práticas Sustentáveis na moda: o upcycling no desenvolvimento de bolsas Uni.Co, das autoras Natalie Rodrigues Alves Ferreira de Andrade, Patrícia Cristina Alves Lamy e Jéssica Sousa Costa traz um estudo de caso que demonstra as estratégias que o campo da moda pode adotar para se adequar às práticas sustentáveis. Neste mesmo sentido, as autoras Bruna Souza Viana e Vanessa Mayumi Ito tratam sobre as alternativas sustentáveis no design de superfícies, tendo como ponto de partida, o estudo de técnicas ancestrais no artigo Antigas técnicas de estamparia e sua contribuição para o slow fashion: uma investigação através de uma revisão sistemática bibliográfica. O assunto é explorado também pelas autoras Juliana Cheschini Jacinto e Patrícia Aparecida Monteiro que escrevem sobre a obtenção de estampas por meio de recursos sustentáveis e de baixo impacto ambiental no artigo Cores e formas do cerrado: estamparia natural como alternativa ecologicamente correta.

Pensando o design de moda quanto ao projeto conceitual e operacional, Ítalo José de Medeiros Dantas e Camila Assis Peres Silva investigaram o potencial de compreensão e de sentido das cores pelos consumidores da Geração Z em seu artigo Intenção e interpretação nas mensagens das cores em uma coleção de vestuário.

Quanto ao processo projetual de design e sua contribuição na proposição de produtos eficientes, o artigo Desenvolvimento de coleção de vestuário com foco em festivais de músicas: uma prática, de Leandro Gomez Bezerra, Ítalo José de Medeiros Dantas e Duciane Oliveira de Freitas Furtado apresenta uma experiência prática do exercício projetual. Concluindo a reflexão sobre concepção e

operacionalização no design de moda, as autoras Onnara Custódio Gomes, Vanessa Mayumi Ito, Ana Cláudia de Abreu e Marizilda dos Santos Menezes apresentam a relevância do design ergonômico da produção do segmento jeanswear com o Ergonomia aplicada à modelagem de peças jeans.

Certamente, é uma bibliografia que traz muitas contribuições para o campo do design de moda ao enredar temáticas essenciais para o nosso tempo, como a história e a memória, a inclusão e a diversidade, a formação educacional, as questões ambientais e o contexto projetual e tecnológico. Em seu conjunto, como uma colcha feita a muitas mãos, ponto a ponto, converge para o comum objetivo de discutir o design e a moda e suas potencialidades na melhoria da qualidade de vida.

Franciele Menegucci



Franciele é doutora em Design pelo Programa de Pós-graduação em Design da UNESP (Bauru) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC). Possui título de mestre em Design pelo Programa de Pós-graduação em Design da UNESP (Bauru) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC).

Cursou Pós-Graduação em Gestão do Design pela Universidade Estadual de Londrina (2008) e Graduação em Estilismo em Moda pela Universidade Estadual de

Londrina (2006).

Trabalhou como docente de cursos de Design de Moda na Universidade Estadual de Maringá (UEM - Cianorte) de 2012 a 2015, como docente efetiva do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas (IFSULDEMINAS - Passos) de 2015 a 2021 e, atualmente, é docente efetiva do curso de graduação em Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

Tem experiência em ensino e pesquisa na área de Design de Produto, com ênfase em Design de Moda, atuando nos temas: pesquisa e desenvolvimento de produto, abordagens experienciais de ensino do design, design de materiais têxteis, superfícies têxteis e ergonomia.



A INFLUÊNCIA DA REFORMA DO VESTUÁRIO NA MODELAGEM DE CORSETS NO INÍCIO DO SÉCULO XX

Roseana Sathler Portes Pereira¹
Pâmela Tavares de Carvalho²

Resumo:

O presente trabalho objetiva investigar a apostila do Cours Complet D'enseignement Professionnel de La Coupe du Corset da École Moderne de coupe de Paris, publicado entre 1911 e 1912 para a compreensão dos impactos da Reforma do Vestuário e da pesquisa de Mme. Gaches-Sarraute na modelagem de corsets do final do século XIX e começo do século XX, revelando uma evidente congruência entre moda e medicina.

Palavras chave: Corset; Mme. Gaches-Sarraute; École Moderne de Coupe de Paris.

1 PEREIRA, Roseana Sathler Portes Pós Graduada em Modelagem do Vestuário - IFSULDEMINAS - CAMPUS PAS-SOS, rosesathler@gmail.com

2 CARVALHO, Pâmela Tavares de ; Mestre em Linguística - UNIFRAN; pamela.carvalho@ifsuldeminas.edu.br

INTRODUÇÃO

Ao final século XIX e começo do século XX o corset é alvo de intensas críticas promovidas pelos reformadores do vestuário – movimento que pretendia alterar a vestimenta de mulheres em prol de opções saudáveis e higiênicas. Neste cenário proliferaram patentes e estudos que tinham como objetivo promover uma nova configuração para o corset em detrimento de seu completo abandono. Dentre eles destaca-se o trabalho de Mme. Gaches-Sarraute.

Mme. Gaches-Sarraute foi uma médica francesa cujas investigações se cercaram dos impactos do corset sobre o corpo feminino e a busca por uma nova configuração que pudesse contribuir para a saúde de sua usuária. Ao contrário de diversos reformadores do vestuário, não se opunha ao uso do corset, mas sim acreditava que sua modelagem, tamanho e estrutura adequados poderiam promover bem-estar.

Publicado neste mesmo período, a apostila do Cours Complet D'enseignement Professionnel de La Coupe du Corset (1911-1912) de autoria de Mme. E. Lorentz e Mlle. A. Lacroix é um guia para a produção de diversos modelos em voga. O material contém lições completas para estudantes, e se mostra um objeto inestimável para investigação prática dos estilos ditos como saudáveis e da influência do trabalho de Mme. Gaches-Sarraute na construção de tais peças.

O presente trabalho tem como objetivo compreender de que forma o movimento da Reforma do Vestuário e a obra da médica Mme. Gaches-Sarraute impactaram os métodos de modelagem e a configuração dos estilos de corsets ensinados pela École Moderne de Coupe de Paris descritos na apostila do Cours Complet D'Enseignement Professionnel de la Coupe du Corset.

Tal investigação parte da hipótese de que as novas configurações dos modelos de corsets em voga na virada do século XX foram amplamente impactadas pelo trabalho da médica e que, portanto, a extensão das diretrizes estabelecidas por ela abrangeria a metodologia da École Moderne de Coupe de Paris para a modelagem de tais peças.

A CORSETERIA DO INÍCIO DO SÉCULO XX NO CONTEXTO DA REFORMA DO VESTUÁRIO

Em meados do século XIX, a confecção dos corsets se massifica em decorrência da industrialização. Steele (2001) observa que a variedade da oferta de tais peças as tornaram acessíveis à diversas classes sociais. Peças de 3 francos eram usadas por mulheres da classe operária e camponesas, enquanto corsets suntuosos, confeccionados sob medida e bordados, poderiam valer até mesmo 200 francos.

A confecção caseira também era uma possibilidade de acesso aos corsets. Inúmeras publicações ofereciam diretrizes para esse tipo de manufatura, com o

intuito de contribuir para a economia do lar e para a capacitação de jovens que buscavam dominar funções úteis ao trabalho doméstico. Doyle (2002) observa que a edição de 1857 da publicação norte-americana Godey's Lady's Book and Magazine conta com direcionamentos detalhados para a confecção de um corset. A configuração dos corsets desde a sua industrialização passou por transformações diversas, mas conservavam em comum a característica da redução da linha da cintura em toda a sua circunferência, promovendo, dessa forma, uma constrição distribuída que, por consequência, empurrava o volume da região abdominal em direção à sua extremidade inferior.

A busca pela criação de corsets tidos como saudáveis passa a ser considerada com muita atenção a partir de 1875. Os debates acerca da adequação da vestimenta feminina aos conceitos de saúde vigentes ganharam força com a formação da Sociedade do Traje Racional em 1881, esta se inspirava na indumentária renascentista e da Idade Média para conceber a Roupas Estéticas, que se caracterizava por ser mais folgada e conter poucos adornos (BARBOSA, 2009).

Cunningham (2000) nota que estas não eram preocupações de um único grupo, artistas, feministas, higienistas, educadores, físicos, médicos, arquitetos, religiosos, dentre outros, se preocupavam em debater e propor melhorias para o vestuário feminino.

MME. GACHES-SARRAUTE E O NOVO CORSET

No contexto higienista, Madame Inés J. Gaches-Sarraute, formada em medicina, concentra sua investigação acadêmica na busca por soluções que possibilitassem a criação de um corset saudável. Como resultado, publica *Le corset: étude physiologique et pratique* em 1900. A obra trata de um amplo estudo acerca dos efeitos nocivos da corsetaria em voga até então, e propõe soluções para repará-los.

Mme. Gaches-Sarraute propunha a usar os seus conhecimentos acerca da anatomia e medicina para pensar em alternativas aos formatos considerados nocivos (GACHES-SARRAUTE, 1900), o espartilho proposto pela médica e autora, tinha como objetivo sustentar os órgãos e vísceras sem comprimi-los e conseqüentemente empurrá-los para baixo. Para tanto, libertava completamente o busto porque começava na altura da base do esterno (processo xifoide) e colocava sobre o osso ilíaco a tarefa de suportar todo o peso advindo da ação do corset sobre o abdômen.

Dessa forma, o comprimento do corset deveria ser estendido além do que o comprimento convencional de seus antecessores, atingindo alguns centímetros abaixo da dobra da virilha. Abaixo dessa linha, uma cinta deveria continuar o suporte, para tanto deveria ser expansível e desprovida de estrutura rígida a fim de garantir certa mobilidade.

Na região torácica o corset de Gaches-Sarraute deveria apenas abraçar o

corpo sem promover nenhuma alteração. A médica ainda observa a necessidade de deixar uma folga na região superior para alocar o volume estomacal comprimido, prática que considera mais adequada do que a alocação na parte inferior.

Mme. Gaches-Sarraute inaugura com seus estudos uma nova fase para a corsetaria, que, amplamente adotada, define a silhueta dos primeiros anos do século XX. Denominada silhueta em S, esta tinha como característica a completa planificação da região abdominal e o corset responsável por promovê-la deveria ser criado para produzir curvas a partir da lateral em direção às costas, ao mesmo tempo que projetava o busto criando o efeito conhecido como “peito de pombo”.

COURS COMPLET D’ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL DE LA COUPE DU CORSET DA L’ÉCOLE MODERNE DE LA COUPE

A edição de setembro de 1917 da segmentada revista francesa *Les dessous elegants* recomendava para jovens e senhoras a *L’école moderne de la coupe de Paris* como a maior e mais popular escola para capacitação em corsetaria, lingerie e costura.

Dois das apostilas formuladas para o desenvolvimento dos cursos da escola podem ser consultadas integralmente no acervo digital da Biblioteca Nacional da França. Faz-se importante dizer que as apostilas da *L’école moderne de la coupe de Paris* são de autoria de Mme E. Lorentz e de Mlle A. Lacroix, diretora e professora da escola, respectivamente. Uma característica notável de tal material é o detalhamento da metodologia, fato que pode ser atribuído à disponibilização de tal conteúdo didático para a formação por correspondência, formato que necessitaria tornar o processo de ensino autoexplicativo.

Frente às descrições abordadas, este trabalho, na busca por compreender os impactos da reforma do vestuário e da proposta de Mme. Gaches-Sarraute na modelagem de corsets no início do século XX, se dedica à análise da apostila intitulada *Cours Complet D’Enseignement Professionnel de la Coupe du Corset*, cuja data de publicação remete aos anos de 1911 – 1912 de acordo com as informações disponibilizadas pela Biblioteca Nacional da França. Suas lições se dedicam a explicar a modelagem e confecção de vinte e um modelos diferentes de corsets, e o material oferece também instruções detalhadas acerca das medições, instrumentos de trabalho, criação das linhas para construção da modelagem, estruturação e acabamentos.

Nos textos introdutórios da apostila nota-se a preocupação em diferenciar o corset denominado moderno das demais peças que o antecederam. As autoras enfatizam que tais alterações se devem aos protestos dos higienistas contra o uso do corset, que resultaram no aprimoramento da peça, agora, em sintonia com a anatomia do corpo feminino, sendo útil e higiênica.

As autoras demonstram por meio de ilustrações as diferenças entre um corset anti-higiênico e o corset moderno, analisando o efeito de sua modelagem e

estrutura na compressão exercida sobre o corpo: O corset anti-higiênico seria uma peça mal desenvolvida e ultrapassada, responsável pela causa de efeitos insalubres como deformações nas costelas, deslocamento do estômago, compressão dos pulmões e do coração, deformação do fígado e compressão dos intestinos em direção à pélvis.

Em oposição a este antigo modelo, o corset moderno seria cientificamente desenvolvido para manter os órgãos em seus lugares sem comprimi-los. Característica que, além de oferecer flexibilidade e movimentos e conforto, responderia às exigências da higiene e elegância.

Cumpridos os aprendizados preliminares, os modelos de corsets a serem desenvolvidos são introduzidos. A sequência das lições é organizada considerando um grau de dificuldade crescente, dessa forma o Corset Droit en 4 pièces é o modelo introdutório. Para este trabalho, evidenciaremos os modelos que ofereçam, mais explicitamente, contribuições para a investigação das influências da Reforma do Vestuário no Cours Complet D'Enseignement Professionnel de la Coupe du Corset.

O modelo de corset em tricot (3 peças) e o modelo denominado "médico" (2 peças) são modelos indicados para mulheres que sofrem com dores. O primeiro, também seria recomendado para momentos de repouso. O texto não especifica quais seriam tais dores e desconfortos, mas informa que a peça médica deveria ser usada por mulheres que não desejam ser incomodadas pelo uso do corset.

Mme E. Lorentz e de Mlle A. Lacroix enfatizam que o corset de tricot seria muito diferente dos demais, e de fato, a peça parece oferecer uma estrutura muito mais leve e conseqüentemente um conforto superior proporcionado pelo material no qual seria confeccionado.

Em sua descrição, o corset ortopédico (6 peças) é indicado para todos os tipos físicos e pode ser uma peça convencional alterando-se a sua estruturação. Na versão ortopédica o corset deveria apresentar uma maior rigidez na região dorsal e facilitar o uso de muletas.

Na proposta de uso de tais modelos nota-se o uso do corset também com finalidades terapêuticas, o que reforça a necessidade dos conhecimentos sobre a anatomia feminina apresentados no prefácio da apostila. O trabalho da corsetière parece ocupar uma região limítrofe entre a medicina e a moda.

A apostila inclui também a confecção de sutiãs. A primeira menção à peça aparece na lição do modelo Corset (formant soutien-gorge) de nove painéis, que buscava integrá-lo ao corset de modo a unir ambas as funcionalidades em uma única peça, tal como os modelos vitorianos. Entretanto, nele, a modelagem do busto deveria ser feita separadamente e não como uma continuidade dos painéis a fim de que o bojo seja costurado posteriormente no processo de montagem. O resultado possibilita que a estrutura das costas ofereça o suporte necessário para segurar o busto sem a necessidade de alças.

Dois outros modelos de sutiãs são ensinados pelas autoras. Estas são peças independentes, cujo uso deveria ser associado ao corset ou ao cêinture, explorado

a seguir. Na introdução das lições é possível observar a necessidade do sutiã causada pela moda dos corsets cada vez mais baixos no busto.

Duas lições da apostila são dedicadas à peça que se caracteriza como um cinturão, cuja funcionalidade estava em achatar a barriga e os quadris de acordo com as exigências da moda. As autoras observam que o efeito de seu uso seria semelhante ao do corset, se associado ao uso do sutiã, resultando em uma composição elegante, que seria disponibilizada pelas corseterias luxuosas.

A versão em oito painéis é indicada para mulheres que sofrem com dores estomacais, pelo fato de se localizarem abaixo do estômago quando vestidas, deixariam este órgão livre da pressão exercida pela sua estrutura. A versão em dez painéis deveria servir de apoio ao abdome e não o achatar propriamente, novamente a indicação de uso é feita com base em sintomas que a peça poderia aplacar, neste caso, seu uso seria adequado para mulheres que sofrem com doenças do ventre.

MATERIAL E MÉTODOS

De caráter qualitativo, tal pesquisa se vale da revisão bibliográfica de autores que tem a história da moda e a história da corseteria como objetos de sua pesquisa. Tais referências são fundamentais para construir argumentos sobre as interferências do trabalho de agentes do campo da medicina e da moda na configuração dos estilos vigentes de corsets no final do século XIX e começo do século XX.

O levantamento bibliográfico possibilitou delinear o cenário no qual o trabalho das autoras analisadas se desenvolve. Por tal cenário, entende-se o contexto da Reforma do Vestuário nas últimas décadas do século XIX e no começo do século XX. A compreensão dos estilos de corsets vigentes neste mesmo período também viabilizaram a análise dos impactos do trabalho de Mme. Gaches-Sarraute nas transformações que se deram a partir de sua referida publicação.

Pela perspectiva da moda, as obras consultadas propiciaram vislumbrar relações entre a corseteria e a vestimenta de tais períodos. Os pontos de contato observados foram fundamentais para o diagnóstico das rupturas e permanências que se deram no processo de incorporação das propostas da médica.

RESULTADOS E DISCUSSÕES: relações entre o Cours Complet d'enseignement Professionnel de la Coupe du Corset da L'École Moderne de la Coupe de Paris, Mme. Gaches-Sarraute e a Reforma do Vestuário.

O movimento higienista do século XIX fez da saúde tema central de debates em diferentes esferas sociais, que se ocuparam de uma completa revisão de hábitos e costumes para adequá-los aos padrões de higiene então estabelecidos. Neste contexto, Mme. Gaches-Sarraute, com base em seus estudos, propõe uma

nova versão para o corset que considera saudável.

As suas principais inovações se dão na modelagem. Enquanto os exemplares vitorianos tardios produziam curvas em toda a circunferência da cintura, abrangiam o busto para oferecer sustentação e terminavam na região da bacia, a modelagem desenvolvida pela médica propunha planificar a região frontal do abdômen, de modo que a curvatura da região da cintura começasse a ser produzida a partir da lateral e se pronunciasse na região dorsal. O comprimento do corset de Mme. Gaches-Sarraute deveria ser mais longo, para que o peso da região suportada por ele se concentrasse na região da bacia, e não recaísse sobre os órgãos internos.

Tais características encontram grande similaridade com a apostila do Cours Complet D'Enseignement Professionnel de la Coupe du Corset. O corset moderno exibe comprimento inferior mais alongado em relação ao corset anti-higiênico, e também desenha uma silhueta plana na região frontal e curva na dorsal.

Uma outra inovação proposta pela médica na abrangência da peça estava justamente na redução de seu comprimento superior se comparada com os estilos anteriores. Não mais o corset seria usado para oferecer suporte e conformar as mamas. Ele deveria começar abaixo do processo xifoide, necessitando de uma segunda peça para cumprir tal função. Para Mme. Gaches-Sarraute o corset racional não poderia cobrir os seios, sob pena de perder as suas qualidades (GACHES-SARRAUTE, 1900).

Entretanto, os modelos de corsets propostos pela da L'école moderne de la coupe de Paris não obedeciam a tal princípio e se prolongavam até pouco além da altura dos mamilos. Este era justamente um ponto central da proposta de Mme. Gaches-Sarraute para seu corset saudável, que deveria deixar as costelas falsas livres e oferecer um espaço para a localização do estômago no momento de sua dilatação em decorrência da alimentação. Para tanto, a médica sugere que o busto passe a ser sustentado por meio do sutiã, proposta que foi uma grande crítica do seu trabalho, visto que uma das funções primordiais do corset estava justamente em oferecer suporte para os seios (GACHES-SARRAUTE, 1900).

Contudo, três lições da apostila do Cours Complet D'Enseignement Professionnel de la Coupe du Corset compreendem a modelagem e confecção de sutiãs. A primeira delas sugere a sua incorporação ao corset em uma única peça, o que era justamente o que Mme. Gaches-Sarraute buscava evitar, entretantes as demais possibilitavam sustentação independente para as mamas que seria suficiente para que seu uso fosse associado ao céinture em substituição ao corset.

É válido notar, que a configuração do céinture conforme descrita pelas autoras, apesar de muito diversa do corset de Mme. Gaches-Sarraute mantinha similaridades conceituais, levando-se em consideração o seu comprimento reduzido e a sua localização que, tal como o modelo da médica, deveria repousar sobre a pelve, contendo a barriga. Entretanto, a médica enfatiza a necessidade de sobrepor o estômago para uniformizar a pressão (GACHES-SARRAUTE, 1900), efeito que o céinture não poderia atender dado o seu comprimento diminuto.

Mme Gaches-Sarraute faz uma série de indicações de seu modelo de corset para tratar casos patológicos. A médica relata que para atestar os seus resultados coletou mais de quatro mil observações e, dessa forma, descreve de que modo o seu corset pode favorecer mulheres que sofrem das seguintes enfermidades: rebaixamento dos rins, estômago dilatado, constipação, problemas uterinos e inflamação de seus órgãos adjacentes, tumores e hérnias (GACHES-SARRAUTE, 1900).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O movimento da Reforma do Vestuário, impulsionado pela corrente higienista do século XIX, mobilizou diversas esferas sociais, promovendo acalorados debates acerca da relação entre vestimenta e medicina e os estudos de Mme Gaches-Sarraute sobre o corset se desenvolvem neste contexto.

Crédula das propriedades benéficas da peça, a pesquisa de Mme Gaches-Sarraute se cercou da atualização da configuração do corset, operando uma completa alteração em sua modelagem e modo de uso. Ao mesmo tempo que corroborava com o apelo dos reformadores pela revisão da indumentária feminina, criticava a forma como tal revisionismo se dava. A médica insistia na necessidade que mulheres tinham de preservar o uso do corset, portanto, questionava o movimento da Reforma do Vestuário quanto à ausência de soluções para substituí-lo.

O corset de Mme Gaches-Sarraute não se destinava à conformar o corpo da mulher aos padrões de beleza vigentes, mas sim atuava como um dispositivo capaz de tratar diversas enfermidades de suas pacientes. A nova postura do corpo feminino produzida por ela foi rapidamente assimilada pela moda. Com a autorização da clínica, a silhueta em formato “S” redefiniu o conceito de beleza e se tornou o padrão almejado na primeira década do século XX.

Assim como o campo da moda permeou a clínica, a conformidade com a medicina é uma preocupação notável na apostila do Cours Complet D’Enseignement Professionnel de la Coupe du Corset. É justamente o estudo da anatomia feminina que inaugura o curso de Mme E. Lorentz e Mlle A. Lacroix, lição primeira e imprescindível para a formação completa de uma corsetière.

Ao discorrer sobre os diversos modelos de corset que constituem suas lições, as autoras igualmente reconhecem suas funções terapêuticas, indicando, tal como Mme Gaches-Sarraute, as propriedades específicas de cada peça segundo a sua potencialidade para aplacar enfermidades e promover o bem-estar de sua usuária.

Segundo Waugh (2004), ao ser apropriado pela moda, o corset de Mme Gaches-Sarraute sofre um exagero em suas proporções com o objetivo de promover uma cintura cada vez mais esguia e Doyle (2002) aponta que o modelo, ao proporcionar curvas acentuadas na região lombar criava um grande stress na região, causando dores, que segundo Lynn (2010) eram equivalentes ao formato

em ampulheta, que o novo estilo pretendia superar.

Apesar das críticas, Mme Gaches-Sarraute não se curvou ao desejo de seus leitores em consentir no prolongamento superior do corset para suportar o busto, função que a peça desempenhou durante séculos. E este é justamente o limite que Mme E. Lorentz e Mlle A. Lacroix estabelecem ao incorporar os princípios de Mme Gaches-Sarraute ao seu Corset Moderno que, assim como os modelos que o antecederam, se estendiam para cobrir a região. A confluência entre a medicina e a moda esbarra, portanto, em suas fronteiras para se manterem fiéis às suas próprias convicções.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Regina Silva. O Vestido da Reforma: Design e interdisciplinaridade. Dissertação (Mestrado em Design). São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2009.

CUNNINGHAM, Patricia. Reforming Fashion, 1850-1914: Politics, Health, and Art (Presented by the Historic Costume & Textiles Collection). The Ohio State University. Columbus, EUA, 2000.

DOYLE, R. Waisted Efforts: An Illustrated Guide to Corset Making. Stratford. Sartorial Press Publications. 2002.

GACHES-SARRAUTE, Josephine Inès. Le Corset: étude physiologique et pratique. Paris: Masson et Cie, Éditeurs, 1900.

WAUGH, Norah. Corsets and crinolines. New York: Theatre Arts Books, 2004.

LORENTZ, Mme. E, LACROIX, Mlle. A. Cours complet d'enseignement professionnel de la coupe du corset. Paris: Ecole moderne de coupe de Paris, 1911-12.

LYNN, Eleri. Underwear Fashion in Detail. Londres: V&A, 2010.

STEELE, Valerie. The corset: a cultural history. New York: Yale University, 2001.



O RENASCER DA MODA: UM OLHAR PARA A MODA PÓS GUERRA E SUA CONEXÃO COM O PÓS PANDEMIA

Maria Isabel Machado¹

Resumo:

O presente artigo busca apresentar os fatores que envolveram a reconstrução da moda no período pós Segunda Guerra Mundial e interligá-los com o cenário futuro, visando o renascer da moda em tempos de pandemia. Com o objetivo de investigar a influência de eventos históricos na moda e sua organização após estes períodos, a pesquisa estabelece uma correlação entre pós-guerra e pós-pandemia.

Palavras chave: Moda; pós-guerra; pandemia.

¹ MACHADO, Maria Isabel; Bacharel em Moda; Universidade FEEVALE; Pós-graduanda; Universidade Anhembi Morumbi, isamachado06@gmail.com

INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo, a moda sofreu transformações que refletem a forma como as sociedades se organizam, manifestando através das indumentárias, sentidos que correspondem aos meios econômicos, sociais e culturais. Acontecimentos históricos transcendem o fato em si e atuam como transformadores do meio, reorganizando as estruturas da sociedade e conseqüentemente a moda. A Segunda Guerra Mundial, que ocorreu entre 1939 e 1945, foi um dos fatos de maior impacto no cenário mundial do século XX. As circunstâncias desse tempo redefiniram diferentes setores do meio social, como a economia, a cultura e a arte, bem como influenciaram os elementos que remodelaram a moda do período pós-guerra.

Traçando um paralelo a pandemia de Covid-19 que atingiu o mundo de forma substancial, impondo diversas modificações no modo de vida das pessoas: o estabelecimento de novos aspectos nas relações sociais, econômicas e culturais, revela-se indispensável seu debate na esfera acadêmica. Assim, a partir de um olhar reflexivo, elaborou-se o presente estudo, buscando um encontro entre as particularidades da época de pós-guerra e sua possível relação com a fase pós-pandemia. O artigo justifica-se a partir dos anseios da autora em discutir os processos socioculturais e históricos que influenciam a organização da moda.

Os questionamentos de como os acontecimentos de impacto mundial reformulam os processos do pensar, do fazer e do usar a moda guiam os objetivos estabelecidos: refletir sobre os processos que estruturaram a moda no período pós Segunda Guerra Mundial e interligá-los com a moda em tempos de pós-pandemia. Seguindo esta lógica, vamos: conceituar a moda, contextualizar a moda na guerra, analisar a moda em período pós-guerra, compreender a moda em pandemia, investigar a moda no cenário futuro de pós-pandemia e relacionar as fases de moda pós-guerra e o possível pós-pandemia. A metodologia aplicada será a de pesquisa bibliográfica, relacionando artigos e livros sobre o assunto e obtendo dados que fomentem a discussão proposta.

A MODA ENQUANTO FATOR SOCIAL

A moda em sua amplitude é objeto de estudo para a compreensão de comportamentos da sociedade, frente a acontecimentos históricos e culturais que definem um tempo. Entende-se moda “como um fenômeno sociocultural que traduz a expressão dos povos por meio de mudanças periódicas de estilo, estilo esse que particulariza cada momento histórico” (PEZZOLO, 2009, p.9). Neste contexto, a moda também é um fator de comunicação através das roupas usadas por aquele que as veste. As mudanças na indumentária ao longo de séculos correspondem também às transformações culturais de cada sociedade, atribuindo significados e sentidos às peças de roupas.

A ideia moderna da moda ocidental é organizada a partir da “industrialização

da sociedade em meados do século XIX o ponto de partida da moda. Foi nessa época que os estilos elegantes passaram a ser prescritos pelo trabalho do costureiro ou estilista de moda” (FOGG, 2013, p.9). Neste sentido, as novas tecnologias promovidas pela industrialização, permitiram um maior desenvolvimento da indústria têxtil e de confecção, proporcionando a materialização de novos produtos, a organização de novas marcas e a exportação, além de reformular as relações de consumo.

As transformações das sociedades promoveram o processo de globalização, reorganizando a maneira com a qual o intercâmbio de informações e comportamentos circulava no âmbito mundial: já que “os acontecimentos marcantes do século XX podem ser comparados com uma grande corrente de dominós empilhados e derrubados, ou seja, uma ação de repercussão ocorrida em algum país poderoso influenciava outros países” (DIAS, 2010, p.104). A sociedade de consumo que conhecemos hoje parte de mudanças ocasionadas por fatores sociais do século XX, que transformam o entendimento do ato de consumir, influenciando as necessidades, desejos e decisões de compra dos consumidores. Acontecimentos históricos como a Segunda Guerra Mundial definem um tempo e determinam a organização futura da sociedade, interferindo diretamente nas estruturas econômicas e sociais, onde a moda, como parte ativa da coletividade, é envolvida e sofre influências.

UMA HISTÓRIA DE GUERRA SOB A PERSPECTIVA DA MODA

A compreensão da moda como fator importante para o entendimento dos diferentes períodos, bem como das formas como se organiza a vestimenta, tem grande contribuição no entendimento da história e de seus acontecimentos.

Talvez uma das grandes contribuições da moda para os estudos históricos foi inserir as roupas no bojo do conceito de documentos, trazendo, com elas, alterações significativas nas maneiras de olhar e conceber o que é história, do que ela é feita, e de como pode ser conhecida e explicada; (SIMILI, 2012, p.122).

A partir desta convergência, moda e história, é possível refletir sobre os elementos que constituíram a moda no período da Guerra. Durante a Segunda Guerra Mundial, devido aos diferentes problemas enfrentados, como a escassez de diversos recursos em setores distintos da indústria, mudanças ocorreram no comportamento econômico e social dos indivíduos, já que “a intensidade do conflito, sua abrangência geográfica e sua duração impactaram na vida cotidiana de milhões de pessoas de diferentes formas das quais as condições de produção e consumo fazem parte” (SAFAR, ALMEIDA, 2019, p.123). Neste sentido, a organização na forma de produzir precisou ser reformulada durante o período de Guerra, onde

a moda sofreu as consequências desse período.

Com a necessidade da utilização de diferentes recursos, imposta pela Guerra, a maneira de produzir determinados produtos, incluindo os de moda, precisou de uma adaptação por parte das indústrias. A prioridade do direcionamento de matérias-primas para a fabricação de artigos de guerra resultou na inovação de processos para o desenvolvimento de produtos de moda, como é elucidado por Safar e Almeida (2019).

Na Grã-Bretanha, a situação foi mais crítica, uma vez que foi necessário um controle mais rigoroso do governo para que recursos importantes pudessem ser preservados e alocados onde eram mais urgentemente necessários. Para vencer o desafio de vestir uma nação, sem prejuízo do suprimento adequado das demandas de guerra e ainda manter o moral elevado foi preciso uma grande articulação de esforços para conscientizar, orientar e preparar a população civil para o enfrentamento do racionamento de têxteis a partir de junho de 1941 (SAFAR, ALMEIDA, 2019, p.145).

A moda acompanha as transformações das mulheres na sociedade, portanto, com a necessidade da mão de obra feminina durante a Segunda Guerra Mundial, as roupas da década de 1940, traduziram-se em mais práticas e simples quando, “pela primeira vez, usar calças de corte masculino na vida cotidiana tornou-se aceitável para as mulheres; as calças ajudavam na mobilidade e evitavam a necessidade de usar meias” (FOGG, 2013, p.283). A Figura 1 ilustra os uniformes utilizados por mulheres brasileiras durante sua participação na Segunda Guerra Mundial.

Figura 1: Enfermeiras da Força Expedicionária Brasileira.



Fonte: <http://www.basearch.coc.fiocruz.br/index.php/myvvk>, 2021.

O traje faz uma referência á indumentária masculina e a alfaiataria, formado pela camisa ajustada à cintura por um cinto e a calça encorpada e estruturada. Sem muitos detalhes de decoração, as peças utilizadas na época, revelavam a severidade do tempo vivido. A partir da ocupação de Paris pela Alemanha em 1940, as maisons francesas, que antes eram as grandes precursoras da moda, perderam parte de sua influência, abrindo espaço para que “tanto os Estados Unidos, como a Inglaterra amadurecessem um estilo próprio e ainda preparassem a base de uma indústria que iria florescer nas décadas após o término da guerra” (SAFAR, ALMEIDA, 2019, p.143). Essa reorganização da indústria, correspondendo à nova realidade que se estabelecia, ocorreu através do prêt-à-porter. A Figura 2 traz uma criação do âmbito americano.

Figura 2: Vestido em algodão de Claire McCardell, 1942.



Fonte: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/84029>, 2021.

O vestido da estilista americana traz em seu conjunto, a estética pertencente aos anos 1940, juntamente com os atravessamentos ocasionados pela Guerra. A cor sóbria expressada pelo cinza revela tempos de austeridade e firmeza. A gola lembra as camisas utilizadas por soldados e combatentes das frentes de guerra. Já os fechamentos em botões na cintura e na lateral indicavam uma alternativa aos zíperes que poderiam ser escassos. O bolso lateral, na frente da peça, introduz o sentido da praticidade para às roupas das mulheres. Além dos vestidos, outro traje pertencente ao período em questão é o tailleur, que é composto por casaco ajustado na cintura e saia reta na altura dos joelhos. Esta indumentária se popularizou entre as mulheres da época, já que “a guerra fez com que mais mulheres chegassem aos escritórios, no início como secretárias, e o racionamento da época da guerra fez os tailleurs serem simples e práticos” (SIMS, 2014, p.37 e p.38). Em 1945, a Segunda Guerra chega ao fim, e com isso, as novas maneiras do fazer moda e o incentivo ao consumo indicam um novo modelo de configuração econômica e a regeneração do mercado. Novas texturas, silhuetas e composições imagéticas identificam o período pós-guerra, orientando o início de uma nova era

para a moda e seus simbolismos.

A MODA PÓS-GUERRA

Com a vitória dos Aliados, em maio de 1945, o fim da Guerra é declarado. A partir deste momento os países buscam alternativas para o desenvolvimento de estratégias para impulsionar a economia mundial, estimulando assim a geração de emprego, renda e conseqüentemente a circulação de bens e serviços, como destaca Gaspar (2015):

A prioridade da economia capitalista passava a ser garantir, de forma sustentada, o crescimento mundial e a elevação dos níveis de emprego. Para isso, era preciso reestruturar as instituições existentes e criar outras novas, tanto no âmbito interno dos países, quanto no internacional. Nesse último, buscava-se constituir um sistema multilateral, estabelecido sobre parâmetros cambiais pré-definidos, agora utilizando o dólar americano como padrão monetário internacional (GASPAR, 2015, p.268).

A moda, como parte da movimentação da economia na indústria têxtil e de confecção, reorganiza seus modelos de negócio, com destaque ao prêt-à-porter, ampliando os processos do fazer moda na década de 1940. Durante a Guerra, os Estados Unidos promoveram e fortaleceram a indústria do prêt-à-porter, revelando novos estilistas e criações, que se tornaram símbolo de uma época (FOGG, 2013).

O movimento de recuperação pós-guerra também restabeleceu as maisons francesas, que adotaram o prêt-à-porter como parte da tendência da época. Neste contexto, em 1947, Christian Dior, que através de suas criações definiu uma era no conjunto da moda, se estabelece no cenário francês e consecutivamente mundial. O design do chamado New Look, formado por cintura marcada e saia rodada, ampla e volumosa, se tornou símbolo da década seguinte. A Figura 3 demonstra uma das composições mais conhecidas do âmbito da moda.

Figura 3: The Bar Suit, Christian Dior, 1947.



Fonte: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/81460>, 2021.

O modelo da coleção de 1947 da maison Dior, traz o casaco do tailleur dos anos 1940, que é remodelado acompanhando a amplitude da saia, que agora, é volumosa e rodada, refletindo um tempo de novas perspectivas e comportamentos, construindo uma poética de reconstrução da vida, onde a roupa, intrínseca a construção imagética e social do indivíduo, acompanha e transmite este novo ideal. No entanto, a criação estabelecida por Dior que introduziu o modelo que seria seguido por diferentes mulheres na década de 1950, teve um propósito para além da criação de novas silhuetas e estética nas roupas, o intuito era contribuir com o aumento do consumo relacionado aos produtos de moda e conseqüentemente impulsionar a indústria, e assim possibilitar “a construção de uma identidade de gênero que associava o sexo feminino à maternidade, imagem que é recorrente nos anúncios publicados nos periódicos da época, a apresentarem a mulher como mãe e esposa” (FILHO, 2015, p.14).

Se durante os tempos de guerra a mão de obra feminina foi necessária e se destacava em posições antes consideradas masculinas, a década que se seguia promovia as tarefas domésticas e a recuperação da feminilidade já que “retomava antigos padrões, de cem anos atrás, e contribuía com o forjamento de um lugar para a mulher na sociedade que não lhe emancipava das obrigações tradicionalmente atribuídas a ela, o ser esposa e mãe” (FILHO, 2015, p.24). A introdução de um novo estilo de vida no período pós-guerra fez parte de comportamentos e valores promovidos pelos Estados Unidos relacionando a busca pela felicidade, e também o incentivo ao consumo.

Trata-se, pois, de um conjunto de valores aspiracionais, projetivos e modelares capaz de dialogar com um grupo amplo de pessoas através de características mais íntimas e identitárias, de perfil mediano, uma vez que os extremos dispersariam as referências. A esta proposição modelar, não mais de um modo de ser, mas de um modo de viver, a denominação dada é American way of life (CUNHA, 2017, p.68 e p.69).

A moda acompanha os processos propostos pela sociedade, atuando como um meio para a disseminação de uma ideia ou comportamento. Os movimentos de pós-guerra que transpassaram gerações encontraram a moda, entrelaçaram os anseios e necessidades das décadas que se seguiram, redefinindo a maneira que a sociedade se manifesta através da moda. Se a Guerra modelou o mundo após seu fim, é plausível interpretar novos fatores da moda em tempos futuros de pós-pandemia.

A MODA FRENTE Á PANDEMIA

A pandemia de Covid-19, ocasionada pelo coronavírus, atinge o mundo em sua coletividade a partir do ano de 2020. O vírus que se dissemina com facilidade

através do contato com o indivíduo contaminado, restringiu a circulação de pessoas no âmbito social, já que o alto nível de contaminação e mortes resultaram em períodos de quarentena e constante distanciamento social. O contexto mundial sofreu as imposições e as perdas ocasionadas pelo coronavírus, alterando o modo de vida de diferentes nações a partir do contínuo enfrentamento da doença. Para este estudo, são observadas as interferências deste acontecimento nas organizações de consumo e na produção da moda. Neste sentido, para a moda foi necessário repensar a formulação dos seus processos relacionados à confecção de seus produtos e a entrega a seus clientes, desde a criação dos seus artigos até a divulgação e comercialização dos mesmos. A necessidade de distanciamento social fechou por diversas vezes os comércios, provocando prejuízos consideráveis na circulação de bens e serviços. Outro fator observado é a questão da cadeia produtiva, onde:

[...] os efeitos da crise do novo coronavírus chegaram à indústria da moda já no começo de 2020, quando o vírus se concentrava basicamente na China e arredores, e que teve um impacto na cadeia global, pois além de boa parte produtiva dessa cadeia estar na China, o país também é um grande consumidor mundial – representa 40% do faturamento do luxo do mundo –, e não esteve presente nos circuitos de apresentação de moda como Nova York, Londres, Milão e Paris (SEBRAE-SP, 2020).

Ou seja, a repercussão dos efeitos da pandemia nos diferentes setores da moda é percebida através do entendimento de que devido à crise econômica os produtos de moda não se encontram como essenciais comparados àqueles como os de alimentação, por exemplo. A partir deste cenário, o comportamento do consumidor relacionado às suas decisões de compra sofre mudanças fundamentadas nas condições econômicas do contexto de crise, redefinindo as estratégias de reposicionamento das marcas.

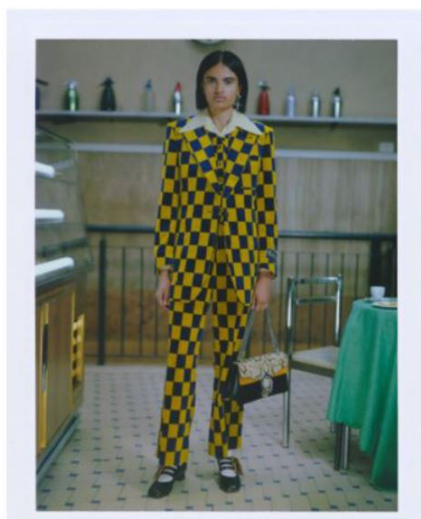
Com a pandemia, as relações de trabalho, comunicação, entretenimento e comércio por meio da internet, ampliaram ainda mais, já que a necessidade de permanecer mais tempo em casa, direcionou essas atividades à ambientação online. Nesta perspectiva, as empresas de moda precisaram direcionar seus esforços ao desenvolvimento e ampliação de sua presença no meio online, através das redes sociais e e-commerce. Possibilitando que “durante esse período de restrições que estamos vivendo em quase todo o país, a taxa de crescimento já chega a 95,27%” (E-COMMERCE BRASIL, 2020). A facilidade de acesso às informações das marcas de moda somadas ao contato acessível do cliente com a empresa, corroboram para novos fatores ligados ao desenvolvimento econômico da moda, sendo que:

Nos encontramos no início de uma nova fase para os produtos de moda. Com a virtualização dos produtos, a experiência em moda foi ampliada, os canais e formas de contato estão em expansão e em experimentação.

A virtualização pode aprimorar a experiência existente, permitindo que as peças de vestuário sejam vistas de qualquer ângulo, com a maior quantidade de detalhes, além de exibir as habituais informações sobre o tamanho e preço. A interação pode se dar em diferentes plataformas móveis, web ou mesmo em espaços virtuais, que podem promover experiências imersivas e interativas (AMORIM, BOLDT, 2020, p.4).

Além do ato final das vendas, as marcas de moda exploraram alternativas de expor seus produtos em formato online. As marcas de luxo, por exemplo, transformaram os tradicionais desfiles presenciais, em eventos online por meio das redes sociais e sites das próprias marcas. Durante a pandemia, marcas como a Gucci, por exemplo, optaram pela não produção de coleções sazonais, ou seja, a busca por liberdade criativa, redefinindo as regras da moda, faz parte de uma constituição futura para empresas de moda que busquem acompanhar os anseios e tendências dos novos tempos. A Figura 4 traz um look da coleção da temporada de verão 2021 da marca Gucci em Milão.

Figura 4: Look Gucci, verão 2021, Milão.



Fonte: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/milao/verao-2021/gucci/1761165/colecao/24/>, 2021.

Na composição da imagem é possível encontrar uma observação sobre a escolha do ambiente interno para a fotografia, conectando ao isolamento provocado pela pandemia. A modelo sozinha em local simples ilustra a vida cotidiana do período vivido, revelando a apresentação da coleção através de registros que compõem a realidade. As reflexões provocadas pela pandemia, também consideram as etapas que envolvem a produtividade da moda, potencializando preocupações socioambientais que influenciam diretamente as escolhas dos consumidores, gerando novos desafios a serem enfrentados, como uma produção sustentável dos produtos de moda, o redirecionamento do descarte dos resíduos têxteis, o uso de recursos naturais, e a atenção para as condições de trabalho dos colaboradores do

setor.

OS DESAFIOS PARA A MODA PÓS-PANDEMIA

A moda reage a transformações históricas, sociais e culturais atendendo as demandas de forma a ser utilizada como porta-voz das problemáticas e transformações de cada época. Com isso em mente, é importante que os modelos de consumo desenvolvidos durante a pandemia, continuem sendo considerados nas próximas etapas do mundo pós-pandêmico, onde “pode dar sinais de novas relações simbólicas, de uma busca de satisfações psicológicas, mas também de um novo significado do mundo apresentado” (OLIVEIRA, SANTOS, 2021, p.124). A atenção aos temas ambientais, sociais e políticos, constitui os processos que fazem parte da definição de compra de bens e serviços. Hoje, além do produto, o consumidor manifesta suas crenças e valores através da escolha de determinada marca. Essa reorganização do consumo de moda propicia que marcas reposicionem seus valores e estratégias diante do seu público-alvo.

Ao mesmo tempo, a pandemia pode levar muitas pessoas a repensarem suas vidas, seus valores e o próprio consumo, preferindo produtos minimalistas, com foco no essencial, na qualidade em vez da quantidade (OLIVEIRA, SANTOS, 2021, p.125).

A valorização da autoralidade aliada ao movimento slow fashion, pode ser interpretada como uma das tendências de consumo de moda que serão reforçadas em tempos de pós-pandemia, já que no contexto da moda autoral, “autor e usuário escrevem, em co-autoria, novas significações para corpos e objetos através da experiência do vestir” (VALLE NORONHA, 2017, p.69). A moda autoral é considerada a elaboração de produtos pensados a partir de um repertório, baseado em criações originais que se encontram fundamentados em processos atentos à qualidade do produto, design, inovação, arte e sustentabilidade. O acesso a informação, facilitado pela internet, aproxima o consumidor dos processos de desenvolvimento das marcas de moda, onde os métodos sustentáveis ao longo da produção podem se tornar requisitos para a decisão de compra do consumidor.

OS TRAÇOS DE REORGANIZAÇÃO DA MODA

A partir da contextualização e análise de elementos que constituíram dois acontecimentos históricos em períodos diferentes da humanidade, século XX e XXI, são perceptíveis as diferenças sociais, culturais e econômicas que envolvem os períodos. No pós-guerra a necessidade de estimulação da economia para o crescimento das atividades de consumo de bens e serviços, foi impulsionada através de estratégias comerciais e acordos entre nações desenvolvidas, onde:

O consumo passou a reger a dinâmica do sistema, não só da moda, mas

em diversos ramos da economia. A sociedade foi impulsionada a consumir mais automóveis, eletrodomésticos, roupas; enfim a demanda material aumentou e a lógica da quantidade dominou esta fase (COLOMBO, FAVOTO, CARMO, 2008, p.146).

Se por um lado o período pós-guerra promove a organização de uma sociedade de consumo onde quantidade é sinônimo de realização não só material, mas também pessoal, o futuro pós-pandêmico tende a refletir sobre a valorização da qualidade dos produtos e a experiência estabelecida na conjuntura entre compra e pós-compra. Um estudo organizado pela PwC, *The future of consumer markets* analisa tendências de consumo para um período de pós-pandemia, onde uma das projeções indica a tendência Brand Relevance, em que “o consumismo socialmente consciente continuará crescendo, à medida que os consumidores procurem marcas em que eles confiem e que esteja alinhada com seus valores” (PWC, 2021, p.8).

As questões ambientais que envolvem a fabricação dos produtos de moda têm sido cada vez mais questionadas por consumidores atentos aos impactos causados pelo setor ao meio ambiente. Além da sustentabilidade que envolve as indagações ecológicas, marcas socialmente responsáveis também são avaliadas pelos consumidores, em sua produção, nas campanhas publicitárias de moda, bem como as condições de trabalho de seus funcionários. Uma pesquisa sobre o comportamento de consumo atual aponta “que mais de 80% dos consumidores brasileiros esperam que as empresas cuidem do que está sob seu controle (colaboradores, produtos, impactos sobre meio ambiente), além de informar sobre os seus processos produtivos” (AKATU, 2020, p.5). Portanto, é possível observar que os traços de reorganização da moda em tempos de pós-guerra e o possível futuro pós-pandêmico, diferem entre si. A transformação da sociedade nas temáticas sociais, ambientais e culturais possibilita que hoje o pensamento relacionado a moda seja por um olhar crítico e questionador, não só por quem consome, mas também por seus criadores. Os dois momentos históricos investigados, pós Segunda Guerra Mundial e futuro pós-pandemia, possuem particularidades que os definem e por isso os paralelos aqui estabelecidos, buscam um exercício de reflexão sobre o impacto de dois fatos de relevância mundial, em períodos distintos da humanidade.

Após a Segunda Guerra Mundial a reconstrução no âmbito econômico foi fortemente impulsionada, já o momento de futuro pós-pandemia tende a promover o pensamento relacionado ao consumo consciente. O consumo ainda será um dos principais objetivos da moda enquanto modelo de negócio, porém, as inquietações dos novos tempos serão levadas em consideração. Uma análise proposta pela WGSN indica fatores diversos que refletem nos comportamentos de consumo atual, onde a ecoansiedade revela-se parte da vida do consumidor: “90% dos entrevistados do mundo todo disseram se sentir inseguros sobre o futuro

quando pensam na crise climática” (WGSN, s.d., p.8). A pandemia reorganiza um pensamento crítico e reflexivo sobre as formas e motivações de consumo, que deverá fazer parte das organizações sociais, econômicas e ambientais do futuro, como indica a pesquisa Vida Saudável e Sustentável 2020 organizada pelo Instituto Akatu e GlobeScan em 27 países incluindo o Brasil, onde 70% dos consumidores entrevistados revelaram que “esperam que as empresas não agridam o meio ambiente” (AKATU, 2020, p.61). Outros “68% dos consumidores buscaram, durante a pandemia, bastante informações sobre estilos de vida saudáveis e sobre estilos de vida ecológicos” (AKATU, 2020, p.61), ou seja, as preferências e tendências dos consumidores conectam-se com a qualidade e responsabilidade social dos bens e serviços disponibilizados no mercado, incluindo o setor da moda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através de um olhar que busca o encontro de dois acontecimentos históricos que moldaram o cenário mundial, uma observação histórico-cultural por meio de conteúdos bibliográficos foi construída, analisando as esferas pós-guerra e pós-pandemia. Ao ponderar sobre os aspectos que constituíram o contexto da moda em período de Segunda Guerra Mundial e pós-guerra, foram constatadas diferenças que se formaram quando relacionamos aos tempos de pandemia e pós-pandemia.

Se durante o período de Guerra a escassez de artigos têxteis provocou uma redução na produção de moda, o momento atual de pandemia, embora tenha sofrido com as restrições sanitárias, possibilitou que consumidores continuassem adquirindo produtos por meio da internet. Porém a escassez de produtos na Guerra contribuiu para a ampliação desenfreada da sociedade de consumo no pós-guerra por meio da valorização da quantidade. Já em tempos de pandemia e o possível pós-pandemia, o pensamento crítico e a compra racional, por conta da crise econômica e das preocupações climáticas, fizeram parte das decisões de compra de uma parcela de consumidores, como indica os dados apresentados ao longo da pesquisa. No pós-guerra, os desejos e necessidades da população em relação ao consumo de moda foram impulsionados, enquanto na pandemia e pós-pandemia, mesmo com a facilidade da compra em ambientes online, foram favorecidas as compras fundamentadas em indagações socioambientais e na racionalidade, correspondente a um perfil de consumidores preocupados e atentos em relação às questões do meio ambiente.

Estes novos valores, que se intensificaram durante o período pandêmico, visam um consumo consciente e atento às mudanças e preocupações contemporâneas, indicando que os investimentos em processos sustentáveis desde o âmbito humano até o ambiental fazem parte da construção de uma moda atenta às mudanças do tempo e as questões humanas, criando novos desafios para um futuro próximo que merecem reflexão e enfrentamento.

REFERÊNCIAS

AKATU. Relatório de atividades 2020. Instituto Akatu, 2020. Disponível em: <https://akatu.org.br/wp-content/uploads/2021/05/Relatorio2020_VF.pdf>. Acesso em: 21 de outubro de 2021.

AMORIM, Wadson Gomes; BOLDT, Rachel Sager. Moda Virtual: aceleração no processo de transformação digital devido à pandemia de COVID-19. Colóquio Internacional de Design, 2020. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/cid2020/82.pdf>> Acesso em: 25 de agosto de 2021.

COLOMBO, Luciane Ozelame Ribas; FAVOTO, Thais Brandt; CARMO, Sidney Nascimento do. A evolução da sociedade de consumo. Akrópolis – Revista de Ciências Humanas da UNIPAR, Umuarama, v.16, n.3, p. 143-149, jul./set. 2008. Disponível em: <<https://revistas.unipar.br/index.php/akropolis/article/view/2462/1955>>. Acesso em: 17 de agosto de 2021.

Comércio eletrônico de moda quase dobra durante pandemia no Brasil. Redação E-commerce Brasil, 10 de junho de 2020. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/comercio-eletronico-de-moda-quase-dobra-durante-pandemia-no-brasil/>>. Acesso em: 25 de agosto de 2021.

CUNHA, Paulo Roberto Ferreira da. American way of life: representação e consumo de um estilo de vida modelar no cinema norte-americano dos anos 1950. PPGCOM – ESPM. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://tede2.espm.br/handle/tede/277#preview-link0>>. Acesso em: 19 de outubro de 2021.

DIAS, Camila Carmona. As Influências das Tendências de Moda. Modapalavra E-periódico, ano 3, n.6, p.103-135, jul./dez. 2010. Disponível em: <<https://www.periodicos.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7943/5491>>. Acesso em: 18 de agosto de 2021.

FILHO, João Quintino de Medeiros. Moda e gênero: o vestuário sexualizado no New Look de Christian Dior (anos 1950). Mneme – Revista de Humanidades, Caicó, v.16, n.37, p.10-36, jul./dez. 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/mneme/article/view/8174/6194>>. Acesso em: 24 de agosto de 2021.

FOGG, Marnie. Tudo sobre Moda. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

GASPAR, Ricardo Carlos. A trajetória da economia mundial: da recuperação do pós-guerra aos desafios contemporâneos. Caderno MetrÓpole, São Paulo, v.17,

n.33, p.265-296, maio 2015. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cm/a/rbnKdf7jR6gT3mLbcQmNgKG/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 24 de agosto de 2021.

OLIVEIRA, Karla Beatriz Barbosa de; SANTOS, Palloma Rodrigues Gomes. Consumo de moda: tendência de necessidade em meio à pandemia. dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S.l.], n.31, p.118-141, 2021. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1291>>. Acesso em: 25 de agosto de 2021.

Os impactos da pandemia no varejo de moda. Sebrae-SP, São Paulo, 22 de abril de 2020. Disponível em: <<https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/os-impactos-da-pandemia-no-varejo-de-moda/>>. Acesso em: 25 de agosto de 2021.

PEZZOLO, Dinah Bueno. Por dentro da moda: definições e experiências. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

PWC. Preparing for tomorrow's consumers today: The future of consumer markets. PwC, 2021. Disponível em: <<https://www.pwc.com/gx/en/consumer-markets/future-of-consumer-markets/future-of-consumer-markets-report-2021.pdf>>. Acesso em: 22 de outubro de 2021.

SAFAR, Giselle Hissa; ALMEIDA, Marcelina das Graças. Design em tempos de escassez: o impacto da Segunda Guerra Mundial sobre os produtos do cotidiano. Caderno atempo, vol.4, p.123-156, 2019. Disponível em: <<http://ed.uemg.br/wp-content/uploads/2020/01/Caderno-aTempo-Volume-4.pdf#page=123>>. Acesso em: 23 de agosto de 2021.

SIMILI, Ivana Guilherme. Políticas de gênero na Segunda Guerra Mundial: as roupas e a moda feminina. Acervo – Revista do Arquivo Nacional, Rio de Janeiro, v.25, n.2, p.121-142, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://revista.arquivonacional.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/326/326>>. Acesso em: 23 de agosto de 2021.

SIMS, Josh. Ícones da moda feminina. São Paulo: Publifolha, 2014.

VALLE NORONHA, Julia. Moda autoral: pela compreensão de um modo de fazer (roupas). Encontro Nacional de Pesquisa em Moda, 2017. Disponível em: <https://acris.aalto.fi/ws/portalfiles/portal/31644744/Moda_autoral.pdf>. Acesso em: 20 de outubro de 2021.

WGSN. Consumidor do futuro 2022. WGSN, s.d. Disponível em: <<https://www.wgsn.com/wp-content/uploads/el-consumidor-do-futuro-2022-WGSN-pt.pdf>>. Acesso em: 22 de outubro de 2021.



A REPRESENTAÇÃO NEGRA NAS CAPAS DA REVISTA 'VOGUE BRASIL'

Ítalo José de Medeiros Dantas¹

Glauber Soares Júnior²

Fabiano Eloy Atílio Batista³

Resumo:

Objetivou-se discutir quais estratégias de comunicação são empregadas para apresentar a pessoa negra nas composições visuais das capas da Vogue Brasil, principal conexão entre produto-observador. Mapeou-se 341 capas, onde 31 possuíam pessoas negras. Em seguida, conduziu-se análise de imagem e conteúdo.

Palavras chave: Comunicação; comunidade negra; moda.

1 DANTAS, Ítalo José de Medeiros; Mestrando; Universidade Federal de Campina Grande, italodantasdesign@hotmail.com

2 SOARES, Júnior, Glauber; Mestrando; Universidade Federal de Viçosa, glaubersoares196@hotmail.com

3 BATISTA, Fabiano Eloy Atílio; Doutorando; Universidade Federal de Viçosa, fabiano.batista@ufv.br

INTRODUÇÃO

A moda funciona como um espelho que reflete a sociedade a qual está inserida, em que são representados valores, percepções e interpretações que uma determinada cultura tem sobre si e sobre o seu espaço temporal e geográfico, dessa forma, à medida que seu tempo avança, as concepções tendem a se alterar.

As teorias de moda são entendidas como formas de explicar e auxiliar na compreensão da natureza, dos movimentos, transições e transformações que ocorreram na própria moda e nas sociedades ao longo dos tempos (LIPOVETSKY, 2009; GODART, 2010; SVENDSEN, 2010; REZENDE, 2021). Nesse contexto, a moda na contemporaneidade, intermediada por movimentos sociais, pode ser tida como um mecanismo que gera influências e é influenciada por esses movimentos, ressignificando valores, servindo para a quebra de paradigmas e estereótipos criados no passado.

Dessa forma, Dos Santos e Dos Santos (2017) apresentam em suas pesquisas questões relativas ao empoderamento de mulheres negras com a moda propiciada pela dita 'Geração Tombamento', sendo este um movimento cultural que tem como finalidade utilizar-se da moda como um mecanismo político-cultural para a derrubada de preconceitos, estigmas e estereótipos relacionados à raça e gênero.

Portanto, este artigo busca identificar e discutir sobre os tipos de estratégias de representações semânticas que foram empregadas na capa da revista de moda Vogue, em sua edição brasileira, para se referir à imagem de pessoas negras.

#BLACKLIVESMATTER: DISCURSOS CENTRADOS NA CONTEMPORANEIDADE

Com uma linha temporal que desponta em datas bem antigas, o movimento de libertação, igualdade e valorização da pessoa afro-americana dentro do microuniverso norte americano vem sempre sofrendo com constantes altos e baixos. Morris (1999, p. 518) traz que “ao longo da primeira metade do século XX, a maioria dos negros rurais trabalhava como mão-de-obra contratada onde eram vítimas de exploração devido aos arranjos econômicos aos quais eram forçados a entrar”. Assim, pode-se demonstrar que, apesar de uma luta muito antiga, esse papel de maior aceitação, respeito e valorização social vem sendo apenas conquistado mais fielmente na atualidade, dentro do século XXI.

Nesse ambiente hostil, a principal pauta de discussões se centra nas forças governamentais superiores de ordem e justiça dos Estados Unidos, a ver: policiais, juízes, promotores e todos aqueles envolvidos na cadeia de decidir o futuro de alguém nas mãos de uma suprema corte e, normalmente, nesse entremeio, o julgamento baseado na cor da pele do indivíduo era uma realidade constante. Taylor (2016, p. 4) comenta sobre essa situação ao expor que “os Estados Unidos costumam ser chamados atualmente de uma sociedade "daltônica" ou "pós-racial", onde um dia a raça pode ter sido um obstáculo para uma vida bem-

sucedida. Hoje, somos informados, a raça não importa”. Porém, devido a diversos exemplos cotidianos de uma força brutal sem precedentes essencialmente com pessoas afro-americanas, com o auxílio dos meios de comunicação de massa e da interconexão, o movimento Black Lives Matter começa a ganhar mais destaque e a ser aderido por diversas pessoas de grande influência midiática, trazendo transformação e cada vez mais voz para debates pertinentes sobre os discursos raciais na pós-modernidade.

Em 2020, foi presenciado o assassinato por asfixia de George Floyd, um homem afro-americano, por parte de um grupo de policiais nos Estados Unidos. Isso gerou uma onda de revolta, bem como com a potencialização de uma força dentro do movimento afro-americano no ambiente dos Estados Unidos. Oriola e Knight (2020, p. 113) relatam que “este homem adulto gritou por sua mãe (que havia morrido dois anos antes), e repetiu a frase “eu não consigo respirar”, que agora se tornou um refrão familiar a todos os Estados Unidos e em todo o mundo”. Sua morte se tornou pivô para diversos protestos com repercussão global, trazendo à tona, novamente, discussões midiáticas e acadêmicas sobre o racismo e a desproteção que as pessoas afro-americanas se encontram em sociedades construídas com raízes que provém de uma visão de mundo do branco como supremacista.

Assim, percebe-se que os movimentos – ressaltados nesta pesquisa pela figura do movimento negro – os debates costumeiros, as aprendizagens sobre a valorização das diferenças humanas, bem como a construção de uma análise crítica da sociedade são cada dia mais necessários.

O PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO: A REPRESENTAÇÃO NEGRA NOS CANAIS DE MULTIMÍDIA

A partir de discursos eurocêntricos, as culturas advindas de matrizes africanas que foram trazidas para o Brasil e que muitas vezes se confundem com a cultura do país, foram de maneira sistemática, desqualificadas e inferiorizadas (CARISE, 2013). Nessa circunstância, a moda na contemporaneidade vem sendo usada como um mecanismo estratégico por movimentos negros, chamando atenção no que tange a existência de desigualdades raciais e de gênero, e também servindo como uma maneira de quebrar estereótipos em relação à cultura africana, positivando a mesma.

É sabido que o sistema da moda é amplo e em muitos casos envolve exploração e é marcado por inúmeras desigualdades, entretanto, há de se destacar também que através da mesma existe a possibilidade de se construir resistências de grupos segregados e marginalizados, essencialmente no que tange às mulheres pretas/negras – que são à base da sociedade.

É nesse sentido que essas representações constroem de maneira coletiva o empoderamento e na ressignificação da beleza da mulher preta/negra, quebrando paradigmas estéticos eurocêntricos e que estão em voga a muito tempo na

sociedade (DOS SANTOS; DOS SANTOS, 2017; REZENDE, 2021).

A fundamentação de uma estética preta/negra que fuja de estereótipos se dá permutada com a luta contra preconceitos, contra o racismo estrutural. Nesse sentido, gênero e raça são estudados na ótica de serem construções sociais, que há muito tempo se baseiam em padrões de beleza eurocêntricos. Assim, a estética negra funciona como um mecanismo que estabelece resistências a esses padrões que são impostos. Dessa forma, a moda, intermediada por artefatos de matriz africana – como tranças e turbantes – atua como agentes nesse processo de desconstrução/descolonização de estereótipos e da construção de uma noção positiva no que diz respeito à raça, etnia (DOS SANTOS; DOS SANTOS, 2017).

Com o passar dos anos, subsidiados por adventos tecnológicos e pela inovação, o design e a moda – a partir de movimentos como a Geração Tombamento – buscam por maneiras de solucionar problemas sociais, como o racismo e a falta de representatividade. Importante evidenciar que a indústria da moda é detentora de poderes, dessa forma, através da disseminação de tendências, gera-se influências comportamentais, afetando por consequência muitas esferas da sociedade. Nesse contexto, quando se veicula através da moda bons exemplos, estes poderão ser assimilados por parte da sociedade.

METODOLOGIA (MATERIAIS E MÉTODOS)

A pesquisa possui natureza básica, visto que seu objetivo central se trata de contribuir na exploração de novos dados para discussões teóricas sobre a representatividade dos povos afro-americanos nos mais diversos canais de comunicação de massa. Com relação aos seus objetivos, configura-se enquanto uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, à medida que se busca entender semioticamente como se desenrolaram os focos de representação configurados nas capas das revistas e sua relação com o movimento negro no Brasil.

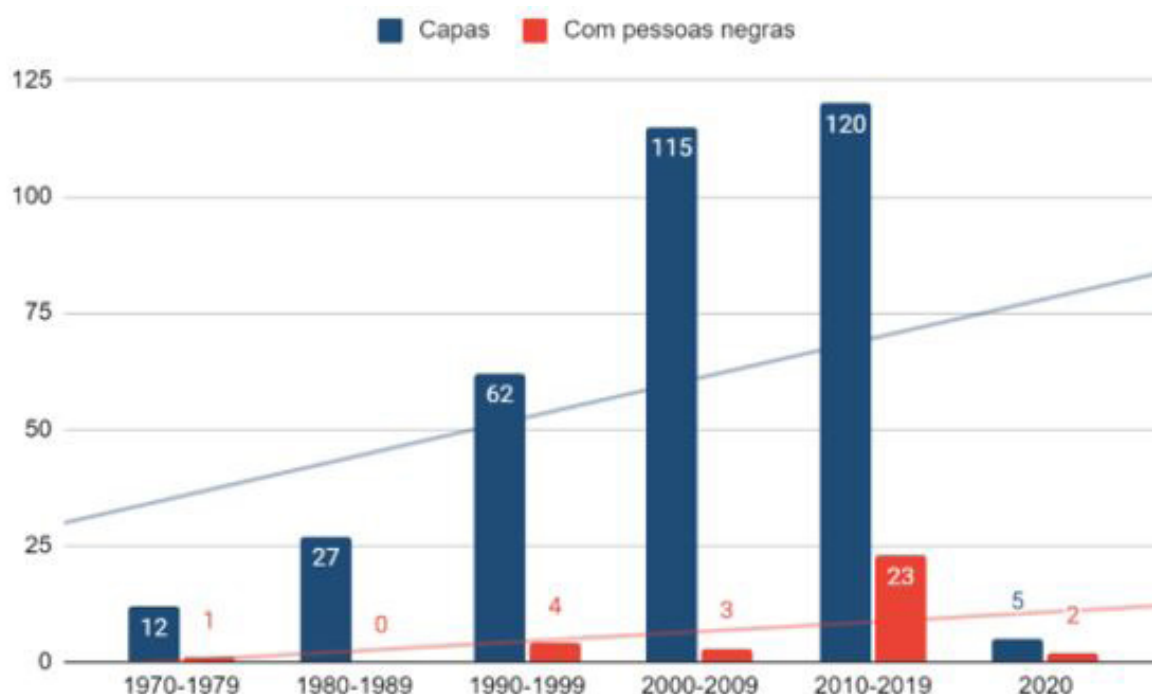
No que se refere ao seu tipo de estudo, a pesquisa se caracteriza como um estudo de caso, explicado por Gil (2008) como sendo a exploração de um único objeto de maneira aprofundada. Dessa forma, nesta pesquisa, busca-se trazer a revista Vogue nas suas edições brasileiras para o palco central de discussão, justificando-se com base em ser uma das primeiras revistas de Moda lançadas no país e, justamente por isso, compreende-se acerca de sua forte relação de influência sobre o imaginário de moda e estilo de vida nacional.

Com relação aos procedimentos técnicos, trata-se de uma pesquisa de análise de conteúdo, em que, segundo Bardin (1977, p. 42), caracteriza-se por “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Nesse sentido, as capas serão essencialmente exploradas com relação às articulações entre a sua configuração visual em contrapartida ao conteúdo imagético que transmite aos

seus interlocutores, em seu espaço geográfico e temporal. Para a categorização, analisou-se individualmente cada uma das capas, compreendendo seus elementos constitutivos e explorando as possíveis significações contextuais. Em seguida, reuniu-se as capas com sentidos semelhantes e as nomeou, efetivando as prováveis categorias.

Sobre a Vogue Brasil, a empresa reconstruiu sua linha temporal em uma matéria denominada de 'Vogue 500: entre no acervo de capas da Vogue Brasil', expondo a trajetória da revista desde o seu lançamento, em 1975 a atualidade, até 2020, lugar onde se conduziu a coleta de dados. A partir disso, conseguiu-se encontrar disponíveis para análise um total de 341 capas, destas, 31 tinham pessoas negras em sua composição, ou seja, cerca de 9,09% das publicações (Figura 1).

Figura 1: Vogue Brasil – Relação de capas gerais publicadas comparadas com as contendo somente pessoas negras



Fonte: elaborado pelos autores de acordo com os dados coletados, 2021

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

No contexto brasileiro, as discussões massificadas sobre o racismo no mundo da Moda são recentes, tendo sido potencializadas no século XXI pelos efeitos da globalização e ganhado maior difusão durante o final da década de 2000 para a de 2010. Apesar disso, práticas racistas são ainda percebidas em diversos traços da sociedade, desde a mídia, como no as discussões recentes abordadas no Big Brother como ainda na Moda.

Em um trabalho antigo, mas muito pertinente para construir estas discussões,

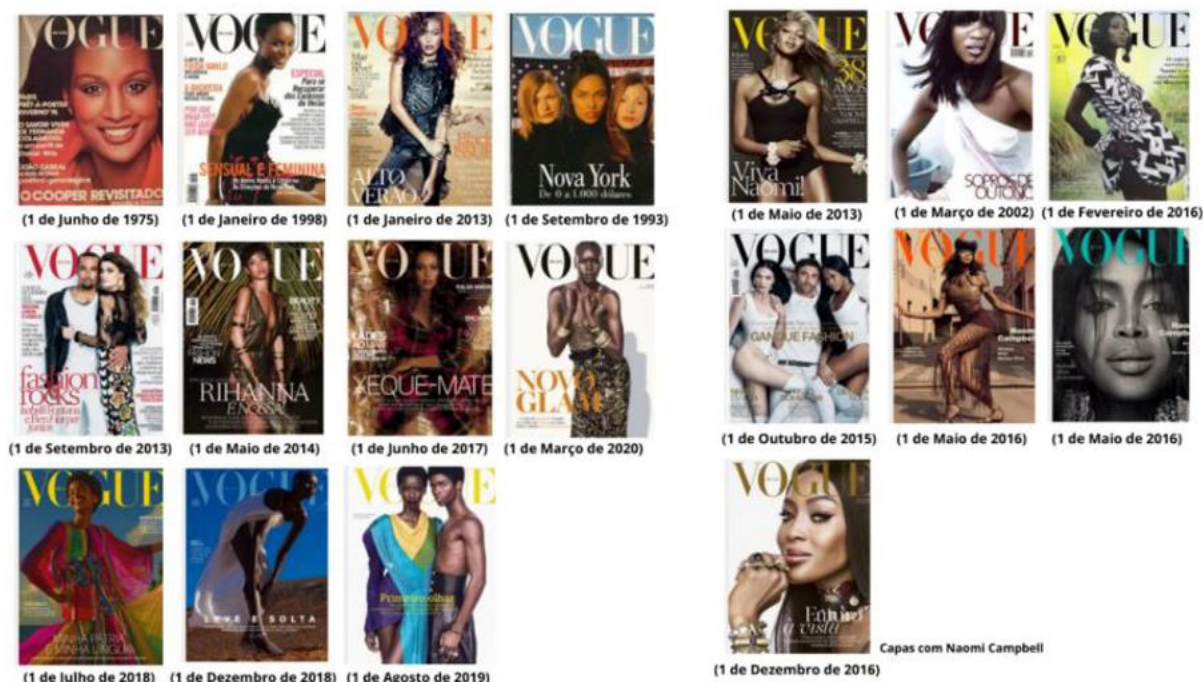
Bonadio (2012, p. 70) traz um recorte de uma reportagem da Folha de São Paulo, no ano de 2008, sobre a participação de modelos negros nas passarelas da São Paulo Fashion Week (SPFW), “Ninguém na SPFW é racista. A média de modelos negros por desfile é dois, para cerca de 40, mas a culpa é do mercado. “Mercado”, aqui, é sujeito indeterminado”. Nesse mesmo evento, a autora ressalta que dentre os 344 modelos que desfilaram, apenas 8 eram negros, o que resultou na abertura de um inquérito no Ministério Público por prática de racismo.

Alguns anos depois, na SPFW de 2016, a marca LAB levou à passarela uma coleção em que em sua composição continha 90% de modelos negros. No trabalho de Silva e Mendes (2019, p. 191) as autoras comentam que essa prática foi “algo incomum no mundo fashion, mesmo em eventos de moda realizados no Brasil, composto majoritariamente por pretos e pardos”. Isso vem justamente como reflexo das influências midiáticas e sociais que o país sofre dos elementos estrangeiros, onde a sociedade se vê inspirada pelo que é consumido em lugares como Estados Unidos e Europa, lugares com população majoritária branca. Bonadio (2012, p. 71) conclui que “Os estudos sobre a visibilidade do negro na mídia concordam que o principal responsável por sua parca participação é o preconceito de “marca”, que incide sobre a aparência”.

Dentre as representações identificadas nas capas da Vogue Brasil, pôde-se ressaltar primeiramente a ideia da valorização estrangeira. Mediante o desenvolvimento temporal, muitas das capas continham imagens de modelos negras internacionalmente conhecidas, porém que não tinham relação alguma com a cultura brasileira. Isso pode ser observado principalmente com o expressivo número de capas que contém unicamente a modelo Naomi Campbell em sua composição (Figura 2, página seguinte).

Percebe-se que a mulher representada nesse ponto não necessariamente carrega os arquétipos brasileiros ou elementos que denotem à cultura negra em perspectiva de Brasil, sendo uma representação cosmopolita e de acordo com o cenário vigente de beleza global. Portanto, traz às discussões a potencialidade do uso de figuras estrangeiras para representar a beleza, o estilo de vida e o comportamento que supostamente deveria ser seguida pelas consumidoras locais. Como aborda Lima (2009, p. 43), “O que torna um país elegante e capaz de exportar seu estilo, na maioria das vezes, são as alianças políticas e econômicas ou poder político”. Sendo assim, uma espécie de inspiração no internacionalismo que até certo tempo precisava que viesse de outros países e fossem replicadas no entorno brasileiro, uma ideia de dominância.

Figura 2: Capas com retórica visual da valorização estrangeira



Fonte: elaborado pelos autores de acordo com os dados coletados, 2021

Uma outra representação que vale à pena trazer à tona é justamente sobre a tentativa da valorização nacional e a implementação do aspecto de moda à retórica visual da imagem construída. Na capa que se desponta essa discussão, é demonstrado dois personagens brasileiros mundialmente conhecidos: Neymar e Gisele Bündchen, com um texto sobre ‘Campeões do Mundo’, ou seja, figuras que não são necessariamente detentores de uma cultura nacional arraigada que influenciam diretamente sua imagem. Apesar disso, o foco nesse sentido, é na figura de Neymar, uma importante representação onde um homem negro, de uma área futebolística, no mesmo ano de uma copa do mundo, aparecer em uma das maiores revistas de Moda, acaba sendo uma forma de destaque diferenciado, tanto para uma cultura negra, quanto para representação masculino em veículos de massa da Moda (Figura 3).

Figura 3: Capas com retórica visual da tentativa de valorização nacional



Fonte: elaborado pelos autores de acordo com os dados coletados, 2021

No entanto, ao se colocar essa figura em um espaço tão diferente do seu costume, agregando-o ao lado de uma supermodelo globalmente conhecida, acaba tornando sua participação um pouco menos expressiva. Pode-se aferir isso com base na percepção de que Neymar em ambas as capas se localiza atrás de Gisele. O que se denomina nesse tópico de tentativa de valorização, é justamente sobre como a retórica visual desse conjunto de capas é construído com base na demonstração de que o sucesso reside em se tornar famoso fora do Brasil, atendendo um padrão de normalidade estrangeira.

Se contrapondo à valorização estrangeira e se aproximando dos estilos buscados na contemporaneidade, o último tipo de representação identificada foi a valorização nacional de fato. Isto é, apresenta a seguir um conjunto de capas que são dotados tanto de signos que valorizam a cultura negra como a cultura brasileira (Figura 4).

Figura 4: Capas com retórica visual de valorização nacional



Fonte: elaborado pelos autores de acordo com os dados coletados, 2021

Diferente do primeiro e segundo tipo de representação identificado na Vogue Brasil, esta terceira tem muito mais relação, tanto com a cultura negra no geral, como no ambiente de moda local. Ou seja, enxerga-se nas capas uma referência aos signos culturais, como turbantes. Essa representação é majoritariamente encontrada em capas recentes, visto a tendência da busca estética por individualidade e mostrar ao mundo de onde cada um veio. No entanto, pôde-se observar essa ideia também em capas do século passado, como as duas primeiras expostas na figura, trazendo ainda homens negros, envolvidos com música e portando artefatos que são conhecidos por sua ligação com a cultura negra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, compreende-se que as mídias de massa, em específico as revistas de moda impactam na construção do imaginário popular. Nesse sentido, ao construir uma linha do tempo em relação as capas da revista Vogue Brasil, foram apresentadas experiências relacionadas as representações da cultura afro-brasileira ao longo da história e no contexto atual.

Em uma trama histórica, percebe-se que tal cultura era sub-representada e marginalizada na sociedade. Contudo, na proporção que a sociedade avança as perspectivas relacionadas a questões raciais se alteram, apresentando novas configurações, gerando por consequência uma demanda de novos discursos que englobem toda a sociedade.

Destaca-se ainda que, diferente de outrora, a sociedade busca cada vez representar e dar visibilidade a sua multiplicidade étnico-racial, corporal, sexual, entre outras. No que tange a comunidade negra, assim como para todos, é de suma importância que os seus corpos sejam representados de forma respeitosa nas mídias, desvinculando-os de estereótipos e estigmas (a doméstica, a escrava) como ocorreu ao longo do percurso histórico da representação negra na mídia, mas, sobretudo, emponderado outros sujeitos e valorizando suas identidades.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Brasília: Persona, 1977.

BONADIO, M. C. As modelos negras na publicidade de moda no Brasil dos anos 1960. Visualidades, [S. l.], v. 7, n. 2, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/18190>. Acesso em: 22 ago. 2021.

CARISE, I. A Arte Negra na Cultura Brasileira. Rio de Janeiro: Artenova, 2013. 159 p.

DOS SANTOS, A. P. M. T.; DOS SANTOS, M. R. Geração Tombamento e Afrofuturismo: a moda como estratégia de resistência às violências de gênero e de raça no Brasil. dObras – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, v. 11, n. 23, p. 157-181, 22 maio 2018. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/716/490>. Acesso em: 28/12/2020.

GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GODART, F. Sociologia da moda. Tradução de Lea P. Zyllberlicht. São Paulo: Editora Senac, 2010.

LIMA, L. F. Vestida de frivolidades: a moda feminina em suas visões estrangeira e nacional na revista O Cruzeiro de 1929 a 1948. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009.

LIPOVETSKY, G. O Império do Efêmero: A moda e seus destinos nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

MORRIS, A. D. A retrospective on the civil rights movement: Political and Intellectual Landmarks. *Annual Review of Sociology* v. 25, p. 517-539, 1999. Disponível em: www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.soc.25.1.517. Acesso em 22 ago. 2021.

ORIOLO, T. B.; KNIGHT, W. A. COVID-19, George Floyd and Human Security. *African Security*, v. 13, n. 2, p. 111-115, 2020. Disponível em: www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19392206.2020.1783760. Acesso em 22 ago. 2021.

SILVA, J. A. DA; MENDES, F. M. M. NEGROS EM FOCO: uma análise de matérias jornalísticas sobre a marca Lab no SPFW. *Aturá - Revista Pan-Amazônica de Comunicação*, v. 3, n. 2, p. 189-207, 1 maio 2019. Disponível em: sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/atura/article/view/7351. Acesso em 22 ago. 2021.

REZENDE, S. C. S. A. T. Teoria da Moda e Design. 1. ed. Brasília: Unyead, 2021. v. 1. 134p.

SVENDSEN, L. Moda: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TAYLOR, K. Y. From #BlackLivesMatter to Black Liberation. Chicago: Harmarket Books, 2016.



DOCÊNCIA COMPARTILHADA NA INTEGRAÇÃO DE DISCIPLINAS NO DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO DE MODA: RELATO DE EXPERIÊNCIA

Vanessa Mayumi Io¹

Patrícia Aparecida Monteiro²

Maria Bernardete Oliveira de Carvalho³

Marizilda dos Santos Menezes⁴

Resumo:

A experiência de docência compartilhada com a interdisciplinaridade apresenta conceitos de processos metodológicos inovadores muito utilizados na inclusão, porém pouco explorados cotidianamente em salas de aula. Este trabalho apresenta um relato de experiência realizado no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia- Campus Passos com a prática de docência compartilhada com a inserção da interdisciplinaridade em um projeto integrado de disciplinas de história, modelagem e costura. Como resultado, além da contribuição do ensino aprendizagem com os discentes do curso, os docentes relataram a ruptura da apreensão do compartilhamento de sala de aula e o crescimento profissional entre eles.

1 IO, Vanessa Mayumi Io; Mestre; IFSULDEMINAS/UNESP, vanessa.mayumi@ifsuldeminas.edu.br

2 MONTEIRO, Patrícia A.; Mestre; IFSULDEMINAS/UNAERP, patricia.monteiro@ifsuldeminas.edu.br

3 CARVALHO, Maria Bernardete Oliveira de; Doutora, IFSULDEMINAS, maria.carvalho@ifsuldeminas.edu.br

4 MENEZES, Marizilda dos Santos; Doutora; UNESP-FAAC; marizilda.menezes@gmail.com

INTRODUÇÃO

Em 2004 o Conselho Nacional de Educação aprovou as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design na qual o primeiro artigo objetiva a integração entre teoria e prática, realização de interdisciplinaridade e incentivo a pesquisa e ainda o Parecer nº CES/CNE 0146/2002 apresenta o perfil desejado do formando:

O curso de graduação em Design, responsável pela formação do designer tem como perfil profissional que se ocupa do projeto de sistemas de informações visuais, objetos e sistemas de objetos de uso através do enfoque interdisciplinar, consideradas as características dos usuários e de seu contexto sócio-econômico-cultural, bem como potencialidades e limitações econômicas e tecnológicas das unidades produtivas onde os sistemas de informação e objetos de uso serão produzidos (BRASIL, 2002).

Portanto, os documentos direcionam às práticas interdisciplinares, na qual Gusdorf (1995) a define como a relação de compreensão integral do processo contrapondo ao ensino fragmentado, na qual não são realizadas apenas junções de áreas, mas a comunicação deve ser presente a fim de ultrapassar barreiras de forma a possibilitar um diálogo entre os interessados.

Posto isso, o corpo docente do Curso Tecnólogo em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Campus Passos frequentemente reúne o Núcleo Docente Estruturante (NDE) para tratar de abordagens curriculares interdisciplinares e as diversas práticas de ensino que constam no currículo a fim de propiciar o desenvolvimento dos discentes por meio de ações pedagógicas cumprindo com as diretrizes curriculares propostas anteriormente. Deste modo, uma das ações integrativas a fim de contribuir com a aplicação de práticas interdisciplinares foi a inserção de uma disciplina de docência compartilhada no ano de 2017, na qual o relato de experiência dos docentes envolvidos na disciplina resultou de maneira profícua sugerindo a prática entre outros docentes da área.

Ainda que as contribuições relatadas tenham sido positivas, esta prática acarretou em um receio por parte dos docentes de possíveis embates em sala de aula, sendo exercida de forma embrionária com poucos docentes. Porém, no ano de 2019 a Instituição ofertou um curso de Pós Graduação Lato Sensu em Modelagem do Vestuário na qual os docentes inseridos nesta práxis pedagógica que compunham o NDE do referido curso redigiram um projeto pedagógico com a inserção de docência compartilhada nas disciplinas na qual todos os docentes vivenciaram essa prática que vem sendo adotada em todos os cursos da área de moda da Instituição.

Por conseguinte, o presente trabalho tem como objetivo relatar e discutir a experiência de

docência compartilhada e a interdisciplinaridade nas disciplinas de Modelagem Avançada e Pilotagem de Produtos I desenvolvida no ano de 2019 com a turma do 4º período do Curso Tecnologia em Design de Moda do IFSULDEMINAS- Campus Passos, com o total de dezessete alunos participantes.

DOCÊNCIA COMPARTILHADA E INTERDISCIPLINARIDADE

A docência compartilhada é um termo muito utilizado em estudos referentes ao ensino inclusivo, sendo definida por Beyer (2006) pela terminologia de bidocência definida pela necessidade de inserção de mais professores dentro de uma classe inclusiva. Essa inclusão refere-se à heterogeneidade dos discentes, levando em consideração que não existe um grupo homogêneo no que se diz respeito a seres humanos. Portanto, constata-se que no ensino aprendizagem, os alunos possuem características individuais que devem ser respeitadas levando em consideração as particularidades do sujeito no aprendizado.

Diante do exposto, para que a docência compartilhada transcorra, faz-se necessário o envolvimento do corpo docente para tal prática:

A docência compartilhada consiste em uma ação docente compartilhada entre dois professores em sala de aula e em um planejamento também compartilhado, ou seja, não é realizado apenas entre os professores, supõe a participação dos docentes envolvidos com o projeto e da equipe diretiva, com assessoramento pedagógico especializado (TRAVERSINI, RODRIGUES e FREITAS (2007, p.2).

Portanto de acordo com Michaelis (2021) a etimologia da palavra docência: ato de ensinar, exercício do magistério, ensino, e compartilhada: ter ou tomar parte em, partilhar com, assim a docência compartilhada refere-se ao ato de ensinar partilhado com outra pessoa, não apenas dividindo o que se conhece ou se pensa, este processo envolve escutar, refletir, examinar, criar, criticar e assim traçar os objetivos que os participantes desejam alcançar resultando em ações cíclicas a fim de fortalecer o processo de forma colegiada no processo de ensino aprendizagem (CALDERANO, 2016).

Em conjunto com esta prática, a interdisciplinaridade também contribui para a formação dos discentes de moda, pois a comunicação integral tanto com docente quanto em disciplinas traz benefícios no processo de ensino aprendizagem.

De acordo com Silva (2000), Hilton Japiassu, um dos precursores da interdisciplinaridade no Brasil, com grande influência de Georges Gusdorf define a interdisciplinaridade como “ uma interação de duas ou mais disciplinas por meio de trocas de experiências e conteúdos na integração de conhecimentos de maneira epistemológica, metodológica, procedimentos, terminologias e organização do projeto. Ainda, Veiga-Neto (1997); Saviani (2003) Frigotto (2008), Gallo (2009) abordam a importância do diálogo interdisciplinar recíproco dos participantes

para eficácia desta prática.

De acordo com Costa Neto (2000) indica a interlocução horizontal entre os docentes, possibilitando questionamentos e estabelecendo um movimento dialético contribuindo para novas abordagens teórico metodológicas nas disciplinas. Ainda, faz-se necessário que os profissionais envolvidos mantenham a conduta de humildade diante da limitação do próprio saber e a abertura de possibilidades de absorver novos saberes de forma flexível, solidária e democrática (SANTOMÉ, 1998).

Desta maneira a prática de docência compartilhada foi uma proposta de projeto interdisciplinar realizado em 2019 com a turma do quarto período no curso Superior em Tecnologia em Design de Moda do IFSULDEMINAS - Campus Passos na disciplina de Modelagem Avançada, Pilotagem de produtos I e História da Moda e da Indumentária que já havia sido lecionada em períodos anteriores, porém a professora contribuiu com o processo e assim, os docentes dialogaram diante das possibilidades de integração das ementas (Figura 01) propostas no projeto pedagógico ofertado.

Figura 01 - Ementas das disciplinas

01	HISTÓRIA DA MODA E DA INDUMENTÁRIA II	Diferenciar indumentária e moda. Caracterizar o nascimento da moda no Renascimento até a contemporaneidade. Compreender a moda como um fenômeno social. Analisar as transformações histórico-culturais como base para compreender as mudanças no vestuário e no design. Reconhecer períodos, silhuetas e estilos do Renascimento à contemporaneidade. Indicar criadores e assinaturas importantes para os processos de desenvolvimento de produto na atualidade.
02	MODELAGEM AVANÇADA	Técnicas de modelagem avançada. Segmentação de volumetrias e texturas. Criação de estruturas 3D. Deformação de padrões. Interações de técnicas criativas na modelagem bidimensional e tridimensional. Criação de esculturas e superfícies têxteis. Desenvolvimento de prototipia e peça piloto.
03	PILOTAGEM DE PRODUTOS II	Estudos práticos em máquinas de costuras industriais especiais. Técnicas de corte manual. Montagem das peças básicas do vestuário em tecido plano e malha. Técnicas de montagem com uso de aparelhos auxiliares à máquina industrial. Apresentação dos tipos de costura para fechamento e acabamento de peças do vestuário. Controle de qualidade aplicada ao acabamento. Sequência operacional. Introdução aos processos de pilotagem.

Fonte: Adaptado de Instituto..., 2019.

Dessa maneira os docentes discutiram os pontos de convergência das disciplinas em questão a fim de construir o projeto interdisciplinar.

PROJETO INTERDISCIPLINAR

A construção do projeto interdisciplinar foi realizada pelos docentes das referidas disciplinas sendo dividida por fases de trabalho de acordo com a convergência das ementas das disciplinas e sequência metodológica do projeto

conforme Quadro 1.

Quadro 1 - Fases de trabalho do projeto interdisciplinar

FASE	Processo interdisciplinar	Prática de docência compartilhada
FASE 01 - Formulação do problema	A formulação do problema de pesquisa teve como temática norteadora do projeto o SURREALISMO abordado na disciplina de História da Moda e da Indumentária, trazendo a temática como inserção estética do produto. Para tanto, a criação do produto deveria ter um desenvolvimento de superfície têxtil livre e ainda utilizar como modelagem a técnica de Shingo Sato. CRITÉRIO DE DESENVOLVIMENTO: Temática de Surrealismo	Esta prática docente ocorreu com as professoras das disciplinas de História e Modelagem.
FASE 02- Desenvolvimento do produto	No processo projetual da fase 01, os alunos projetaram o modelo a ser desenvolvido pensando em uma superfície têxtil a ser trabalhada no processo de desenvolvimento e ainda foram trabalhadas interações e técnicas criativas utilizando o recurso de modelagem de Shingo Sato. CRITÉRIOS DE DESENVOLVIMENTO: Material: Algodão Crú Técnica de Modelagem: Shingo Sato e/ou Julian Roberts Técnica de Superfície: Livre	Esta prática docente ocorreu com as professoras das disciplinas de Modelagem e Prototipagem.
FASE 03 Prototipagem do produto e produto final	Este processo foi a prototipagem do produto final construído nas fases anteriores. Produção do produto para um des file de moda. CRITÉRIO DE DESENVOLVIMENTO: Planejamento de corte e costura: Livre de acordo com as propostas apresentadas anteriormente	Esta prática docente ocorreu com as professoras das disciplinas de Modelagem e Prototipagem.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Anualmente a Instituição conta com um evento de moda intitulado Passos para a Moda que tem por objetivo promover os cursos da área de moda, divulgar os trabalhos técnicos e científicos desenvolvidos pelos alunos e docentes desta área e proporcionar a integração entre comunidade acadêmica e a comunidade externa. Em 2019 o tema gerador do evento foi: “A necessidade da arte na moda”, assim ao planejar as atividades do referido ano os docentes direcionaram o trabalho interdisciplinar para a temática, selecionando o Surrealismo como teoria para a prática interdisciplinar.

Portanto, a docente da disciplina de História da Moda e da Indumentária conduziu o conteúdo referenciada por autores como Ernest Fisher(1971), Jorge Coli (1989), Giulio Carlo Argan (1992), Gertrud Lehnert (2001), Ernst Hans Gombrich (2000) na construção teórica para os discentes.

Segundo Fogg (2013, p.262) “o surrealismo era um exercício de deslocamento que subvertia a normalidade inserindo-a em um contexto novo e muitas vezes perturbador” tendo como principal expoente Elsa Schiaparelli (1890-1973). Os discentes individualmente selecionaram referências ao Surrealismo para desenvolver o estudo teórico, visual e prático no desenvolvimento do produto interdisciplinar.

Outro recurso adotado pelos docentes foi a construção do design de superfície, área de estudo relacionada ao desenvolvimento de padrões e texturas visuais e táteis, sendo livre a técnica adotada por cada discente.

No processo de modelagem, o método utilizado foi de Shingo Sato (Figura 2), na qual aborda o conceito de inovação por meio da modelagem, apresentado por Veloso (2013) define como a técnica de transformação e reconstrução (TR PATTERN), na qual são desenvolvidas modelagens com inserção de volumes e recortes podendo trabalhar de forma artística e inovadora no manequim tridimensional, redesenhando o projeto no corpo ou no manequim. O trabalho de Sato tem como característica a experimentação a fim de obter resultados inusitados, não sendo focado na técnica utilizada e sim na possibilidade de obter novas descobertas durante o processo.

Figura 2 - Técnica de modelagem de Shingo Sato



Fonte: <https://thesewingdivas.wordpress.com/2011/12/02/shingo-sato-designer/>

Mariano (2013) explana sobre a técnica:

A técnica de transformação e reconstrução proposta por Sato consiste em projetar modelos com recortes e volumes inovadores, tendo como ponto de partida peças de algodão cru, construídas a partir de bases ou blocos básicos. A peça costurada é vestida num manequim técnico e, assim como na moulage, o designer tem contato com a volumetria corporal e pode avaliar a estética e as proporções dos novos desenhos (MARIANO, 2013, p.5).

Além de Shingo Sato, foi apresentado aos alunos a técnica de Subtração (Figura 3) de Julian Roberts (2012), método que traz referências no processo de construção de volumes por meio da subtração de matéria prima, sendo oposta ao método de Shingo que preconiza a adição de tecido para formação do volume. De acordo com Anicet e Rùthschilling (2015) a técnica é assim definida:

Em vez de cortar o molde e “adicionar” tecido sobre o corpo, no Subtraction Cutting a roupa é construída usando-se uma peça inteira que, com a subtração de pequenas partes de tecido, abre espaço para o corpo penetrar – daí a origem do nome da técnica de modelagem (ANICET, RÜTHSCHILLINGM, 2015, p.3).

Figura 3- Técnica de subtração de Julian Roberts



Fonte: Roberts (2011).

Assim, a integração dos conteúdos das disciplinas associado às técnicas de experimentação contribuem para o aprendizado do aluno, sendo corroborado por Mariano (2011) na variedade de construção de formas, afirmando que a modelagem se torna uma práxis interdisciplinar gerando possibilidades de construção integrando a ergonomia, formas, volumes, superfície têxtil na construção do produto de vestuário.

Torna-se pertinente ressaltar que as atividades em conjunto alinhavam os conhecimentos dando mais sentido à prática, notando uma evolução não só nas etapas criativas, mas também das etapas produtivas na concepção e experimentação das formas.

Costurar é o ato mais simples de unir duas ou mais partes de um material para construção de um vestuário, a costura também tem o poder de causar impacto dando forma e função a criação do designer (FISCHER, 2010).

Oliveira (2016) ressalta a importância para um designer de moda ter noções de costura, pois estas auxiliarão na criação dos modelos de forma que ao chegar nesta etapa, minimize os possíveis erros, sabendo o que está sendo projetado e a melhor

técnica de costura para cada produto. As agulhas e linhas são elementos simples e baratos, mas ao mesmo tempo de suma importância. Aprender os processos de costura dão credibilidade ao designer e contribuem com o diálogo entre criador, modelista e pilotista na fabricação do produto (JONES, 2005).

Costurar é desencadear todo o processo criativo, onde tudo que foi idealizado será materializado. Todas as etapas do vestuário são importantes para a concretização de uma produto com qualidade, portanto o processo de fundamentação teórica, planejamento e configuração e o processo produtivo entrelaçados tanto com conteúdos teóricos, práticos e docência compartilhada são recursos pedagógicos que facilitam o processo de ensino aprendizagem do discente na compreensão de todo o processo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante do contexto apresentado, os docentes trouxeram reflexões sobre a prática compartilhada e o trabalho interdisciplinar apresentada no Quadro 2 de forma a discutir com a bibliografia proposta.

Quadro 2 - Resultado e discussão de acordo com os docentes

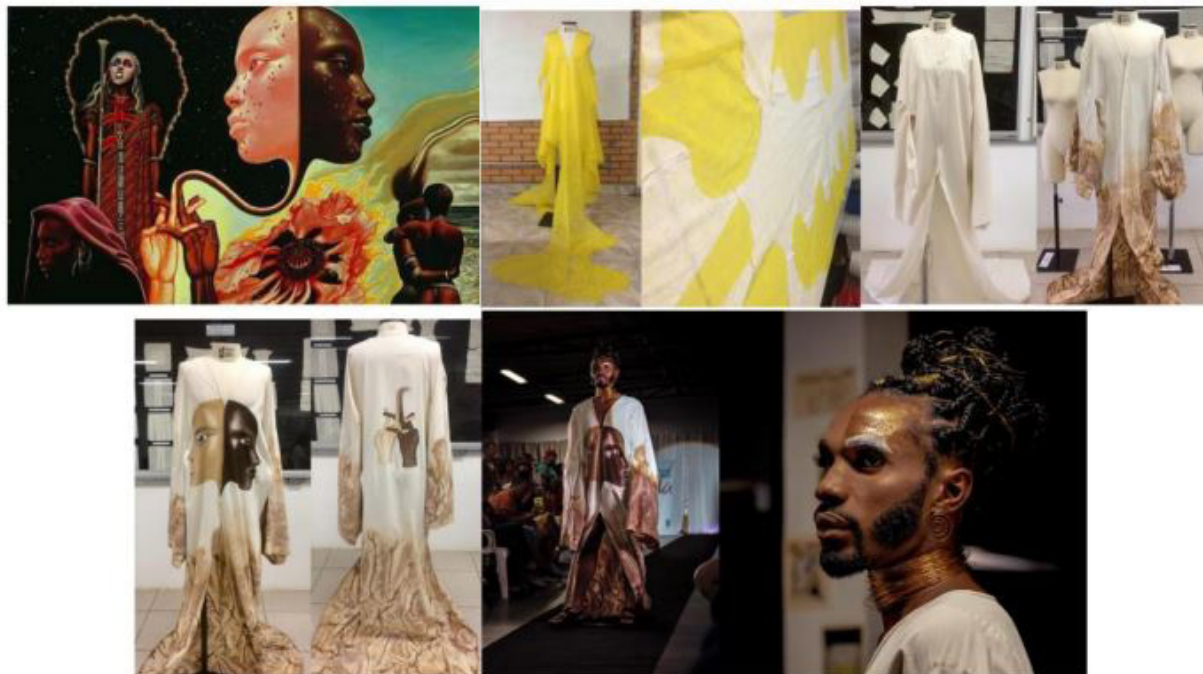
Docente da disciplina	Prática pedagógica adotada	Discussão do resultado
Docente de História da Moda e Indumentária II	“A docência compartilhada assim com o trabalho interdisciplinar contribuem para que o aluno compreenda todo o processo, além do partilhamento de conhecimento entre nós docentes, possibilitando integrar os conteúdos e agregar conhecimento de ambos os lados” (Professor 01, 2019).	Diante da teoria exposta por Calderano (2016), os autores corroboram o processo coletivo desta práxis, visto que este compartilhamento contribuiu com todos os docentes no fortalecimento dos conhecimentos dos mesmos, assim como o resultado experienciado pelos alunos.
Docente de Modelagem Avançada	“ Utilizar o conteúdo teórico de História para o desenvolvimento prático na disciplina de Modelagem subsidiou o processo criativo dentro da aplicação dos conteúdos da disciplina. Ao experienciar a disciplina compartilhada, tive a oportunidade de vivenciar distintas visões do processo teórico e prático adotado por outros docentes, gerando ideias para futuros trabalhos interdisciplinares”.	No que se diz respeito ao processo interdisciplinar abordado por Veiga-Neto (1997); Saviani (2003) Frigotto (2008), Gallo (2009) sobre a importância do diálogo entre os participantes, foi fundamental para o êxito desta prática. Os autores relatam que a interdisciplinaridade com a docência compartilhada fortaleceu a conexão entre os docentes, facilitando a compreensão dos discentes na práxis ocorrida.
Docente de Pilotagem de Produtos II	“A etapa de pilotagem de produtos sequenciada pela interdisciplinaridade facilitou o processo de facção do produto na costura, visto que o discente compreendeu todo o processo de desenvolvimento do produto facilitando a união das partes dos moldes na costura”.	Porém, mesmo que o resultado tenha sido categórico entre os docentes, os mesmo relatam a dificuldade do processo devido a estrutura curricular do curso com a carga horária dos docentes, pois para que a prática ocorra frequentemente, consequentemente o número de aulas por docente duplicaria, inviabilizando o processo devido ao número reduzido de docentes.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Como resultado do trabalho integrado, é possível constatar a prática representada pela Figura 04 com a construção do trabalho do aluno Matheus José

Silva de Sousa.

Figura 04 - Etapas de desenvolvimento do produto: trabalho realizado pelo aluno Matheus José Silva de Sousa.



Fonte: Acervo pessoal do aluno Matheus José Silva de Sousa .

Este trabalho teve como objetivo a construção de um produto de moda inovador que exprima os sentimentos de empoderamento negro e valorização da estética de origem africana por meio das obras de Mati Klarwein com sua obra de Bitches Brew de Mile Davis, 1970. A prototipagem foi desenvolvida em tecido não tecido com a técnica de Julian Roberts juntamente com a modelagem de um quimono masculino, utilizando 5 metros de tecido para sua produção. O desenvolvimento de superfície foi realizado por meio da ilustração com referência da obra selecionada. A prototipagem e marcação correta da modelagem foi fator determinante no processo de costura, visto que os recortes não seguiam a sequência base do corpo. Ainda, o trabalho foi apresentado no Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, sendo premiado como melhor trabalho no Seminário de Moda, Gestão e Design (SEMGED, 2019).

Além deste trabalho, a Figura 05 apresenta outro resultado desenvolvido pela aluna Giovanna Lapetina.

Figura 05 - Etapas de desenvolvimento do produto: trabalho realizado pela aluna



Fonte: Acervo pessoal da aluna Giovanna de Oliveira Lapetina .

Já este produto apresentado pela aluna Giovanna de Oliveira Lapetina objetivou a construção de um produto inspirado em obras de Frida Kahlo, em específico a obra memória, o coração de 1937 e a obra do autorretrato com colar de espinhos e beija flor de 1940, presentes na Figura 02. Todo o processo foi realizado por meio da técnica de crepagem de Jum Nakao e de forma tridimensional, desenvolvida em algodão cru e com tingimento na cor vermelha. A aluna também utilizou as etapas de desenvolvimento relatadas no trabalho do aluno Matheus.

Outros trabalhos dos dezessete apresentados seguiram o mesmo procedimento metodológico apresentado nos resultados acima. A exposição dos dois trabalhos contemplados neste estudo foi de acordo com o aceite e envio do trabalho pelo discente dentro do prazo de envio para publicação, não havendo seleção prévia de trabalhos a serem apresentados aqui.

Diante dos resultados os autores ainda corroboram sobre a assertividade de docência compartilhada proposta por Calderano (2016) na qual o diálogo e o compartilhamento de conhecimentos fortalece o processo de ensino aprendizagem do aluno, ratificando o processo interdisciplinar proposto por Veiga-Neto (1997); Saviani (2003) Frigotto (2008), Gallo (2009) na interlocução horizontal entre os

docentes.

Já a aplicação do método TRPATTERN inserida no processo de desenvolvimento criativo do discente também confirma o que Mariano (2013) aborda sobre a projeção de produtos com volumes e formas inovadoras avaliando a partir do manequim as construções das formas a serem propostas.

As docentes também constataram que a integração entre as disciplinas e docentes diante do resultado material e discurso dos alunos foi positiva, pois possibilitar que o discente vivencie as etapas de fundamentação, planejamento, configuração e produção com todos os docentes das disciplinas e com a sequência metodológica dos conteúdos sequenciados facilitou a compreensão do processo na construção de um produto de moda validando a explanação de Jones (2005) sobre a compreensão de etapas na criação de um produto de moda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos processos apresentados constata-se a contribuição da docência compartilhada tanto para o ensino aprendizagem dos alunos, visto que os resultados dos trabalhos foram desenvolvidos integralmente por eles e a conexão destas etapas facilitou a compreensão do processo. Além disso, a interdisciplinaridade também é um fator que auxilia neste processo. Além do processo de aprendizagem dos alunos, outra contribuição resultante desta prática foi a mútua participação dos docentes, na qual anteriormente tinham receios neste compartilhamento de sala de aula, sendo desmistificado esta dúvida por meio destas atividades. Os docentes relatam o benefício destas atividades propostas e a conquista do curso nesta nova prática pedagógica com discussões e elevações de conhecimento entre os docentes e discentes.

Ainda, os autores sugerem que estas prática ocorram com diversas disciplinas e períodos com propostas metodológicas aplicadas conforme este trabalho a fim de gerar novos conhecimentos.

Os autores relatam ainda que a prática pode vir a ser realizada com aplicação de questionários com os discentes após o desenvolvimento do processo acerca de aquisição de conhecimento e disciplina compartilhada entre diferentes docentes. Neste trabalho foram relatadas as visões dos docentes acerca desta prática, com base em relatos de sala de aula dos alunos.

REFERÊNCIAS

ANICET, A.; RÜTHSCHILLING, E. Substraction cutting aplicada ao design de moda sustentável. dObras[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 8, n. 17, p. 37–44, 2015. DOI: 10.26563/dobras.v8i17.8. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/8>. Acesso em: 20 out.

2021.

ARGAN, Giulio Carlo. Arte Moderna. São Paulo: Cia das Letras, 1992.

BEYER, Hugo Otto. Inclusão e avaliação na escola de alunos com necessidades educacionais. Porto Alegre: Mediação, 2006.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior. Parecer CES/CNE no 0146/2002. Brasília, 3 de abril de 2002.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação Câmara de Educação Superior. Resolução nº 5, de 8 de março de 2004. Aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 142, n. 50, p. 24-25, 02 mai. 2021.

CALDERANO, Maria da Assunção. Ação Político-Educativa numa Periferia Urbana: Um estudo sobre Associação de Moradores em Imperatriz – MA, Ano de obtenção: 1988, Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ. Rio de Janeiro: UFRJ, 1988, 2982p.

COLLI, Jorge. O que é arte. 10 ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

COSTA NETO, M. M. (org.). A implantação da Unidade de Saúde da Família. Brasília: Ministério da Saúde, Secretaria de Políticas da Saúde, Departamento de Atenção Básica, 2000.

FISCHER, Ernst. A necessidade da arte. 3ª ed., Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

FOOG, Marnie. Tudo sobre moda. Tradução pro Débora Chaves, Fernanda Abreu, Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

FRIGOTTO, G. A interdisciplinaridade como necessidade e como problema nas ciências sociais. Revista Ideação – Unioeste – Campus Foz do Iguaçu v. 10 - nº 1 - p. 41.62 - 1º sem. 2008.

GALLO, S. Currículo: Entre disciplinaridades, interdisciplinaridade... e outras ideias! In. MEC/SEED. Currículo: conhecimento e Cultura – TV Escola /Salto para o Futuro. Ano XIX n. 1 abril de 2009.

GOMBRICH, Ernst Hans. Introdução. A História da Arte. 16ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GUSDORF, G. Passado, presente, futuro da pesquisa interdisciplinar. Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, n. 121, p. 7-27, abril-junho 1995.

JAPIASSU, H. Interdisciplinaridade e patologia do saber. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

LEHNERT, Gertrud. História da Moda do Século XX. Colônia: Könemann, 2001.

MARIANO, Maria Luiza Veloso. Da construção à desconstrução: a modelagem como recurso criativo no design de moda. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011.

_____. A contribuição da técnica TR pattern para o ensino da modelagem como recurso criativo no design de moda 19º Colóquio de Moda – 6ª Edição Internacional, 2013, Fortaleza, CE. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Ensino-Educacao-teoria-e-pratica-em-Moda/A-contribuicao-da-tecnica-TR-pattern-para-o-ensino-da-modelagem-como-recurso-criativo-no-design-de-moda.pdf> . Acesso em: 04 jun. 2021.

MICHAELIS moderno dicionário da língua portuguesa. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: . Acesso em: 02 jun 2021.

PIRES, Dorotéia Baduy. O Desenvolvimento de Produtos de Moda: Uma Atividade Multidisciplinar. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, P&D DESIGN,6, São Paulo, 2004.

ROBERTS, Julian. Free Cutting. 2012. Disponível em: <<http://timorissanen.com/2013/08/11/julian-roberts-free-book>>. Acesso em: 04 de jun 2021.

SANTOMÉ, J. T. Globalização e interdisciplinaridade: o currículo integrado. Porto Alegre: Artmed, 1998.

SAVIANI, Dermeval. Escola e Democracia – teorias da educação, curvatura da vara, onze teses sobre a educação política. 36 ed. Campinas: Autores Associados, 2003.

SILVA, D. J. O paradigma transdisciplinar: uma perspectiva metodológica para pesquisa ambiental. In: PHILIPPI JR., A. Interdisciplinaridade em Ciências Ambientais. São Paulo: Signus, 2000.

TRAVERSINI, Clarice Salete; RODRIGUES, Maria Bernadette Castro e FREITAS, Juliana. O desafio de exercer a docência e constituir-se como aluno no projeto da docência compartilhada. Porto Alegre: UFRGS, 2010.

VEIGA-NETO, Alfredo. Currículo e Interdisciplinaridade. In: MOREIRA, Antonio Flávio B. (Org.). Currículo: questões atuais. Campinas: Papyrus, 142 Revista da Faculdade de Educação Ano IV nº 5/6 (jan./dez. 2006) 1997 p. 59-102.



PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA MODA: O UPCYCLING NO DESENVOLVIMENTO DE BOLSAS UNI.CO

Natalie Rodrigues Alves Ferreira de Andrade¹

Patrícia Cristina Alves Lamy²

Jéssica Sousa Costa³

Resumo:

Esta pesquisa aborda por meio de referências literárias, webgráficas e iconográficas, os conceitos de sustentabilidade, design sustentável e o método upcycling e suas práticas na indústria da moda, como o reaproveitamento dos resíduos industriais gerados pela indústria coureiro-calçadista, a partir de um estudo de caso da empresa de bolsas e acessórios Uni.Co, situada na cidade de Franca, interior do estado de São Paulo.

Palavras chave: Design Sustentável; Upcycling; Indústria da Moda; Bolsas.

1 ANDRADE, Natalie Rodrigues Alves Ferreira de; Me; FATEC Franca, natalieferreira80@gmail.com

2 LAMY, Patrícia Cristina Alves; FATEC Franca, alveslamy@yahoo.com.br

3 COSTA, Jéssica Sousa; FATEC Franca, jjessica02costa@gmail.com

INTRODUÇÃO

Com o crescimento exponencial da população mundial, houve um aumento do consumo de produtos industrializados e com isso, gerando resíduos urbanos. As indústrias são as responsáveis por uma grande geração de lixo.

Dentre as indústrias tradicionalmente responsáveis pela produção de resíduos que causam maiores danos ao meio ambiente estão as indústrias químicas, as de couro e a de borracha, todas relacionadas a indústria da moda (KRAEMER, 2005).

As empresas precisam se atentar à destinação correta dos seus resíduos, porém, encontrar medidas eficazes de destinação, poderia minimizar ou eliminar os impactos ambientais, pois é um dos maiores desafios das indústrias na atualidade. Baseado nos dados pesquisados e na tendência de consumo de produtos sustentáveis, esta pesquisa tem como objetivo compreender a prática sustentável na indústria da moda especialmente na utilização do upcycling a partir de um estudo de caso da empresa Uni.Co, situada na cidade de Franca, interior do Estado de São Paulo, um dos maiores polos coureiros-calçadistas do Brasil.

Observa-se, por meio de pesquisas, que o consumidor está cada vez mais consciente e exigente, optando por produtos e marcas consideradas éticas e responsáveis, pois uma parcela do consumidor moderno brasileiro mudou seu perfil e tornou-se mais informado, exigente, crítico em suas decisões. Empresas socialmente responsáveis são mais valorizadas por esse grupo por seus critérios éticos e o uso racional de recursos naturais.

Para o desenvolvimento desta pesquisa foram utilizados referenciais literários documentais sobre conceitos de sustentabilidade, design sustentável e upcycling, de pesquisa iconográfica e entrevista com a proprietária da marca Uni.Co, Isabela Ubida, para fundamentar o estudo de caso da empresa do segmento de bolsas situada no polo de Franca.

SUSTENTABILIDADE E A INDUSTRIA DA MODA

A palavra sustentabilidade vem do latim sustentare, que significa sustentar, apoiar, conservar e cuidar. Num âmbito de implantação de termos novos, a sustentabilidade foi ganhando espaço para denominar uma esperança de cuidar do mundo em geral e posteriormente vieram as questões intensificadas ao ambientalismo (NÓBILE, 2003).

Atualmente, tratando de sustentabilidade, é importante que haja a integração de três pilares. São eles o econômico, social e ambiental.

Com o avanço da tecnologia e intensificação do capitalismo, depara-se com a cobrança intensa sobre as indústrias e empresas para que adotem a sustentabilidade. Os pilares econômicos, sociais e ambientais necessitam estar em equilíbrio para garantir que as decisões tomadas e ações realizadas no presente não invalidem o desenvolvimento sustentável das organizações no futuro.

A tendência de preservação ambiental e ecológica por parte das organizações deve continuar de forma permanente e definitiva; os resultados econômicos passam a depender cada vez mais de decisões empresariais que levem em conta que: (a) não há conflito entre lucratividade e a questão ambiental; (b) o movimento ambientalista cresce em escala mundial; (c) clientes e comunidade em geral passam a valorizar cada vez mais a proteção do meio ambiente; (d) a demanda (TACHIZAWA, 2010, p.5 e 6).

Também observa-se que a evidenciação de que uma empresa investe na responsabilidade social, incluindo-a em sua estratégia (o que a caracteriza como uma empresa sustentável), pode se configurar num fator de competitividade e lucratividade, uma vez que possivelmente influencia na imagem percebida pelos consumidores, como acredita Sato et. al. (2010).

Um novo ambiente competitivo global está surgindo, não apenas baseado em concorrentes tradicionais em mercados tradicionais, mas na desintegração das barreiras de acesso a mercados anteriormente monopolizados, protegidos e organizados nas formas de cartéis (TACHIZAWA, 2010).

Para Fogliatti et al. (2008), com a cobrança cada vez maior dos consumidores, os governantes criaram legislações para que as empresas se adequem e causem

menos danos ambientais. Na globalização, a gestão ambiental vem influenciando a economia mundial, pois os consumidores comparam e dão preferência a empresas e países que se preocupam com estas questões. “Este comportamento se insere no contexto de uma legislação cada vez mais exigente que incentiva políticas econômicas destinadas à proteção ambiental” (FOGLIATTI et al. 2008, p. 5).

Para Provenzano (2014), a sustentabilidade também se estende ao mercado da moda, que sobrevive de recursos naturais do planeta para transformar matéria prima em produto.

Ainda para Provenzano (2014), a indústria da moda vem tomando consciência e buscando cada vez mais adotar medidas sustentáveis. Tanto na escolha da matéria- prima a ser utilizada quanto com a diminuição, durante a produção, de uso de energias e fontes não renováveis como também no descarte do produto, para que este cause o menor dano possível a natureza.

A indústria da moda desempenha um papel vital não só na concretização do desenvolvimento sustentável, pois ela gera milhões de empregos, contribuindo para a economia mundial, também influenciando a sociedade e a economia mundial.

É de extrema importância a conscientização e práticas sustentáveis na indústria da moda, desde os processos criativos até os processos de produção, além de estudos para prolongar o uso do produto que seriam descartados muitas vezes antes do tempo. A indústria da moda é uma das mais consumidas e em sua maioria trabalha em oferecer novidades e tendências, porém hoje já estão se tornando mais consciente quanto ao uso de recursos naturais, evitando desperdícios e oferecendo produtos com um maior ciclo de vida.

Mesmo sendo a moda um fato consumado na sociedade moderna, vinculada a ideia de mudanças, que se materializa na rapidez com que as coleções alternam-se a cada estação (até mesmo no meio delas), ela não precisa ser considerada uma ameaça ao meio ambiente e a sociedade. Há necessidade, sim, de uma postura comprometida com os princípios ecológicos. Uma discussão consistente sobre o desenvolvimento sustentável, dá margem a que se reflita, então, sobre os vários aspectos da sociedade moderna, entre eles, a moda e a indústria que a viabiliza. Sua maneira de produção, a maneira de consumo, os estilos de vida que favorece. A produção de variedades excessivas de artigos e o uso indiscriminado de energia, por exemplo, não são compatíveis com regras de sustentabilidade. Claramente, aqui cabe pensar sério e propor mudanças no estilo de vida vigente. Uma filosofia da finitude e de auto restrição assume grande relevância neste contexto (COSTA; SOARES 2007, p. 12).

O setor da moda está percebendo essa necessidade e se adaptando cada vez mais na adoção de práticas sustentáveis, criando uma trama onde desde os fornecedores, designers, colaboradores e consumidores estão unidos em um

único propósito de produzir produtos de moda tendo cuidado em todas as etapas até chegar ao cliente que, estando consciente, faz um bom uso do produto pois o valoriza. Dessa forma, faz-se necessário pensar em um design sustentável para os produtos de moda.

O design sustentável é uma parte importante para que o produto atinja seu objetivo de trazer benefícios ao meio ambiente. Para isso, é importante que o desenvolvimento de produtos esteja interligado a outros fatores como culturais e econômicos e aos setores desde o planejamento até o descarte do produto, estando atentos à probabilidade de reutilização, diminuição de custos e de uso de recursos para que causem cada vez menos danos ao meio ambiente.

Para alcançar a sustentabilidade é necessário que ocorram progressos dos produtos e processos tanto na dimensão técnica como na cultural. MANZINI (ibidem) comentam que isto põe em discussão o modelo atual de desenvolvimento de forma que nas próximas décadas a sociedade deveria ser capaz de passar de consumir menos e reduzir a produção de produtos materiais. Isto deverá atingir todas as dimensões do sistema ambiente: a física, econômica, institucional, ética, estética, cultural, desta forma, será uma longa fase de transição. As mudanças só poderão emergir a partir de uma complexa dinâmica sociocultural onde os projetistas têm um papel limitado (MANZINI 2002 Apud PAZMINO, 2007 p. 8-9).

Segundo Perpétuo; Noronha (2015), no âmbito do projeto de produtos o papel do design passa a ser ainda mais fortalecido como mediador e estratégico. O design iniciou com medidas paliativas como foco nos resíduos dos produtos e processos industriais e posteriormente voltou-se para o ciclo de vida dos produtos. Atualmente, os estudos em design passam a ser mais abrangentes e efetivo sobre o comportamento, cultura de consumo e projeção de estilos de vida.

Para Barros (2010), o designer necessita estar atento à possibilidade de aproveitar um material que iria para o lixo e criar um acessório de moda dando um novo uso ao que se imaginava que não tinha mais valor.

A moda acusada sempre como grande agente cultuador do consumismo, torna-se também espaço para lançar novos conceitos: o “lixo” virar moda é a prova concreta de que está na hora de ver o lixo, que é produzido aos montes e sem muita consciência, com outros olhos. As novas experiências em design de Moda apresentam cada vez mais produtos inovadores e “usáveis”, formando então um novo e promissor mercado de moda que possivelmente movimentará a economia verde. (BARROS, 2010 p. 7).

É possível elaborar peças que estão excedendo no estoque, com pequenos defeitos ou em desuso usando o menor número de artefatos possíveis para esta transformação, ou seja, aproveitando o que tem no desenvolvimento de novos produtos.

É importante o designer estar atento e participar de todas as etapas do ciclo de vida do produto. É interessante que ele coordene toda a equipe que envolve o produto verificando se é possível usar menos matéria prima, utilizar resíduos, aumentar o ciclo de vida do produto até o seu descarte final.

Assim, o design deve levar em conta o uso dos recursos que são essenciais para a existência de todos que habitam a terra, buscando reaproveitar ou aumentar a vida útil dos produtos que seriam descartados antecipadamente e conscientizar o consumidor quanto ao uso dos produtos.

O UPCYCLING NA INDUSTRIA DA MODA

O Upcycling é um método que permite a transformação de uma matéria-prima ou objeto sem que se mude por completo com uso de outras substâncias o material utilizado. É recomendável que se utilize de forma prolongada e o máximo possível dos materiais. Na indústria da moda, que oferece muitos produtos em sua produção, os materiais mais utilizados ainda são os tecidos e o couro.

Conforme Rüttschilling (2014), o upcycling é uma opção que deve ser levada em consideração pelos designers de moda por ser sustentável, pois é uma maneira de se aproveitar o que seria descartado, seja matéria prima ainda não utilizada ou peças já utilizadas.

O upcycling na moda pode ser trabalhado de maneira a reutilizar os resíduos, ressaltar sua beleza, transformando em novos produtos com valor agregado, sem que se tenha a necessidade de despende mais energia em outro processo (RÜTHSCHILLING, 2014 p.9).

O método upcycling é uma maneira de prolongar a vida útil de um produto e geralmente transformar um produto em um artefato personalizado e único, por se tratar de reaproveitamento, criando produtos exclusivos.

Segundo Cledes (2018), tanto a reciclagem como o método upcycling abordam o conceito de design sustentável, o que diferencia um método do outro é que ao utilizar o método upcycling há uma preocupação em manter as características químicas originais da matéria prima, prolongando o seu tempo de uso, enquanto a reciclagem não tem essa necessidade. Cledes explica que reciclar é transformar um produto por meio de processos químicos (exemplo as fibras feitas a partir de garrafas PET) e o upcycling prolonga “o ciclo de vida de um material sem intervir em suas propriedades químicas originais, reaproveitando quase que integralmente suas características para compor uma nova peça” (CLEDES, 2018, p.1).

É possível criar projetos de upcycling na indústria da moda, tanto utilizando materiais que estocados nas indústrias como peças que seriam descartadas, transformando em outros objetos e prolongando assim seu tempo de vida.

O processo criativo de moda o upcycling pode ocorrer de diversas formas

sem padrão estabelecido como nas técnicas de modelagem, beneficiamento e ornamentação de superfícies. Esses processos tornam os produtos únicos pelo processo do designer e os materiais utilizados, que geralmente se diferem um do outro.

Para Michelin e Reinke (2019), o método upcycling é uma opção muito interessante para o segmento da moda adotar como medida sustentável:

Atualmente, os consumidores valorizam produtos que sejam amigáveis com o meio ambiente, por isso, tendências como upcycling, slow fashion, reuso, reciclagem etc. têm crescido. Mais especificamente, o upcycling propõe o reuso de materiais para serem transformados em produtos com maior valor ou qualidade do que o produto original, e tem sido reconhecido como um processo promissor para reduzir o uso de materiais e energia na produção e consumo sustentáveis. Neste contexto, surge a oportunidade de empresas do segmento da moda construírem negócios que explorem essa tendência para a sustentabilidade, prevenindo riscos atuais e futuros ao meio ambiente (MICHELIN; REINKE 2019 p.3).

Em Franca e região existem diversas indústrias de curtimento e fabricação de artefatos em couro, conhecidos como Curtumes. É um setor que envolve vários outros segmentos e processos para chegar ao produto final, iniciando na criação de pecuária para corte e terminando com um produto manufaturado. E quando o couro passa pelo processo de curtimento, recebe o tratamento para não ser mais perecível e estar pronto para os processos seguintes de produção de artefatos como calçados e bolsas.

Deste modo, observa-se que é cada vez mais necessário que as empresas da indústria da moda, como a do couro e calçados, adotem medidas sustentáveis e façam o reaproveitamento do couro, pois é um material de produção que quando recebe aditivos químicos torna-se poluente e nocivo, além de decomposição lenta.

ANÁLISE DE INDÚSTRIAS DE MODA COM PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS DO POLO DE FRANCA

O polo de Franca que é tradicionalmente reconhecida por sua atividade coureiro-calçadista. Conforme Andrade (2012) um dos marcos para a cidade se tornar este polo foi na década de 1950 que inspirados em indústrias do mesmo segmento em outras localidades muitas pessoas começaram a empreender graças ao acesso ao arrendamento de máquinas. Na década de 1950, consolida-se o ciclo que perdura até a contemporaneidade, em que trabalhadores, em oficinas improvisadas em cômodos de suas casas, inspirados no êxito de industriais da mesma origem, abrem suas empresas. O empreendedorismo, unido aos conhecimentos técnicos e carência de recursos, uma característica da fabricação de calçados na cidade desde o início do século XX, ampliou-se em criações de diversas novas

empresas. “O lançamento do sistema de arrendamento de máquinas favoreceu a industrialização dos calçados na cidade” (ANDRADE, 2012, p.58).

No polo coureiro-calçadista existem empresas de calçados reconhecidas por adotar práticas sustentáveis há alguns anos como é o caso da Macboot (2020), empresa de calçados fundada em 1991. A empresa preza por adotar práticas sustentáveis tanto na sua criação de seus produtos como na conscientização de seus clientes.

Outro exemplo na cidade é a marca de calçados Ahimsa, fundada em 2013 por Gabriel Silva que tornou-se vegetariano por questões de saúde. Mas, sua ligação com os animais o fez tornar também vegano, encontrando dificuldades de encontrar produtos que o atendessem. Começou então a pesquisar e adquirir conhecimentos para criar calçados veganos buscando atender este nicho de mercado (AHIMSA, 2020).

Também no polo de Franca, a Vegano Shoes foi criada em 2013 pelo químico Rosemir Folhas e tem também como prioridade criar sapatos sustentáveis e veganos. A marca utiliza produtos reciclados como lonas de caminhão e câmaras de ar recolhidos em borracharia juntamente com espumas de origens minerais e vegetais para oferecer conforto, resistência estabilidade para os pés (VEGANO SHOES, 2020).

Após pesquisar sobre as marcas que se intitulam sustentáveis no polo de Franca, foi definida para análise desta pesquisa a empresa Uni.Co. A empresa foi criada no ano de 2016 e oferece bolsas utilizando a técnica de upcycling para transformar o couro rejeitado por outras empresas em peças atemporais e muitas vezes exclusivas. Seu design é criado de acordo com o material disponível (UNI.CO, 2020).

“A Uni.Co surgiu do conceito de upcycling, utilizando um material (couro) que a indústria não usa, seja pelo tamanho da pele ou até mesmo por ser de coleções passadas” (Ubida, 04/11/2020). “Nossa maior inspiração é transformar esse material em bolsas e acessórios suprimindo uma demanda de mercado e, ao mesmo tempo, sendo consciente com a reutilização do couro” (Ubida, 04/11/2020).

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

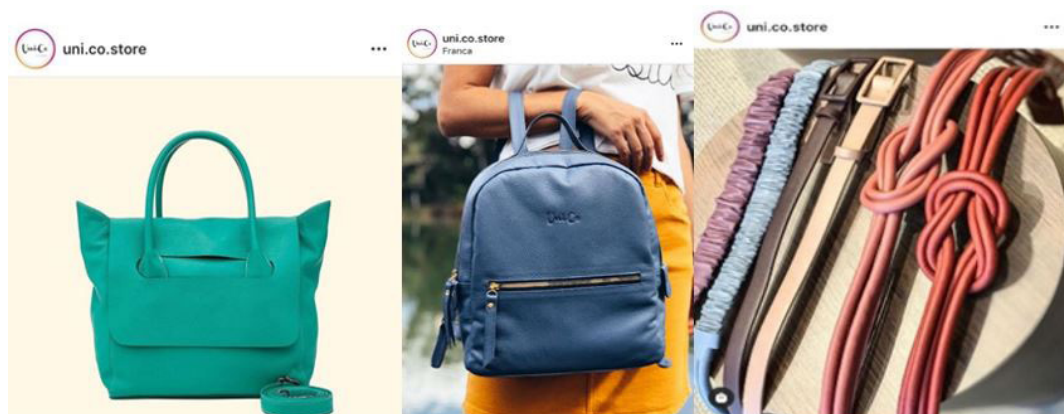
Para uma análise sobre a marca e o uso do método do Upcycling na empresa, foram pesquisados o site da marca Uni.Co (2020) e realizada uma entrevista via e-mail com a proprietária Isabela Ubida (04/11/2020). Foram elaboradas 14 perguntas sobre a marca e seus processos de criação e confecção dos produtos.

A empresa Uni.Co, nome que é a junção das palavras união e couro, situada em Franca, interior do estado de São Paulo surgiu em maio de 2016, quando Isabela Ubida, proprietária da marca, trabalhava com seu pai em um comércio de couro. Naquele momento ela observou na empresa do seu pai o alto descarte de retalhos de couro inutilizados. Foi então que ela iniciou um projeto de aproveitamento

deste material para a criação de bolsas.

As Figuras 1 e 2 abaixo apresentam alguns produtos da marca.

Figuras 1 e 2 : Bolsa Sintese Verde Água e Mochila Ypê Jeans, ambas da Uni.Co 2020.



Fonte: Uni.Co, 2020.

Segundo Ubida (04-11-2020), a Uni.Co, nome e conceito criado por ela com auxílio de seu cunhado, é uma empresa pequena que conta com a proprietária atuando na criação e administração, um funcionário no marketing, um no tráfego. A produção conta com funcionários terceirizados, com uma pessoa no desenvolvimento e corte das peças e dois na produção.

Para Ubida (04/11/2020):

A ideia da marca é oferecer produtos que sejam feitos de matéria prima já existentes, no nosso caso o excedente do couro. Que é o upcycling. Acaba sendo produtos sustentáveis, mas não 100% por conta do material ser o couro.

A decisão em utilizar o método do Upcycling, segundo Ubida (04/11/2020), foi por sua experiência de trabalho e observando a quantidade de matéria prima desperdiçada. As etapas para a criação dos produtos são descritas da seguinte forma por Ubida (04-11-2020):

Não seguimos o padrão de coleções, nossas coleções são atemporais e pequenas, sempre vamos lançando aos poucos modelos que fazem sentido pra marca. Primeiro faço a parte de criação do modelo, vejo inspirações do que tem próximo do que pensei e desenhei. Depois eu e Claudio (modelagem e desenvolvimento) sentamos e alinhamos o nosso modelo. É feito um protótipo, depois aprovamos e iniciamos a produção” (UBIDA, 04/11/2020).

A marca oferece produtos com design minimalistas e alguns produtos únicos.

Quando questionada sobre as facilidades e dificuldades encontradas pela empresa ao utilizar o método do upcycling, Isabela (04/11/2020) alega que as

dificuldades são manter uma escala de produção, uma continuidade de produtos da mesma cor, por exemplo. As facilidades são criar produtos de cores e estampas novas com maior frequência.

Pelo fato de usar couro, que é considerado um material não sustentável, a empresária diz que sente um “conflito” por usar um material que considera poluente, por isso vem pesquisando alternativas para utilizar outros materiais.

A marca busca divulgar como funciona o upcycling, explicando o processo, mas a empresária sente que precisam divulgar cada vez mais para que as pessoas conheçam o método e o entendam.

No site da empresa, a justificativa para o conceito da marca é de que ela quer “transformar, reutilizar e trazer mais cor ao mundo com produtos atemporais, autênticos que caibam em qualquer situação e para todas as idades” (UNI.CO, 2020).

O público da marca, segundo Isabela (04/11/2020), é de “Mulheres de 25-34 anos das cidades de São Paulo, Rio, Franca
Mesmo tendo clientes homens, maioria é mulher e temos produtos sem gêneros”. Para Ubida (04-11-2020), “as pessoas entenderem o conceito da marca, e isso vem acontecendo muito!”.

Quando questionados em como a marca se projeta para 10 anos, Ubida responde: “Imaginamos a empresa mais conhecida e mais estruturada. Com novos tipos de produtos, que é o que estamos começando a fazer com a linha casa”.

A marca, além da linha de bolsas vem ampliando sua linha de produtos e lançou recentemente linhas de carteiras, cintos, acessórios para cabelo, escritório e para casa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisadoras, por meio das pesquisas de referências literárias e documentais sobre sustentabilidade na indústria da moda, design sustentável e upcycling; além de pesquisa sobre marcas locais e estudo de caso da marca Uni.Co, perceberam a necessidade de que empresas locais adotem práticas sustentáveis.

Com a facilidade de acesso à informação, o consumidor pode optar por escolher produtos que provenham de fornecedores conscientes e que demonstrem preocupação tanto com o meio ambiente como com o bem-estar social.

A partir da pesquisa, conclui-se que as empresas estão investindo cada vez mais em adotar esta prática na sua produção, usando os recursos naturais e não renováveis de forma mais consciente, trabalhando com projetos de design de produtos que evitem desperdícios e se possível que haja a possibilidade de reaproveitamento e prolongamento de sua vida útil, gerando menos descarte.

A técnica upcycling é uma ferramenta que colabora para esta produção pois é uma forma de reaproveitar uma matéria prima ou objeto em desuso e transformá-lo em um novo produto, prolongando assim a vida útil do material transformado

que poderia até ser descartado incorretamente, gerando ainda mais poluição.

A empresa Uni.Co é um exemplo em adoção de políticas sustentáveis tanto na produção e no fornecimento de produtos sustentáveis. Ao aproveitar couros que não seriam usados por outras indústrias, impedem que estes fiquem em estoque ocupando espaço e que se mal descartados, pode trazer danos ao meio ambiente, como a poluição. Utilizando o método upcycling, diminui-se o uso de aditivos químicos e a quantidade de energias empregadas, oferecendo um produto para durar por mais tempo.

O objetivo de compreender a prática sustentável na indústria da moda especialmente com a utilização do upcycling a partir de um estudo de caso da empresa Uni.Co, foi alcançado pois por meio de estudos e entrevista foi explicado os assuntos descritos.

Este trabalho pretende colaborar com a pesquisa sobre indústria da moda sustentável no polo de Franca e pretende-se seguir com pesquisas em outros setores que podem utilizar o método do upcycling, colaborando com a divulgação deste modo de reaproveitamento que ainda é pouco divulgado e conhecido na cidade e no país.

REFERÊNCIAS

AHIMSA. Página oficial da loja/História. Disponível em: <https://useahimsa.com/historia>. Acesso em 29 de Setembro de 2020.

ANDRADE, Natalie Rodrigues Alves Ferreira De. O design de moda e o desenvolvimento dos calçados femininos no polo de Franca-sp. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Design – Mestrado, da Universidade Anhembi Morumbi, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design. São Paulo, janeiro/ 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/Positivo/Downloads/Defesa%20Natalie%20Def.%2018.03.12%20PressQ.pdf>. Acesso em: 25 de Novembro de 2020.

BARROS Izabele Sousa. O luxo do lixo: eco design uma nova perspectiva para a indústria da moda. AntenaWeb: Revista Digital do IBM Moda. AntenaWeb nº6.2010. Disponível em: http://antennaweb.com.br/edicao6/artigos/edicao6artigo4_eco.pdf. Acesso em 27 de Agosto de 2010.

CLEMES, Sandro. Você sabe o que Upcycling? Saiba como aplicar o conceito do design na sua casa. 28 de outubro de 2018. Disponível em: <https://www.revistaversar.com.br/upcycling/>. Acesso em 05 de Setembro de 2020.

COSTA, Maria Izabel. SOARES, Maristela de Toledo. Moda comprometida com a sustentabilidade ecológica e social. I encontro de sustentabilidade em projeto

do vale do itajaí 12 e 13 de abril de 2007. Disponível em: <https://ensur2007.paginas.ufsc.br/files/2015/08/Moda-Comprometida-com-a-Sustentabilidade-Ecol%C3%B3gica-e-Social2.pdf>. Acesso em 31 de Agosto de 2020.

FOGLIATTI, Maria Cristina. Et al. Sistema de gestão ambiental par empresas. Rio de Janeiro: Inter ciência, 2008.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. A questão ambiental e os resíduos industriais. XXV ENEGEP Porto Alegre, RS, Brasil, 29 de Outubro a 01 de Novembro de 2005. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=res%C3%ADduos+industriais&oq=res%C3%ADduos. Aceso em 29 de Setembro de 2020.

MACBOOT. Página oficial da loja/Quem Somos. Disponível em: <https://www.macboot.com.br/institucional/quem-somos/>. Acesso em 29 de Setembro de 2020.

MICHELIN Izadora Zamboni da Silveira. REINKE Carlos Augusto. Upcycling na moda como desenvolvimento sustentável de produtos de moda. VII Congresso de Pesquisa e Extensão da FSG & V Salão de Extensão. Caxias do Sul – RS, de 30 de Setembro a 03 de Outubro de 2019. Disponível em: <file:///C:/Users/55169/Downloads/4122-Texto%20do%20artigo-14497-1-10-20200220.pdf>. Acesso em 06 de Setembro de 2020.

NÓBILE, Alexandre Amato. Diretrizes para a sustentabilidade ambiental em empreendimentos habitacionais. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Campinas Faculdade de Engenharia Civil. Campinas –SP 2003. Disponível em: <http://arquivo.iengenharia.org.br/site/ieadm/arquivos/arqnot7777.pdf>. Acesso em 14 de Outubro de 2020.

PAZMINO, Ana Verónica. Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável. I International Symposium on Sustainable Design | I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável Curitiba, 4-6 de setembro de 2007. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36682232/Uma_reflex_uo_sobre_design....pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DUma_reflexao_sobre_Design.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190916%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190916T175412Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=10a330f1cfcbbf4ef493b8f5f8081b74ae773362a4444cb82b143e4eeadd4fad. Acesso em 14 de Setembro de 2019.

PERPÉTUO, Nayara Chaves Ferreira. NORONHA, Raquel Gomes. Intervenções do design para aumentar a vida útil dos produtos de moda na fase de uso. Rio de Janeiro

– RJ 11 de novembro a 13 de novembro de 2015. Disponível em: <http://pdf.blucher.com.br/s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/sbds15/3st701b.pdf>. Acesso em: 31 de Agosto de 2020.

PROVENZANO, Camila Costa. Moda, inovação e sustentabilidade: Estudo de casos Múltiplos. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre-RS 2014. Disponível em https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/101507/000932713.pdf?sequence=1&locale-attribute=pt_BR. Acesso em 07 de Setembro de 2020.

RÜTHSCHILLING , Evelise Anicet. ANICET Anne. Estudo para construção de metodologia de design de moda sustentável. Gramado – RS de 30 de setembro a 2 de outubro de 2014. Disponível em: http://www.ufrgs.br/ped2014/trabalhos/trabalhos/598_arq2.pdf. Acesso em 27 de Agosto de 2020.

SATO Kawana Harue et al. Sustentabilidade e responsabilidade social: análise do desempenho do índice de sustentabilidade empresarial. Perspec. Contemp., Campo Mourão, v.5, n.2, p.157-177, jul./dez. 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Paulo_Nogas/publication/277759741_SUSTENTABILIDADE_E_RESPONSABILIDADE_SOCIAL_ANALISE_DO_DESEMPENHO_DO_INDICE_DE_SUSTENTABILIDADE_EMPRESARIAL/links/57f67a5608ae280dd0bb2a78.pdf. Acesso em 08 de outubro de 2019.

TACHIZAWA, Taqueshy. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

UNI.CO STORE. Página oficial da loja na rede social Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/uni.co.store/>. Acesso em 05 de Setembro de 2020.

_____ Página oficial da loja. Disponível em: <https://www.unicostore.com.br/>. Acesso em 05 de Setembro de 2020.



ANTIGAS TÉCNICAS DE ESTAMPARIA E SUAS CONTRIBUIÇÕES PARA O SLOW FASHION: UMA INVESTIGAÇÃO ATRAVÉS DE UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SISTEMATIZADA

Bruna Souza Viana¹
Vanessa Mayumi Io²

Resumo:

Apesar do Design de Superfícies, mais especificamente o design de estampas, ser uma área relativamente nova no mercado de moda brasileiro, são percebidos avanços tecnológicos muito relevantes nessa área. Entretanto, percebe-se a necessidade da implantação de alternativas mais limpas neste setor, visto que a sustentabilidade é necessária nos dias atuais. Portanto, o presente trabalho tem como intuito investigar por meio da RBS com antigas técnicas de estamparia para que possam colaborar de maneira mais limpa com o movimento slow fashion.

Palavras chave: estamparia, slow fashion, sustentabilidade.

¹VIANA, Bruna Souza; Tecnóloga em Design de Moda; IFSULDEMINAS – Campus Passos, MG bruna.viana@alunos.ifsuldeminas.edu.br

² IO, Vanessa Mayumi; Mestre; IFSULDEMINAS – Campus Passos, MG, vanessa.mayumi@ifsuldeminas.edu.br

INTRODUÇÃO

Tendo em vista o crescimento dos impactos ambientais, nos últimos anos houve um aumento da preocupação e das discussões acerca da sustentabilidade, em busca de alternativas mais limpas e menos agressivas em diversas áreas, como a estamparia.

De acordo com Leão (2016), o conceito de estamparia pode ser definido como o ato de decorar uma superfície, independentemente de sua natureza ou qualidade, por meio do uso de ornamentos e desenhos, que podem ou não ser repetidos. O presente estudo tem como objetivo analisar através da execução de uma RBS, aplicação de técnicas de estamparia em substratos têxteis, principalmente as que as técnicas consideradas mais limpas.

Entretanto é necessário ressaltar que os procedimentos relativos à estamparia na indústria têxtil, envolvem atividades provenientes de recursos naturais, tais quais o consumo excessivo de bens não renováveis e o descarte de produtos químicos em locais inadequados causando assim a poluição de rios e mares (OLIVEIRA, 2014). Portanto, visando contribuir para as discussões acerca de métodos mais limpos na área da estamparia, desenvolveu-se este trabalho que tem como problema geral compreender de que maneira antigas técnicas de estamparia, podem contribuir com o movimento slow fashion na busca de práticas mais limpas.

De acordo com Botelho, Cunha e Macedo (2011) uma Revisão Bibliográfica Sistematizada (RBS) é utilizada a fim de obter-se evidências científicas, através de trabalhos previamente analisados, que auxiliarão na tomada de decisões futuras. Portanto, estabeleceu-se o presente método de pesquisa a fim de identificar no meio acadêmico trabalhos que estão sendo desenvolvidos que abarcam os temas de estudo: Design de Superfícies (estamparia) e sustentabilidade, Slow fashion, como estes temas vêm sendo explorados pela comunidade científica além de identificar quais fontes bibliográficas serão relevantes e poderão contribuir em futuras discussões na área.

DESIGN DE SUPERFÍCIES - ESTAMPARIA

Apesar de ser considerada uma área relativamente nova no Brasil, o design de superfícies, vem se mostrando um mercado amplo com constante ampliação e inovação tecnológica, com grande abertura para pesquisas. Trata-se de uma área ainda pouco explorada no Brasil principalmente devido ao fato de que o termo “Design de Superfícies” foi introduzido somente no ano de 1980, por Renata Rubim, ao perceber que tal designação era amplamente utilizada nos Estados Unidos (SOUZA, 2019).

O conceito de Design de Superfícies pode ser definido como uma prática criativa de desenvolver qualidades estéticas para a constituição e tratamento

das mais diversas superfícies, adequando-as aos contextos socioculturais que estão inseridos e buscando atender as necessidades cotidianas de consumidores e marcas. Sendo assim, compreende-se que o design de superfícies é bastante plural, podendo abranger projetos relacionados ao mercado têxtil e cerâmico, e projetos relacionados ao cotidiano, como papelaria, materiais sintéticos, paredes, calçadas e avenidas em geral (SOUZA, 2019).

É importante destacar que o design de superfície pode atuar de maneira a dar suporte para outras áreas, como o design de interiores e mais notoriamente, o design de moda. Este mercado vem se mostrando uma área com grande capacidade de ampliação e crescimento, devido principalmente aos constantes impulsos da moda, e sua incansável busca pelo “Novo”. Portanto, a união entre a moda e o design de superfícies resulta em pesquisas de novas formas aplicadas aos têxteis, principalmente através da estamparia (SOUZA, 2019).

A estamparia em si, pode ser definida como o ato de desenvolver desenhos ou motivos coloridos, que levem em consideração os anseios e modismos do mercado, aplicados em uma superfície têxtil. De acordo com Yamane (2008, p.19) é “como se fosse uma pintura localizada que se repete ao longo da metragem da peça e aplicada no seu lado direito”. Essa definição traz à tona o fato de que a estamparia está intimamente ligada a conceitos de composição e harmonia visual que visam a melhor organização estética possível de um grupo de elementos em módulos. Portanto, os módulos, que são unidades de padronagem, são as áreas que quando repetidas cobrirão toda a superfície a ser estampada. Esses padrões de repetição são chamados rapport (SOUZA, 2019).

De acordo com Carvalho (2015), atualmente as formas de transferência do desenho para o substrato têxtil são: Serigrafia (que pode ser serigrafia a quadro plano manual, a serigrafia a quadro automatizado e a serigrafia rotativa); Estamparia Digital e Estamparia Digital Direta (através de jato de tinta ou inkjet); e por fim a Sublimação. Entretanto, esses processos causam alguns impactos ambientais, ainda de acordo com a autora, “os impactos da indústria têxtil no meio ambiente podem ser percebidos através da contaminação do solo, do ar e da água” (CARVALHO, 2015, p.59).

Alguns desses impactos podem ser percebidos, por exemplo, na contaminação do solo através da geração de resíduos sólidos como restos da pasta de estampas, telas e embalagens. Por outro lado, a poluição do ar é notada através da emissão de aerossóis, como gases de combustão e vapores de solventes. E, por fim, a poluição da água é percebido na geração de efluentes (que são resíduos provenientes de atividades industriais e domésticas) geralmente vindos da lavagem do material utilizado no processo tais quais, telas e rodo, maquinário e piso além do produto já estampado (CARVALHO, 2015).

SUSTENTABILIDADE, ESTAMPARIA E SLOW FASHION

Apesar de parecer um tanto contraditória a ligação entre estamparia (ou o design de superfícies têxteis no geral) e slow fashion, devido aos impactos ambientais causados por esse mercado, faz-se necessário que esses dois tópicos se tornem cada vez mais íntimos e se desenvolvam juntos. Os debates sobre sustentabilidade vêm se mostrando cada vez mais relevantes e necessários, não só na cadeia da moda, portanto levando em consideração a necessidade de conscientização ambiental, econômica e social é crucial que se desenvolvam debates e pesquisas sobre o tema, visando maneiras de como a indústria têxtil, principalmente ligada à estamparia, pode se atualizar nesse sentido (OLIVEIRA, 2014).

O conceito de sustentabilidade foi utilizado inicialmente no século XX, de acordo com Claro, Claro e Amâncio (2008), o termo foi utilizado pela primeira vez em 1987 pela Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas em um relatório que foi chamado de “Nosso futuro comum”, também chamado de Relatório Brundtland. Os autores afirmam que não há um consenso sobre o conceito de desenvolvimento sustentável, porém é de comum acordo que a definição mais difundida é do Relatório Brundtland que diz que “o desenvolvimento sustentável deve satisfazer às necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras” (CLARO; CLARO; AMÂNCIO, 2008, p.289).

Além disso, ressalta-se que a sustentabilidade é composta pelo chamado tripple bottom line, ou seja, um tripé que envolve três dimensões que se correlacionam: econômica, ambiental e social. Muitas das vezes quando fala-se de sustentabilidade a primeira dimensão a ser citada é a ambiental, mas é de suma importância que as outras dimensões também estejam em debate. Ressaltando-se que a dimensão econômica prioriza a eficiência dos processos produtivos buscando maiores resultados utilizando menos recursos, já a dimensão social abrange o trabalhador e seus direitos, os aspectos legais, além de incentivos à empregabilidade (OLIVEIRA, 2014).

De acordo com Oliveira (2014) a sustentabilidade no setor industrial têxtil traz a possibilidade de um novo pensamento que integre as relações entre a prática industrial e a sociedade. Acredita-se que “entender o ciclo de vida dos processos de estamparia é o primeiro passo para identificar em quais etapas é gerada a poluição” (CARVALHO, 2015, p.67). Além disso, ainda de acordo com a autora deve-se conciliar métodos que sejam ao mesmo tempo menos tóxicos e poluentes, mas que ainda sejam atrativos dentro do mercado de moda (CARVALHO, 2015).

Entretanto, acredita-se que é possível encontrar técnicas ainda mais limpas, tais quais o Batik e o Tie Diy, que quando aliadas às artesanias e ao Slow Fashion, podem contribuir com a indústria têxtil. De acordo com Oliveira (2014, p.44) “[...] o design têxtil tem muito a contribuir principalmente no âmbito da indústria, tornando-se cada vez mais livre no emprego de novos materiais, sendo mais valorizado no âmbito da indústria que diminui sua escala e apresenta no produto final características artesanais/manuais [...]”. Sendo assim, considerando que

o Slow fashion tem como intuito promover um consumo de moda, atrelado às responsabilidades socioambientais (BERLIM, 2016), acredita-se que práticas de estamparia manuais/artesanais aliadas a este sistema podem contribuir para a promoção de uma moda mais limpa.

METODOLOGIA

Tendo em vista os objetivos deste trabalho foram utilizados os seguintes procedimentos metodológicos, realizar uma pesquisa qualitativa de cunho exploratório, pois tem como intuito realizar um levantamento de dados relativos a publicações bibliográficas (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Para isso, foi utilizado como método de pesquisa a Revisão Bibliográfica Sistematizada (RBS) pois, tal tem como intuito definir os limites da pesquisa que irá ser desenvolvida (CONFORTO; AMARAL; SILVA, 2011).

Para que essa RBS fosse colocada em prática foi primordial a realização de um Protocolo, como pode ser observado no Quadro 1, com as principais informações utilizadas no desenvolvimento da pesquisa. O protocolo foi desenvolvido de acordo com o estipulado por Conforto, Amaral e Silva (2011). Os autores estipulam 3 fases principais chamadas de Entrada, Processamento e Saída, na primeira fase, a de entrada, é avaliada a necessidade da RBS e as principais informações, ou seja, o Protocolo para o desenvolvimento prático de tal.

Quadro 1 - Protocolo de pesquisa da RBS

Etapas	Desenvolvimento
Etapa 1 Problema	De que maneira a análise de antigas técnicas de estamparia, podem contribuir com o movimento <i>slow Fashion</i> na busca de práticas mais limpas na indústria brasileira textil?
Etapa 2 Objetivos	Objetivo geral: Analisar antigas técnicas de estamparia e compreender de que maneiras elas podem contribuir com práticas mais sustentáveis. Objetivos específicos: revisão bibliográfica dos conceitos de sustentabilidade, <i>slow fashion</i> , design de superfície e estamparia; Levantamento e análise de antigas técnicas de estamparia; Identificação de práticas mais limpas de antigas técnicas que poderiam ser aplicadas nos dias atuais, por marcas <i>slow fashion</i> .
Etapa 3 Fontes Primárias	Discussão em reuniões sobre autores clássicos da sustentabilidade, autores pioneiros que abordam <i>slow fashion</i> no Brasil e design de superfície no Brasil. Indicação de periódicos e bancos de dados onde as pesquisas poderiam ser realizadas.
Etapa 4 <u>Strings</u> de busca	Definição das <u>strings</u> de busca: estamparia <u>and/or slow fashion and/or</u> sustentabilidade (palavras-chave do artigo e do objeto de estudo)
Etapa 5 Critérios de inclusão	Ter como temática principal o design de superfícies (nesse caso a estamparia) ligado a sustentabilidade
Etapa 5.1 Critérios de exclusão	Arquivo não disponibilizado online nas bases de dados (Revista <u>Proiética</u> , Revista <u>ModaPalavra</u> , Revista Dobras, Revista Estudos em Design, Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES); <u>Ser</u> um estudo que tenha mais de 10 anos; Ser uma tese ou dissertação profissional.
Etapa 6 Critérios de qualificação	Se o estudo trouxe bibliografia relevante para o tema; Se o estudo combinou de maneira relevante os temas estamparia e sustentabilidade;
Etapa 7 Métodos e Ferramentas	O método utilizado foi a realização de buscas nos bancos de dados selecionados, aplicação dos filtros, leitura e análise crítica dos artigos encontrados. As ferramentas utilizadas foram os bancos de dados e planilhas do Excel.
Etapa 8 Cronograma	Coincide com o cronograma do projeto, ou seja, conforme acontecia o andamento do projeto, a RBS também era planejada e executada.

Fonte: Elaborado pelos autores

Já na segunda fase, chamada de Processamento é a fase onde as buscas são realizadas nos periódicos selecionados, fez-se a leitura e análise dos estudos encontrados através da aplicação dos filtros predeterminados, e por fim a documentação das informações da pesquisa. A documentação inclui anotações sobre a data em que a pesquisa foi realizada, a quantidade de resultados encontrados para cada string de busca em cada periódico, quais artigos foram excluídos, artigos repetidos, entre outras informações que se julgar relevantes para a pesquisa.

E na última fase denominada Saída foi realizado o cadastro e arquivamento dos artigos encontrados, bem como uma síntese de trabalhos encontrados, análise de suas contribuições para a pesquisa em desenvolvimento e futuros trabalhos.

RESULTADOS

Para colocar em prática o método (RBS), inicialmente fez-se o levantamento de artigos, teses e dissertações nas bases de dados descritas acima. Para esse levantamento foram utilizados as seguintes strings de busca: Estamparia and Slow Fashion and Sustentabilidade, entretanto os resultados dessas buscas eram nulos ou quase nulos (apenas na Revista Projética obteve-se resultado diferente de 0). Portanto fez-se necessário utilizar as seguintes strings de busca: Estamparia or Slow fashion or Sustentabilidade. Porém ao utilizar tais strings foi observada uma nova dificuldade, ao mudar a forma de busca os resultados foram muito amplos apresentando, inclusive, trabalhos que não abordavam a temática proposta, o que demandou a aplicação de um pré-filtro, onde através da leitura dos títulos dos trabalhos foram selecionados aqueles que de alguma forma abordaram a temática deste estudo, como pode ser observado no Quadro 2.

Quadro 2 - Levantamento inicial

Banco de Dados	Strings de Busca	Resultados	Resultados após aplicação do pré-filtro
Revista <u>Projética</u>	<u>Estamparia and Slow Fashion and Sustentabilidade</u>	1	1
Revista <u>Projética</u>	<u>Estamparia or Slow Fashion or Sustentabilidade</u>	84	4
Revista <u>Modapalavra</u>	<u>Estamparia and Slow Fashion and Sustentabilidade</u>	0	0
Revista <u>Modapalavra</u>	<u>Estamparia or Slow Fashion or Sustentabilidade</u>	101	5
Revista <u>Dobras</u>	<u>Estamparia and Slow Fashion and Sustentabilidade</u>	0	0
Revista <u>Dobras</u>	<u>Estamparia or Slow Fashion or Sustentabilidade</u>	212	4
Revista <u>Estudos em Design</u>	<u>Estamparia and Slow Fashion and Sustentabilidade</u>	0	0
Revista <u>Estudos em Design</u>	<u>Estamparia or Slow Fashion or Sustentabilidade</u>	31	0
<u>Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES</u>	<u>Estamparia and Slow Fashion and Sustentabilidade</u>	311	5
<u>Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES</u>	<u>Estamparia or Slow Fashion or Sustentabilidade</u>	53	0

Fonte: Elaborado pelos autores

É importante ressaltar que a pesquisa realizada no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES contou com a aplicação de alguns filtros fornecidos pela plataforma, para que os resultados fossem mais precisos. Além disso, ressalta-se que durante a pesquisa com as strings Estamparia or Slow Fashion or Sustentabilidade, com a aplicação dos mesmos filtros oferecidos pela plataforma, os resultados obtidos foram praticamente os mesmos.

Sendo assim, durante esse primeiro levantamento foram encontrados 20 trabalhos relacionados à temática. Os trabalhos selecionados podem ser observados no Quadro 3.

Quadro 3 - resultados encontrados

Banco de dados	Título	Autor	Ano
Revista <u>Proiética</u>	Moda Sustentável no contexto da hipermodernidade	Maicon Douglas Livramento <u>Nishimura</u> ; Neide Köhler <u>Schulte</u> ; Leila Amaral <u>Gontijo</u>	2019
Revista <u>Proiética</u>	<u>Greenwashing</u> e impacto ambiental na indústria têxtil: um estudo de caso	Isabela <u>Yankous</u> Vale Santos <u>Rezende</u> ; Camila Santos <u>Doubek</u> <u>Lopes</u>	2019
Revista <u>Proiética</u>	<u>Trompe-l'oeil</u> em estamparia digital: um recurso para alterar a percepção da silhueta masculina	Patricia de Mello <u>Souza</u> ; Fernando <u>Steinbrenner</u> dos <u>Reis</u>	2014
Revista <u>Proiética</u>	Raízes culturais paranaenses no design de moda: o processo criativo no desenvolvimento de estampas	Isabela <u>Yankous</u> Vale Santos <u>Rezende</u> , Paula da Silva <u>Hatadani</u> , Cleuza <u>Bittencourt</u> <u>Ribas</u> <u>Fornasier</u>	2017
Revista <u>Proiética</u>	Técnicas de estamparia para calças legging de tecidos sintéticos: <u>hooifix</u> , <u>foil</u> e flocado	Fernanda <u>Jervolino</u> , <u>Izabela</u> de <u>Andrade</u> <u>Ramos</u> , Milton Luiz Horn <u>Vieira</u>	2020
Revista <u>Modalavra</u>	<u>Slow</u> Design de Superfície e Tecnologias Contemporâneas Aplicados na Moda	<u>Evelise</u> <u>Anicet</u> <u>Ruthschilling</u> ; Anne <u>Annicet</u>	2018
Revista <u>Modalavra</u>	Design Generativo de Superfícies: uma análise do uso de programação para o desenvolvimento de estamparia	Mariana <u>Araujo</u> <u>Laranjeira</u> ; João <u>Fernando</u> <u>Marar</u> ; Luis <u>Carlos</u> <u>Paschoarelli</u> ; Paula de <u>Cruz</u> <u>Landim</u>	2018
Revista <u>Modalavra</u>	Processos contemporâneos de impressão sobre tecidos	Tatiana <u>Laschuk</u> ; <u>Evelise</u> <u>Anicet</u> <u>Ruthschilling</u>	2013
Revista <u>Modalavra</u>	Aspectos Artísticos Da Azulejaria Portuguesa Por Meio Do Design Têxtil E De Superfície Na Moda	Matheus Miguel de <u>Souza</u> ; Maria <u>Silvia</u> <u>Barros</u> de <u>Held</u>	2019
Revista <u>Modalavra</u>	Iniciação a conceitos metodológico-visuais para o desenvolvimento de estamparia têxtil	Luz Garcia <u>Neira</u>	2010
Revista <u>Dobras</u>	Contribuições para a construção do conceito <u>Slow Fashion</u>	<u>Lilyan</u> G. <u>Berlim</u>	2021
Revista <u>Dobras</u>	Relações entre moda, sustentabilidade e vida: A "roupa viva" de Flávia <u>Aranha</u>	Tatiana <u>Massaro</u>	2021
Revista <u>Dobras</u>	Inovações em processos de impressão têxtil	Felipe <u>Guimaraes</u>	2014
Revista <u>Dobras</u>	<u>BioStudio</u> : tingimento e estamparia de tecidos orgânicos utilizando bactérias	Breno <u>Tenório</u> de <u>Abreu</u>	2016
Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES	Design de Superfície: Apropriação criativa de tecnologia em estampas de roupas infantis.	Christie <u>Jaconi</u> <u>Meditsch</u>	2013
Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES	Estamparia de chita – uma análise gráfica	Aline Costa <u>Miguel</u>	2019
Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES	Estudo comparativo de processos de estampa têxtil sob enfoque ambiental: uma contribuição para o design da moda	Nathalia <u>Alborghetti</u> <u>Carvalho</u>	2015
Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES	Plano para criação de coleção de estampas: método específico para design de superfície	<u>Patricia</u> <u>Siqueira</u> <u>Rodrigues</u>	2020
Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES	Workflow para o desenvolvimento de projetos de design de superfície com foco em estamparia têxtil para a área da moda	Tatiana <u>Laschuk</u>	2017

Fonte: Elaborado pelos autores

Após esse levantamento foi feita a aplicação do primeiro filtro, onde foi realizada a leitura crítica do título, resumo e palavras-chave, além da aplicação dos critérios de exclusão. Feita esta análise, passaram para a segunda fase um total de 14 trabalhos, dos quais apenas 1 foi retirado devido ao critério de exclusão em que trabalhos que tivessem mais que 10 anos não deveriam ser utilizados, e o trabalho de Luz Garcia Neira, intitulado Iniciação a conceitos metodológico-visuais para o desenvolvimento de estamparia têxtil, data de 2010, portanto foi excluído.

Os trabalhos que foram excluídos nesse filtro foram: “Trompe-l’oeil em estamparia digital: recurso para alterar a percepção da silhueta masculina” de Patrícia de Mello Souza e Fernando Steinbrenner dos Reis (2014); “Raízes culturais paranaenses no design de moda: o processo criativo no desenvolvimento de estampas” de Isabela Yankous Vale Santos Rezende, Paula da Silva Hatadani e Cleuza Bittencourt (2017); “Estamparia de chita - uma análise gráfica” de Aline Costa Miguel (2019); e, por fim “Plano para a criação de coleção de estampas: método científico” de Patricia Siqueira Rodrigues (2020). Todos os trabalhos foram excluídos por não apresentarem contribuições contundentes para a presente pesquisa. Sendo assim, 14 trabalhos prosseguiram para a aplicação do segundo filtro.

Já na aplicação do segundo filtro, onde era necessário a leitura crítica da introdução e conclusão, foram selecionados 5 trabalhos para posterior leitura completa e inclusão na presente pesquisa. Os trabalhos incluídos foram listados abaixo, conforme mostra o Quadro 4, além dos motivos pelos quais foram incluídos.

Quadro 4 - trabalhos incluídos. resultado final dos filtros

Etapas	Desenvolvimento
Etapa 1 Problema	De que maneira a análise de antigas técnicas de estamparia, podem contribuir com o movimento <i>slow Fashion</i> na busca de práticas mais limpas na indústria brasileira <i>textil</i> ?
Etapa 2 Objetivos	Objetivo geral: Analisar antigas técnicas de estamparia e compreender de que maneiras elas podem contribuir com práticas mais sustentáveis. Objetivos específicos: revisão bibliográfica dos conceitos de sustentabilidade, <i>slow fashion</i> , design de superfície e estamparia; Levantamento e análise de antigas técnicas de estamparia; Identificação de práticas mais limpas de antigas técnicas que poderiam ser aplicadas nos dias atuais, por marcas <i>slow fashion</i> .
Etapa 3 Fontes Primárias	Discussão em reuniões sobre autores clássicos da sustentabilidade, autores pioneiros que abordam <i>slow fashion</i> no Brasil e design de superfície no Brasil. Indicação de periódicos e bancos de dados onde as pesquisas poderiam ser realizadas.
Etapa 4 Strings de busca	Definição das <i>strings</i> de busca: estamparia <i>and/or slow fashion and/or</i> sustentabilidade (palavras-chave do artigo e do objeto de estudo)
Etapa 5 Critérios de inclusão	Ter como temática principal o design de superfícies (nesse caso a estamparia) ligado a sustentabilidade
Etapa 5.1 Critérios de exclusão	Arquivo não disponibilizado online nas bases de dados (Revista <i>Projética</i> , Revista <i>ModaPalavra</i> , Revista <i>Dobras</i> , Revista <i>Estudos em Design</i> , Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES); <u>Ser</u> um estudo que tenha mais de 10 anos; Ser uma tese ou dissertação profissional.
Etapa 6 Critérios de qualificação	Se o estudo trouxe bibliografia relevante para o tema; Se o estudo combinou de maneira relevante os temas <i>estamparia</i> e <i>sustentabilidade</i> ;
Etapa 7 Métodos e Ferramentas	O método utilizado foi a realização de buscas nos bancos de dados selecionados, aplicação dos filtros, leitura e análise crítica dos artigos encontrados. As ferramentas utilizadas foram os bancos de dados e planilhas do Excel.
Etapa 8 Cronograma	Coincide com o cronograma do projeto, ou seja, conforme acontecia o andamento do projeto, a RBS também era planejada e executada.

Fonte: Elaborado pelos autores

Apesar do artigo “Greenwashing e impacto ambiental na indústria têxtil: um estudo de caso” de Rezende e Lopes (2019), não ter sido incluído, depreende-se que tal artigo mostra-se como um contraponto que pode ser considerado. Ao apresentar uma análise profunda sobre tingimentos naturais o artigo lança luzes a técnicas mais limpas, mas que acabam não sendo sustentáveis por ter um ciclo de vida curto, devido a baixa fixação dos corantes. Outro artigo que chamou atenção é “BioStudio: tingimento e estamparia de tecidos orgânicos utilizando bactérias” de Breno Tenório de Abreu (2016). Apesar de não apresentar grandes contribuições no corpo do trabalho (apresenta aspectos muito técnicos), para a presente pesquisa, o artigo se mostrou uma referência de Design de Estamparia mais limpo. Ou seja, este artigo mostra-se como uma alternativa a ser explorada, uma referência/novidade no campo da estamparia limpa.

Quanto aos trabalhos que foram incluídos de maneira geral todos podem contribuir em algum âmbito para a presente pesquisa. Os trabalhos “Contribuições para o conceito Slow Fashion” e “Slow Design de superfície e tecnologias contemporâneas aplicados na moda” abordam respectivamente sobre o sistema Slow Fashion, seus pilares e conceitos e sobre o movimento slow design de superfície voltado para o design de superfícies (estamparia), ambos trazem conceitos e contribuem para a construção do pensamento do que é o slow na moda. Já os trabalhos “Processos contemporâneos de impressão sobre tecidos”, “Inovações em processos de impressão têxtil” e “Estudo comparativo de processos de estampa têxtil sob enfoque ambiental” apresentam as principais técnicas de impressão de estampas utilizadas atualmente, quais suas consequências ambientais e o que há de inovação tecnológica nessa área, portanto a união destes trabalhos apresenta o estado da arte da estamparia atualmente, o que é de grande valia para o presente artigo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como ponto de partida, o referencial teórico apresentado nos tópicos acima, constata-se que a aplicação da Revisão Bibliográfica Sistematizada, mostrou-se uma importante ferramenta para a delimitação do tema. Entretanto quanto ao problema de pesquisa poucas foram as contribuições encontradas quanto à delimitação de antigas técnicas de estamparia, além disso percebeu-se que pouquíssimos artigos abordam ao mesmo tempo o design de estamparia (design de superfícies) e o movimento Slow fashion. Entretanto, o presente trabalho cumpriu parcialmente com o seu objetivo inicial pois, apesar haver poucos trabalhos sobre antigas técnicas de estamparia, os trabalhos encontrados contribuíram com o entendimento do estado atual da indústria

Apesar dos trabalhos que abordam Design de Estamparia e Slow fashion (juntos) serem escassos, os trabalhos encontrados são de grande valia ao apresentarem tópicos sobre os temas em questão. Ou seja, no todo a leitura das

referências encontradas possibilita a compreensão geral dos temas e a associação de conceitos poderá contribuir para o desenvolvimento de futuros trabalhos na área, para que esta lacuna que foi identificada, seja preenchida.

É importante ressaltar que pode ser que haja trabalhos que abordem as duas temáticas, já que não foram explorados todos os bancos de dados existentes. Sendo assim, uma sugestão para futuros trabalhos seria a pesquisa em outros bancos de dados, utilizando também outras Strings de busca, o que ocasionaria em novos resultados que podem contribuir para preencher as lacunas existentes.

O design de superfícies, principalmente, o design de estamparia, mostra-se uma área muito promissora para o desenvolvimento de pesquisas, inclusive ressalta-se que, o presente trabalho servirá de base para o desenvolvimento de um futuro artigo (desenvolvido pela presente autora) que investigará mais a fundo os temas em questão. Por se tratar de uma área relativamente nova no Brasil, o setor mostra-se aberto para inovações. Sendo assim acredita-se que o desenvolvimento de pesquisas que busquem técnicas e tecnologias mais limpas, devem ser desenvolvidas e incentivadas, pois podem contribuir para que este segmento caminhe nos rumos da sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

BERLIM, Lilyan Guimarães. Transformações no campo da moda: crítica ética e estética. 2016. 359 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Instituto de Ciências Humanas e Sociais Programa de Pós-graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Ciências Sociais, Rio de Janeiro, 2016.

BOTELHO, Louise Lira Roedel; CUNHA, Cristiano Castro de Almeida; MACEDO, Marcelo. O MÉTODO DA REVISÃO INTEGRATIVA NOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS. *Gestão e Sociedade*, Belo Horizonte, v. 5, n. 11, p. 121-136, mai/ago 2011.

CARVALHO, NATHALIA ALBORGHETTI. Estudo comparativo de processos de estampa têxtil sob enfoque ambiental: uma contribuição para o design da moda. 2015. 115 f. Mestrado em Design, Universidade Federal do Rio Grande Do Sul, Porto Alegre, 2018.

CLARO, P. B. de O.; CLARO, D. P.; AMÂNCIO, R. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. *Revista de Administração*, [S. l.], v. 43, n. 4, p. 289-300, 2008. DOI: 10.1590/S0080-21072008000400001. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rausp/article/view/44483>. Acesso em: 12 ago. 2021.

CONFORTO, Edivandro Carlos; AMARAL, Daniel Capaldo; SILVA, SL da. Roteiro para

revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. Trabalho apresentado, v. 8, 2011.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. Métodos de Pesquisa. Porto Alegre: Ufrgs, 2009.

LEÃO, TEREZA CRISTINA FERNANDES. Design de Superfície e Estamparia Têxtil: características, relações e identidades. 2016. Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos, Universidade FUMEC, Belo Horizonte, 2016.

OLIVEIRA, Felipe Guimarães Fleury de. Design têxtil: perspectivas da estamparia industrial. 2014. Mestrado em Design, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2014.

SOUZA, MATHEUS MIGUEL DE. Azulejaria portuguesa: conexões entre moda, design de superfície e estamparia têxtil. 2019. Mestrado em Têxtil e moda, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

YAMANE, Laura Ayako. Estamparia têxtil. 2008. Dissertação (Mestrado em Poéticas Visuais) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. doi:10.11606/D.27.2008.tde-20052009-132356. Acesso em: 2021-08-11.



CORES E FORMAS DO CERRADO: ESTAMPARIA NATURAL COMO ALTERNATIVA ECOLOGICAMENTE CORRETA

Juliana Cheschini Jacinto¹
Patrícia Aparecida Monteiro²

Resumo:

Com os processos atuais de estampa resultantes da indústria, nasceu preocupação com os impactos que esta pode causar. Entre as alternativas mais sustentáveis para o processo está a impressão botânica. Este trabalho teve como propósito identificar quais vegetais encontrados no Cerrado podem servir de matéria prima para a estampa botânica e a verificação dos impactos ambientais causados.

Palavras chave: Impressão Botânica, Sustentáveis, Cerrado.

¹JACINTO, Juliana Cheschini, Pós-Graduada; Instituto Federal do Sul de Minas, cheschini_bio@yahoo.com.br

²MONTEIRO, Patrícia Aparecida; Mestre; IFSULDEMINAS - CAMPUS PASSOS- MG, patricia.monteiro@ifsuldeminas.edu.br

INTRODUÇÃO

A preocupação com o meio ambiente é hoje o principal gerador de discussão sobre o direcionamento do processo produtivo para a gestão responsável dos recursos naturais. Os impactos decorrentes da indústria têxtil têm ganhado cada vez mais destaque no cenário mundial, por ser um dos maiores responsáveis pela poluição das águas do planeta. Os poluentes gerados nos processos de beneficiamento são um dos principais responsáveis pela contaminação, pois os produtos sintéticos que são ricos em metais pesados e os descartes de resíduos dos processos de estamparia geralmente não são devidamente tratados.

A compreensão dos problemas ocasionados pelos resíduos e a busca por uma solução pode tornar a indústria da moda menos nociva ao meio ambiente. Fazer uso de produtos naturais é uma alternativa em relação ao processo que utiliza matéria prima sintética, já que os corantes de origem natural e orgânica não agredem a natureza, valorizam a biodiversidade, minimizam o impacto e complementam o viés ambiental.

Em vista disso, esta pesquisa teve como objetivo buscar uma resposta para a pergunta: podemos minimizar o impacto ambiental e a geração de resíduos para o meio ambiente no processo de estamparia? Assim, se fez necessário realizar procedimentos como a coleta de informações a respeito de corantes naturais do bioma Cerrado, experimentos e análises a fim de viabilizar a estamparia botânica e a verificação dos impactos ambientais.

REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Berlim (2012), o Brasil ocupa o posto de quarto maior parque industrial têxtil do mundo, e segundo a ABIT (2021) é o único país no Ocidente que detém a cadeia produtiva completa. No entanto, a preocupação com o impacto social, ético e principalmente o ambiental são questões pouco aplicadas pelo setor.

Conforme o Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA), no artigo 1º da resolução nº 1, de 23 de setembro de 1986, caracteriza-se como impacto ambiental:

Qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente, afetam: a saúde, a segurança e o bem-estar da população; as atividades sociais e econômicas; a biota; as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente; a qualidade dos recursos ambientais (CONAMA, 1986, art. 1º).

Ante ao argumento, verifica-se a ocorrência de impacto ambiental em todas as fases produtivas da cadeia têxtil. Andrade (2015), afirma que 25% do uso de

produtos químicos em processos têxtil ocorre durante o tingimento, a lavagem e a impressão, contabilizando cerca de 2.000 substâncias químicas.

Alguns destes compostos são despejados na natureza ou ficam retidos nos tecidos.

Nas técnicas de estamparias tradicionais, o impacto ambiental pode ser verificado em todos os métodos. De acordo com Araújo e Castro (1984), no processo de estamparia utiliza-se uma pasta de estampar com grande viscosidade para que os desenhos não se alastrem. Para isso, utiliza-se um espessante, um corante e diversos produtos auxiliares essenciais para a fixação. Atualmente existem aproximadamente 10.000 tipos de corantes, dos quais a maior parte é destinada à indústria têxtil. Nas estamparias a quadro e rolo contínuo, o uso de colas é fundamental (MEZA, 2010).

Além da higienização dos quadros e/ou cilindros e utensílios utilizados na estamparia, a lavagem do tecido é necessária após a estampagem para remover os espessantes e os corantes que não se fixaram nas fibras. Os produtos da lavagem geram efluentes compostos por corantes, pigmentos, produtos auxiliares e restos de solvente.

Segundo Guaratini e Zanoni (1999), durante o processo de estampagem, menos de 25% dos corantes são fixados nas fibras, transferindo a cor aos corpos hídricos onde são lançados, permanecendo em ambientes aquáticos por até 50 anos e afetando os processos de fotossíntese e o equilíbrio dos ecossistemas.

Desde a década de 1960, muitos pesquisadores e ambientalistas já analisavam a crise ambiental decorrente da industrialização maciça, visto a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente Humano (PASSO, 2009 apud BERLIM, 2012) e a Conferência de Berlim, em 1987. A Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU) criou a Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, onde nasceu o conceito de Desenvolvimento Sustentável (BERLIM, 2012).

[...]desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que satisfaz as necessidades dos presentes sem comprometer as habilidades das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades...(BRUNDTLAND, 1988, p. 46).

Para Gwilt (2014), a sustentabilidade é o equilíbrio entre os pilares do tripé social, econômico e ecológico. Sobre isso, muito se tem discutido em relação a combinação da sustentabilidade com a moda, já que os conceitos de ambos são praticamente irreconciliáveis, uma vez que o primeiro representa o fluxo constante do ciclo de produção, consumo e descarte de forma rápida; enquanto o segundo propagaria justamente o oposto, que é a busca pela redução desse ciclo. Assim, moda e sustentabilidade podem ser considerados valores que não se combinam. No entanto, de acordo com Santaella (2009) apud Chiaretto (2013, p. 22), a moda

vai além do consumo:

[...]consiste em pessoas e organizações envolvidas na criação de significados simbólicos e sua transferência para os produtos culturais, afetando não só o vestuário, mas todos os tipos de fenômenos culturais, incluindo música, arte, arquitetura e design.

Nesse sentido, levando-se em conta a moda como um fenômeno cultural que se encontra ligado ao pensamento e à forma como a sociedade se comporta, vê-se na mesma, a possibilidade de estimular mudanças e quebras nos padrões de produção e consumo, com a utilização de novos materiais e processos, pautados na criatividade e inovação (UNIETHOS, 2013).

Verifica-se que as práticas sustentáveis desenvolvidas na indústria da moda atualmente ainda são pontuais, baseadas em um ou dois pilares, porém, é fato que estas ações já são um começo. Para a moda caminhar rumo à sustentabilidade, é preciso buscar um questionamento estratégico do design, levando em consideração a totalidade do tripé. Nessa perspectiva, para haver uma moda sustentável, é preciso conduzir o desenvolvimento dos sistemas socioeconômicos em direção ao baixo uso de materiais e de energia e a um alto potencial regenerativo (MANZINI, 2008).

De acordo com Pezzolo (2012, p. 164), “a cor natural de uma fibra, de um fio ou de um tecido pode ser modificada por meio da tintura”.

Para Chataigner (2006), o universo vegetal revela-se como fonte muito poderosa, capaz de criar tons e semitons improváveis. As combinações de folhas, frutos e materiais vegetais fazem com que suas tonalidades, formas e beleza únicas enriqueçam os produtos de moda.

A estamparia artesanal produz impressões únicas e exclusivas, personalizando o tecido, contudo o processo é considerado lento para a produção de tecidos em massa. A impressão botânica é uma técnica que utiliza materiais vegetais que contêm corantes e transferem cor por contato direto à superfície a ser colorida, não sendo necessário extrair o corante do fragmento vegetal para utilizá-lo. É uma técnica que imprime as formas e as cores das plantas no tecido através de reações químicas, gerando estampas únicas e especiais (ISMAL, 2016 apud SANTOS, 2018). Mordentes como o ferro e o alúmen são utilizados para que seja realizada a impressão dos materiais botânicos por meio da vaporização ou da imersão. Os tecidos de fibras naturais são os mais indicados para a técnica (FLINT, 2008 apud SANTOS, 2018).

A impressão botânica pode ser utilizada como uma forma de diferenciação no mercado da moda. Existem no Brasil várias matérias-primas ainda não conhecidas para a estamparia natural voltada ao setor têxtil. O bioma Cerrado possui uma grande variedade de vegetações e substâncias tintórias que podem ajudar no processo de desenvolvimento de pesquisas com corantes naturais.

METODOLOGIA

Foram coletados para a pesquisa materiais vegetais encontrados em regiões de Cerrado, que não apresentam endemismo para o bioma, presentes nas cidades de Passos, São João Batista do Glória, São José da Barra e Divinópolis, no Estado de Minas Gerais. As espécies vegetais de origem nativa ou exótica e a parte vegetal coletada são apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Espécies e partes vegetais coletadas

Espécies	Parte vegetal coletada	Região da coleta
Alecrim do campo <i>Baccharis dracunculifolia</i>	Folhas	Divinópolis
Assa – peixe <i>Gochnatia polymorpha</i>	Folhas	Divinópolis
Arnica <i>Lychnophora ericoides</i>	Folhas	São João Batista do Glória
Barbatimão <i>Stryphnodendron barbatiman</i>	Casca do Caule	São João Batista do Glória
Boldo <i>Plectranthus barbatus</i>	Folhas	Passos
Chapéu-de-couro <i>Echinodorus grandiflorus</i>	Folhas	São João Batista do Glória
Eucalipto <i>Eucalyptus sp.</i>	Folhas	Passos
Flamboyant <i>Delonix regia</i>	Folhas	Passos
Gabirolba <i>Campomanesia xanthocarpa</i>	Folhas	Divinópolis
Jatobá <i>Hymenaea sp.</i>	Cascas do Caule	São João Batista do Glória
Lobeira <i>Solanum lycocarpum</i>	Folhas	São José da Barra
Mama-Cadela <i>Brosimum gaudichaudii</i>	Cascas do Caule	São João Batista do Glória
Mangabeira <i>Hancornia speciosa</i>	Cascas do Caule	São João Batista do Glória
Orelha-de-Macaco/Tamboril <i>Enterolobium contortisiliquum</i>	Folhas	São José da Barra
Painera <i>Ceiba speciosa</i>	Flores	Passos
Pata-de-Vaca <i>Bauhinia forficata</i>	Folhas	Passos
Pequi <i>Caryocar villosum</i>	Folhas	São José da Barra
Quaresmeira do Cerrado <i>Tibouchina candolleana</i>	Flores	Passos
Sangra d'água <i>Croton urucurana Baill.</i>	Folhas	Passos
Velame branco <i>Macrosiphonia velame</i>	Galhos	São João Batista do Glória

Elaborado pela autora

Os métodos de coleta de folhas, cascas e flores foram diretos, como a poda de galhos e o corte das cascas do tronco com uma faixa vertical, para garantir a cicatrização da árvore; e indiretos, pela coleta de folhas ou flores caídas naturalmente em exemplares encontrados no meio natural, com manejo sustentável.

O processo de impressão botânica utilizado no trabalho foi a impressão por imersão, de acordo com o curso da designer Flavia Aranha. O tecido utilizado no experimento foi a seda, composta 100% de fibra animal e o algodão. Antes da estamparia, o algodão precisou passar por um processo de purga. Neste processo, o tecido foi fervido por 30 minutos em uma mistura de água com sabão caseiro. Em nenhum momento foi utilizado substâncias químicas como a soda cáustica, comum em alguns processos de purga. Em seguida, o tecido foi novamente fervido por 30 minutos para receber o banho de pré-mordente, que contribui para a obtenção de cores intensas e duradouras. O pré-mordente utilizado foi o leite de soja, ideal para tecidos de fibras vegetais, pois estes carecem de proteína. Já a seda, passou pelo mesmo processo de purga, sem o banho de pré-mordente.

Durante todo o manuseio da seda ela foi mergulhada em água morna para que não ocorresse choque térmico. Este, pode ser responsável pela modificação da estrutura das fibras da seda. Após a purga, com o tecido molhado, foi feito o banho morno de mordente de sulfato de ferro por aproximadamente 5 minutos. Imediatamente, com o tecido esticado sobre uma superfície lisa, foi elaborado sobre ele a impressão com os vegetais secos ou frescos. Logo após, o tecido foi enrolado com o auxílio de um barbante em um rolinho de inox e imerso em água fervente por 40 minutos. O tecido só foi desenrolado após estar completamente frio.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Experimentos que ilustram a metodologia apresentada foram realizados nos vegetais, visando demonstrar a possibilidade da utilização dos mesmos como matéria-prima para estamparia natural. Foram verificados os seguintes resultados, conforme Quadro 2:

Quadro 2 – Espécies passíveis de impressão botânica

Espécies	Estampa Botânica
<i>Gochnatia polymorpha</i>	
<i>Lychnophora ericoides</i>	
<i>Eucalyptus sp.</i>	
<i>Delonix regia</i>	
<i>Campomanesia xanthocarpa</i>	
<i>Solanum lycocarpum</i>	
<i>Hancornia speciosa</i>	
<i>Enterolubium contortisiliquum</i>	
<i>Ceiba speciosa</i>	
<i>Caryocar villosum</i>	
<i>Tibouchina candolleana</i>	

Elaborado pela autora

Foi verificado que plantas que apresentam maior teor de tanino, que também é um mordente, possuem uma grande capacidade de oxidação, levando a escurecerem na presença de mordente de ferro. Segundo Rossi (2014, p. 50) “Taninos são polifenóis complexos presentes na maioria das espécies de plantas. São propostos para desempenhar papéis fundamentais nas defesas químicas das espécies de plantas”.

As folhas das espécies que apresentaram impressão botânica, como o eucalipto, são ricas em tanino, reagindo com o banho de mordente de ferro pelo qual passaram antes do processo de impressão.

Verificou-se que os resíduos finais, onde não há mais a possibilidade de impressão, podem ser utilizados para compostagem. A compostagem é um processo natural de decomposição da matéria orgânica de origem animal ou vegetal, formando um fertilizante natural, que pode ser aplicado no solo para melhorar suas características, sem ocasionar riscos ao meio ambiente (EMBRAPA, 2008). Além disso, não houve nenhum tipo de consumo de energia elétrica e pouco consumo de água. Um sistema de reuso da água é uma ótima opção para o descarte residual líquido, e, na sua falta, como a matéria-prima utilizada é facilmente biodegradável, não produzindo águas residuais tóxicas, não há a necessidade de tratar os efluentes antes de os descarregar no meio ambiente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a metodologia aplicada, onde espécies vegetais de uma área de Cerrado em Minas Gerais foram coletadas e experimentadas, procurouse identificar quais foram passíveis de utilização como matéria prima para estamparia botânica. A pesquisa alcançou um total de onze espécies propícias à produção de estamparia natural, das vinte coletadas.

A utilização de corantes naturais para a estamparia não levantou problemas de ordem ambiental na fase de produção e de aplicação, tornandoos ambientalmente mais seguros que os sintéticos.

Observou-se que quando não há mais a possibilidade de impressão, os resíduos podem ser utilizados para compostagem. Os processos que o conduziram não foram poluentes e não houve nenhum tipo de consumo de energia elétrica, além de pouco consumo de água.

Tratando-se de uma das maiores esferas da economia mundial, o setor têxtil está aberto à busca constante de inovação, possibilitando que aperfeiçoamentos sejam obtidos e aplicados.

Os beneficiamentos naturais são ferramentas importantes no âmbito da moda, causando menor impacto, conferindo diferenciação, exclusividade e identidade com o designer, além da valorização da cadeia produtiva slow fashion.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Rebecca da Silva. Tingimento têxtil aplicando líquidos iônicos próticos. Dissertação (Mestrado em Engenharia Industrial) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

ARAÚJO, Mario de; CASTRO, E. M. de Melo. Manual de Engenharia Têxtil. Gráfica da Coimbra,, Lisboa, 1984.

BERLIM, Lilyan. Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária. Estação das Letras e Cores, v.1, São Paulo, 2012.

BRUNDTLAND - COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). Nosso futuro comum. Rio de Janeiro:Fundação Getulio Vargas, 1988.

CHATAIGNIER, Gilda. Fio a fio: tecidos, moda e linguagem. São Paulo: Estação das Letras,2006.

CHIARETTO, Silvana. Práticas socioambientais no fomento da relação moda - consumo -sustentabilidade: estudo de casos múltiplos em empresas mineiras de moda. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração – FUMEC). Fundação Mineira de Educação e Cultura, Belo Horizonte, 2013.

CONAMA (Conselho Nacional do Meio Ambiente). Licenciamento Ambiental – Normas e Procedimentos. Disponível em: <http://www2.mma.gov.br/port/conama/legislacao/CONAMA_RES_CONS_1986_001.pdf>.Acesso em: 19 maio 2020.

EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária). Compostagem. 2008. Disponível em: <https://www.agencia.cnptia.embrapa.br/Repositorio/Compostagem_000fhc8nf_qz02wyiv80efhb2adn37yaw.pdf>. Acesso: 21 jun 2020.

GWILT, A. Moda Sustentável: Um Guia Prático. São Paulo, Editora Gustavo Gili, 2014. INSTITUTO EcoD. Consumo Consciente. 2012. Disponível em: <<http://www.ecodesenvolvimento.org>>. Acesso em: 10 abr 2020.

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

MEZA, Cira Maricruz Mejia. Produção mais Limpa e Otimização do Tratamento de Efluentes Líquidos de Estamparias em Brusque e Guabiruba. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

polis, 2010.

SANTOS, Carolina Bittencourt de Souza dos. Interferência da aplicação de mordentes na impressão botânica de tecidos de seda. 15º Congresso Nacional de Meio Ambiente, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, Poços de Caldas, 2018.

PEZZOLO, Dinah Bueno. Tecidos – História, Tramas, Tipos e Usos. Editora: SENAC. 2009.

ROSSI, T. Resíduo líquido do tratamento do vapor com a madeira de *Eucalyptus grandis* Hill ex. Maiden, aplicado como corante têxtil natural. 2014. Tese (Doutorado em Ciências, Programa de Recursos Florestais, Opção: Tecnologia de Produtos Florestais) - Universidade de São Paulo, Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Ribeirão Preto, 2014.

UNIETHOS, Sustentabilidade e Competitividade na Cadeia da Moda. 2013. Disponível em <[http://abitfiles.abit.org.br/site/links_site/2019/08_agosto/estudo_sustentabilida de_uniethos.pdf](http://abitfiles.abit.org.br/site/links_site/2019/08_agosto/estudo_sustentabilida_de_uniethos.pdf)>. Acesso: 10 jun 2020.



INTENÇÃO E INTERPRETAÇÃO NAS MENSAGENS DAS CORES EM UMA COLEÇÃO DE VESTUÁRIO

Ítalo José de Medeiros Dantas¹
Camila Assis Peres Silva²

Resumo:

São apresentados resultados iniciais de uma dissertação de mestrado que explora se os potenciais consumidores de moda da Geração Z interpretam as mensagens das cores em uma coleção de vestuário consonante com o intencionado pelos seus correspondentes designers. Foi-se conduzido uma pesquisa com 3 designers e 35 consumidores usando diferencial semântico e associação de palavras.

Palavras chave: Semiótica; cores; comunicação visual.

1 DANTAS, Ítalo José de Medeiros; Mestrando; Universidade Federal de Campina Grande, italodantasdesign@hotmail.com

2 SILVA, Camila Assis Peres; Doutora; Universidade Federal de Campina Grande, silva.camila.assis@gmail.com

INTRODUÇÃO

Na interação com os artefatos de Moda, o primeiro elemento que os consumidores tendem a perceber são as cores, sendo grande responsáveis pelas decisões de compras (JONES, 2005; GUO et al., 2020). Milena Quattrer (2013) explica que a percepção cromática é facilmente hierarquizada, destacando-se em detrimento a outros elementos visuais. Dentro de coleções de Moda, Doris Treptow (2013) aponta que as cores devem remeter ao conceito gerador trabalhado, enquanto Farina et al. (2006) complementam que o seu uso não deve ser feito levando em consideração aspectos de preferências estéticas e gostos pessoais. Com isso, compreende-se a cor como um o signo visual, aplicado nas etapas de um projeto de produto, e capaz de potencializar possíveis significações contextuais (LÖBACH, 2001; DONDIS, 2003; NIEMEYER, 2003).

A simbologia das cores é uma área que trata dos sentidos que as cores evocam baseadas nas percepções dos indivíduos em perspectivas psicológicas, culturais e sensoriais. Por meio de convenções sociais historicamente passadas por gerações e transformadas com o decorrer da história, tem-se a maioria dos sentidos projetadas em cores que se conhece atualmente (FARINA et al., 2006).

As cores são um dos principais elementos de comunicação em produtos ou peças gráficas, tendo suas dimensões atreladas aos mais diversos simbolismos, amplamente difusos em sociedades. Sabe-se, por exemplo, que existem as correspondências entre o preto e os sentidos de luto ou tristeza, o vermelho estando associado a questões como paixão ou sensualidade ou a cor rosa, com simbologias doces e femininas (HELLER, 2013).

A compreensão efetiva do que se pretende ser comunicado vai variar conforme os contextos vivenciados, igualmente sua inserção cultural e influências das pessoas e mídia que os rodeiam. Sendo assim, ao se trazer recortes geográficos, etários ou culturais, é capaz de se obter diferentes interpretações para as cores nos artefatos e seus elementos (HELLER, 2013).

Os simbolismos identificados nos estudos das cores também se aplicam ao contexto da Moda, no entanto, nem sempre esses significados socialmente admitidos farão sentido nos conjuntos de vestuário produzidos. Os designers possuem a predisposição de elaborar suas próprias asserções sobre o que determinada cor representa em uma composição, refletindo uma ideia por vezes arbitrária e lúdica, que não possui uma conexão direta com o objeto representado. Sendo assim, a cor inserida na coleção de Moda trará o poder narrativo de retratar novas informações, criando sua própria linguagem e penetrando em novos códigos visuais (PINA, 2009; TREPTOW, 2013; MOREIRA, 2016).

Assim, vê-se que a semântica atrelada às cores dentro das convenções sociais não se traduz como uma realidade usual para o processo criativo de produtos de vestuário. Dessa forma, ao se tratar de coleções com viés comercial, trabalhar a coesão e coerência entre bagagem cultural do público-alvo, temática

da coleção, tendências de moda, de mercado, por fim, a representação cromática para fins de identificação, torna-se tarefa importante e complexa (JONES, 2005; TREPTOW, 2013).

Portanto, métodos de transposição do conceito gerador para materialização em uma cartela de cores podem não ser aplicáveis de forma satisfatória a todos os casos no design de vestuário, fazendo-se necessário abordagens cada vez mais específicas e inovadoras, centradas na interpretação dos consumidores de moda. Löbach (2001, p. 105) explica que “a dificuldade está então em encontrar um conjunto adequado de meios estéticos para produzir o efeito simbólico pretendido”.

Um grande número de pesquisas publicadas em periódicos internacionais tem como foco de investigação aspectos relacionados às respostas interpretativas nos quesitos emocionais, semânticos e afetivo dos consumidores em interação com produtos (CELHAY; REMAUD, 2017). Crilly et al. (2008, p. 439, tradução nossa) conclui ao tratar que “os designers devem tentar influenciar ativamente a interpretação do consumidor, e antecipar os fatores que podem levar a interpretações problemáticas é uma parte importante desse processo”. Embora essas informações também sejam relevantes para o design de moda (BARNARD, 2003), dentre os estudos encontrados, não se conseguiu identificar nenhuma pesquisa que transponha o conceito de identificar a relação entre intenção e interpretação para os consumidores de vestuário.

A Geração Z (1995-2010), no contexto geracional, apresenta uma característica muito forte para a contemporaneidade que a difere de todas as outras: seu período de nascimento compreende o auge da difusão da globalização e da internet, conseqüentemente possuindo uma forte relação com os artefatos tecnológicos, com uma visão de mundo pautada a partir destes. Segundo Ceretta e Froemming (2011, p. 19) “As pessoas da Geração Z nunca conceberam o mundo sem computador, chats e telefone celular [...]. Sua maneira de pensar foi influenciada, desde o berço, pelo mundo complexo e veloz que a tecnologia engendrou”. Assim, observa-se que para essa geração o ambiente, as relações, as pessoas e os artefatos são voláteis, inconstantes e reconfiguráveis (SCHLOSSBERG, 2016).

Com base nisso, percebeu-se oportunidades na exploração das possibilidades criativas emergentes das mensagens cromáticas, analisadas através da percepção dos consumidores da Geração Z, agregando valor. Löbach (2001, p. 56) traz justamente que se os desenvolvedores de produtos tivessem a oportunidade de investigar através de “entrevistas e testes” as necessidades estéticas e simbólicas do consumidor, os produtos teriam finalidades mais assertivas. Ao mesmo tempo, também é possível contribuir com o ensino da disciplina de teoria e prática da cor na Moda e, conseqüentemente, com o desenvolvimento de profissionais mais capacitados.

Nesse mesmo sentido, Krippendorff (1989, p. 15, tradução nossa) explica que “Ninguém pode presumir que a forma (o significado objetificado pelo designer) e o significado (do usuário) são os mesmos; conseqüentemente, a necessidade da

semântica do produto para estudar como eles se relacionam”. Com base nessa fala, entende-se que são os grupos que atribuem as significações finais em meio sociocultural aos produtos e conseqüentemente às cores.

Dessa forma, o objetivo deste trabalho é de investigar quais as possíveis interpretações das mensagens das cores em coleções de vestuário pela Geração Z e se esta, por sua vez, é compreendida de forma efetiva em confronto às pretensões dos designers.

METODOLOGIA

A seguir, será explicitado o percurso metodológico, tratando acerca do objeto de pesquisa e das técnicas empregadas na coleta de dados.

Caracterização metodológica

A presente pesquisa se fundamenta como de tipo aplicada, tendo como objetivo ser exploratória-descritiva. O procedimento central que guiará o desenvolvimento do trabalho acontecerá através de análises e survey, contando com uma abordagem de método predominantemente quanti-qualitativa (GIL, 2008; FOWLER, 2014).

Procedimentos técnicos

No desenvolvimento desta pesquisa será aplicado duas estratégias centrais de coleta de dados: entrevistas com designers e survey virtual com potenciais consumidores de vestuário. Para a construção de ambos os instrumentos, empregou-se duas técnicas de pesquisa: diferencial semântico (DS) e associação livre de palavras (ALP).

Tendo sido inicialmente desenvolvida por Charles E. Osgood e apresentada em um trabalho de 1957, a ferramenta de Diferencial Semântico (DS) tinha como objetivo servir como um método possível de quantificar as conotações de uma palavra ou conceito.

Assim, método DS compreende a apresentação de pares equidistantes/opostos de palavras (também denominado de descritores, p. ex. bonito-feio, moderno-tradicional e confiável-duvidoso) em um questionário ou experimento seguido pela solicitação da classificação a partir da perspectiva da relação visual-interacional dos respondentes com referência ao artefato que está sendo apresentado. Holdschip (2015, p. 31) ressalta que “O primeiro passo para a elaboração de uma escala de diferencial semântico é a identificação dos descritores candidatos para a caracterização da categoria de produtos anteriormente selecionada”. Esses pares de palavras são dispostos em uma tabela com numeração diametralmente espelhadas ou sequenciais, preferencialmente positiva em ambos

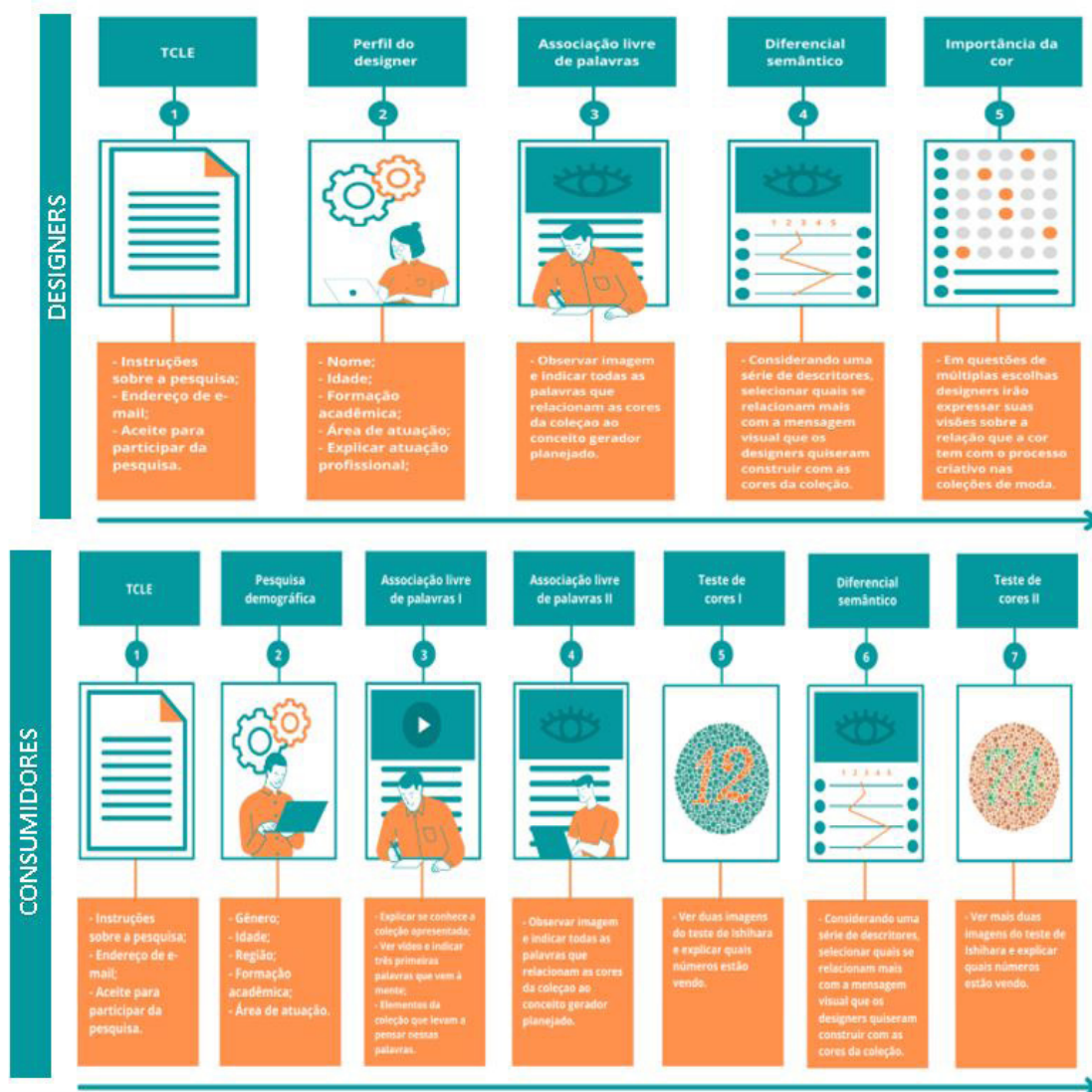
os lados (possível de variar em uma lógica de 3-2-1-0-1-2-3, espelhados, ou 1-2-3-4-5-6-7, sequencial), de modo que não interfira na percepção e julgamento de valor da semântica dos produtos avaliados por parte dos respondentes sobre determinado descritor.

Um segundo método de pesquisa que será amplamente aplicado neste trabalho é denominado de Free Word Association, ou associação livre de palavras, em tradução exata. Uma das validades de aplicação do método é justamente de acessar respostas mais espontâneas por parte de seus voluntários (FIZSMAN-PIQUERAS; ARES; VARELA, 2011; ALVES et al., 2021).

Em síntese, o processo da associação livre de palavras se trata de apresentar um estímulo visual e indicar para os respondentes expressarem todas as associações (imagens, sentimentos, sensações, emoções, ideias...) que vem à sua mente quando observa aquele determinado estímulo. De modo a obter um quantitativo relevante de associações a serem analisadas, é importante delimitar durante o questionário – se aplicado virtualmente, como no caso deste trabalho – um quantitativo mínimo de caracteres na resposta aberta.

Para coleta de dados, aplicou-se as seguintes estratégias (Figura 1):

Figura 1: Sequência da entrevista estruturada com os designers e potenciais consumidores



Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com os dados da pesquisa

A entrevista e questionário foi construído usando a plataforma Google Forms, sendo direcionado individualmente para cada designer entrevistado e disseminado nas redes sociais buscando chegar aos potenciais consumidores da geração Z. Todos os voluntários concordaram com um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e responderam a 4 pranchas do teste de Ishihara que visou identificar deficiência na visualização das cores para que a resposta fosse eliminada e não influenciasse os dados.

Coleção Impetus e análise semiótica preliminar

Com relação ao objeto de estudo, utilizou-se como foco a coleção vencedora do Concurso dos Novos do Dragão Fashion Brasil 2014, denominada de Impetus (Figura 2), pois se configura como um concurso que mistura a proposta do comercial com o conceitual. A temática do concurso em 2014 girava em torno da moda enquanto elemento que movimenta o mundo. Denominado pelo evento de “Formas em movimento: para o corpo, para a moda, para o mundo”. As equipes tinham liberdade para escolher os subtemas que desejavam trabalhar.

Figura 2: Coleção Impetus – Vencedora Concurso dos Novos 2014 e possível cartela de cores



Fonte: Elaborado a partir da coleção disponibilizada no website do DFHouse

Para conduzir a análise do projeto cromático da coleção e compará-la com a intenção dos designers, utilizou-se imagens da coleção de vestuário, disponíveis no site da DFHouse, organizadora do Concurso dos Novos. Neste caso, os pesquisadores não tiveram acesso às cores dos tecidos ou materiais físicos da coleção, portanto, não se teve contato com os códigos da Pantone originalmente empregados na cartela de cores. Com isso, para se conduzir um estudo cromático comparativo entre intenção e produto final, a imagem foi levada para o software gráfico Adobe Color, onde se conseguiu extrair, usando a ferramenta conta-gotas, as possíveis cores utilizadas na coleção.

Para definir os pares de descritores que seriam aplicados no diferencial

semântico, conduziu-se uma análise semiótica preliminar empregando um modelo adaptado pelos autores deste trabalho, apresentado na pesquisa de Dantas e Silva (2020), que se constrói de acordo com os conceitos de dimensão material, sintática, semântica e pragmática provindos da semiótica do Design, encontrados no trabalho de Niemeyer (2003). Este modelo tem como foco observar a construção das mensagens visuais das cores a partir das possíveis relações entre conceito gerador empregado na elaboração da coleção e como este foi refletido na produção de sentidos da sua cartela de cores. Em seguida, após a análise semiótica concluída, estas informações foram reunidas em um quadro sintético (Quadro 1).

Quadro 1: Síntese das mensagens visuais das cores da coleção Impetus

Coleção	Mensagem principal	Características do produto, sentimentos e emoções transmitidos pela coleção
Impetus	Futurismo, Teoria do Ímpeto, Movimento, Repouso, Inércia	Repouso, peso, leveza, agitação, futuro, transformação, força e movimento

Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com os resultados da análise semiótica

As associações identificadas no quadro acima foram utilizadas dentro das entrevistas e questionários, aplicando-as como descritores, junto aos seus possíveis pares opostos, no método de diferencial semântico.

Participantes

A equipe que desenvolveu a Coleção Impetus foi composta por 4 integrantes – que não fazem parte da geração z – sendo estes, os designers: Davi Lopes, Pedro Oliveira, Felipe Marques e Nilo Barreto na época se enquadravam como alunos do curso de Design de Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC). Foram entrevistados três destes. Empregou-se amostragem não probabilística intencional. Sobre os potenciais consumidores, questionou-se 35 indivíduos da Geração Z, em maioria do gênero masculino (62,9%), com média de idade de 21,96 anos, e pertencentes em maior número à região Nordeste do Brasil (82,86%). Empregou-se amostragem não probabilística por conveniência. Não foi identificado ninguém com deficiência na visualização das cores.

Análise e tratamento dos dados

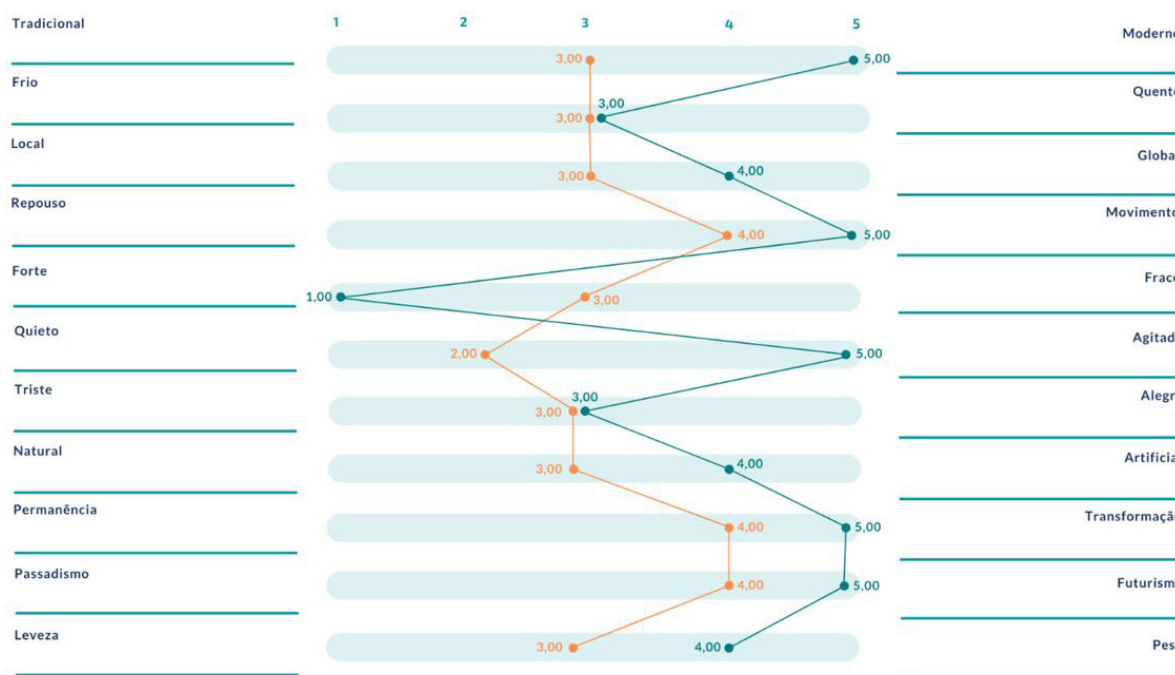
Visando aprofundar os níveis das análises conduzidas, submeteu-se os dados obtidos a softwares de análises estatísticas qualitativas e quantitativas como Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) e XLAST. Além da análise descritiva, fez-se uso de duas estratégias de análise: U de Mann-Whitney, testando hipóteses, para o DS; e, análise correspondência, para a ALP (FIELD, 2018). As palavras obtidas foram transformadas em categorias de sinônimos, em busca de criar mais robustez nos dados.

DISCUSSÕES E RESULTADOS

Inicialmente, para a pergunta: ‘A coleção apresentada foi elaborada a partir de 8 cores principais, dispostas abaixo das imagens das modelos. Queremos saber sua opinião a respeito da intenção por trás do conceito dessas cores. O que você buscou que elas transmitissem?’, as respostas do diferencial semântico aplicado aos designers da coleção Impetus indicaram as seguintes categorias de intenções projetadas nas cores: muito moderno (5,00 MD¹); neutralidade entre frio e quente (3,00 MD); pouco global (4,00 MD); muito movimento (5,00 MD); muito forte (1,00 MD); muito agitado (5,00 MD); neutralidade entre alegria e tristeza (3,00 MD); pouco artificial (4,00 MD); muita transformação (5,00 MD); muito futurismo (5,00 MD); e, pouco peso (4,00 MD).

Enquanto isso, as respostas dos potenciais consumidores da Geração Z para a interpretação das cores da coleção Impetus indicaram: neutralidade entre tradicional e moderno (3,00 MD); neutralidade entre frio e quente (3,00 MD); neutralidade entre local e global (3,29 MD); pouco movimento (4,00 MD); neutralidade entre forte e fraco (3,00 MD); pouco quieto (2,00 MD); neutralidade entre tristeza e alegria (3,00 MD); neutralidade entre natural e artificial (3,00 MD); pouca transformação (4,00 MD); pouco futurismo (3,89 MD); e, neutralidade entre leveza e peso (3,00 MD). Os resultados podem ser visualmente comparados abaixo, na Figura 3.

Figura 3: Comparação de medianas entre intenção dos designers (verde) e interpretação dos potenciais consumidores (laranja) para a mensagem visual das cores na Coleção Impetus ²



Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com os dados da pesquisa

1 Mediana.

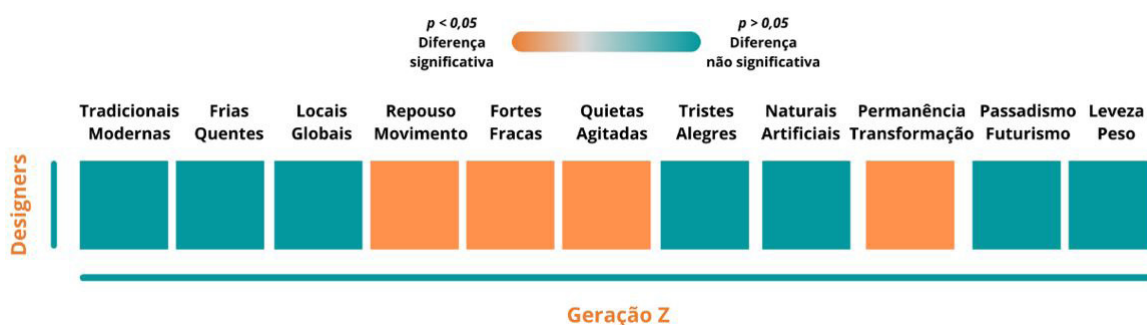
2 Para os resultados do diferencial semântico, reportou-se as métricas obtidas com as medianas, pois, de acordo com o teste de normalidade previamente conduzido, os dados coletados não apresentaram uma distribuição normal. Portanto, o conjunto de médias não reflete um resultado fidedigno, devendo ser usado as medianas neste caso (FIELD, 2018).

Visualmente, observou-se que os resultados aparentaram serem positivamente correlatos, com distâncias em momentos esporádicos. Para obter respostas mais assertivas, conduziu-se um teste de hipóteses não-paramétrico, pelo método U de Mann-Whitney, a 5% de probabilidade para cada um dos pares de descritores do diferencial semântico. Comparou-se as medianas das respostas de intenção dos designers com as medianas da interpretação dos potenciais consumidores, com isso, buscou-se identificar se existe uma diferença estatisticamente significativa. Para tanto, colocou-se as seguintes hipóteses:

- **H0 (hipótese nula):** A mensagem das cores de uma coleção de vestuário foi interpretada pelos potenciais consumidores da Geração Z da mesma forma que a intenção construída pelos seus designers (p valor $> 0,05$).
- **H1 (hipótese alternativa):** A mensagem das cores de uma coleção de vestuário não foi interpretada pelos potenciais consumidores da Geração Z da mesma forma que a intenção construída pelos seus designers (p valor $< 0,05$).

Nesse contexto, caso o p valor fosse maior que 0,05, aceitava-se a hipótese H0, caso contrário, aceitava-se H1. Ao se analisar o resultado geral, é possível observar que este indica para aceitar a hipótese H0, pois, em sua maioria (7 dos 11 conjuntos de descritores semânticos testados), os respondentes conseguiram compreender de forma efetiva a mensagem visual das cores na coleção de vestuário estudada (Figura 4).

Figura 4: Resultados do teste de hipóteses U de Mann-Whitney para o diferencial semântico



Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com os dados da pesquisa

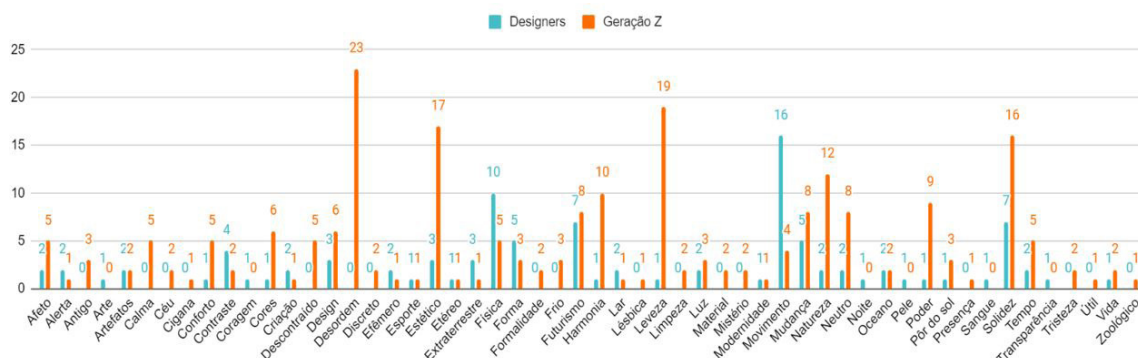
Embora estatisticamente os resultados apontem para uma maioria de efetividade na compreensão, pode-se perceber que houve um certo equilíbrio, onde, em contraponto a essa dominância, 4 dos 11 pares de descritores estudados apresentaram diferença estatisticamente significativa. Portanto, a discrepância entre os resultados é de 2 pares de descritores, o que não se pode afirmar

totalmente a efetividade na interpretação destas mensagens visuais cromáticas. Com relação à associação livre de palavras (ALP), no geral (potenciais consumidores + designers), foram identificadas menções a 327 palavras para as cores da coleção Impetus, onde, destas, 219 foram diferentes (66,97% das palavras coletadas).

Os termos identificados foram transformados em categorias de sinônimos, com intuito de ampliar a frequência de menções e ser possível conduzir uma análise mais aprofundada e assertiva. Com isso, chegou-se a um total de 54 categorias de sinônimos para a cartela de cores da coleção Impetus. Os 3 designers entrevistados mencionaram 101 palavras, conformando 37 das 54 categorias de sinônimos. Enquanto isso, os 35 consumidores da Geração Z mencionaram 226 palavras, compreendendo 48 das 54 categorias.

Em se tratando dos resultados da associação livre de palavras, observou-se uma divergência considerável entre os termos mapeados. A princípio, notou-se que os designers planejaram a coleção a partir de termos muito específicos – como ímpeto, aerodinâmica, física –, no entanto, quando ocorre o processo de decodificação, os potenciais consumidores leem as referências a partir de palavras mais genéricas, ou questões sensoriais, como quente, frio e bonito. Os resultados comparativos podem ser vistos na Figura 5.

Figura 5: Intenção e interpretação da ALP para a cartela de cores da coleção Impetus

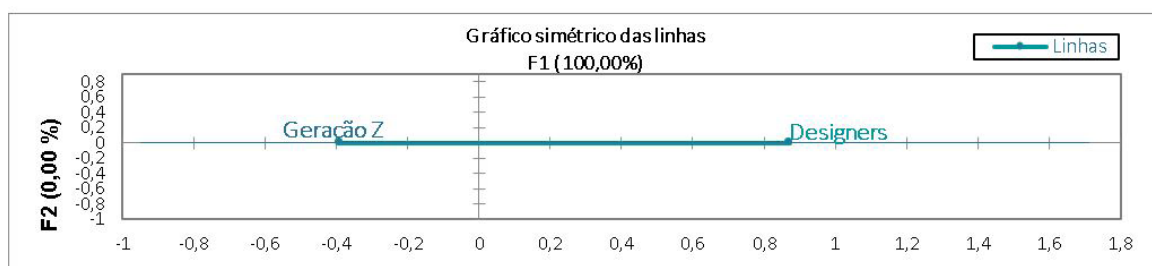


Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com os dados da pesquisa

Em se tratando das categorias de palavras, identificou-se apenas uma com expressiva correlação entre intenção e interpretação: ‘solidez’. Os demais termos mapeados não apresentaram nenhum tipo de correlação dominante. Uma das mais relativas diferenças se encontra na categoria ‘desordem’, aparecendo de forma considerável na interpretação da Geração Z, mas não estando em nenhum momento estabelecida na intencionalidade dos designers.

Por fim, conduziu-se uma análise de correspondência nos dados da associação livre de palavras encontradas (Figura 6).

Figura 6: Análise de correspondência da associação livre de palavras entre intenção e interpretação para a coleção Impetus



Nota: 1,261 (Distância qui-quadro entre as categorias 'Designers' e 'Geração Z')

Fonte: Elaborado pelos autores de acordo com os dados da pesquisa

Assim, pode-se concluir que, de acordo com a análise de correspondência conduzida nos dados da associação livre de palavras, existe uma diferença significativa ($p < 0,001$) no modo como a mensagem visual das cores foi intencionada pelos designers e interpretada pelos potenciais consumidores da Geração Z com relação à configuração visual da cartela de cores da coleção Impetus.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revisão de literatura demonstrou uma relevância em estudar a interpretação da mensagem visual das cores em coleções de vestuário pela perspectiva da Geração Z. Neste contexto, apropriou-se de métodos de coleta de dados quantitativos e qualitativos, como associação livre de palavras e diferencial semântico, provenientes de pesquisas anteriores na área do design, ciências dos alimentos e engenharias, em que buscaram avaliar percepção das mensagens visuais dos consumidores evocadas a partir de estímulos visuais.

De acordo com a entrevista e survey conduzidos para a Coleção Impetus, vencedora do Concurso dos Novos 2014, no evento Dragão Fashion Brasil, pôde-se concluir que os potenciais consumidores da Geração Z não compreenderam efetivamente a mensagem visual das cores intencionada pelos seus correspondentes designers, por meio da análise de correspondência, método mais subjetivo, porém os resultados do diferencial semântico, mais objetivo, retornaram como positivos, indicando uma possível efetividade.

REFERÊNCIAS

ALVES, L. C.; SANT'ANNA, V.; BIONDO, E.; HOPPE, A. Consumers' perception of edible flowers using free word association. *Research, Society and Development*, [S. l.], v. 10, n. 4, p. e18810414011, 2021.

BARNARD, M. *Fashion as communication*. Londres: Routledge, 2003.

HOLDSCHIP, R. Design & Semântica: investigação de técnicas estatísticas para auxílio no projeto de produto. Tese (Doutorado em Design) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2015.

JONES, S. J. Fashion design: manual do estilista: São Paulo, BR: Cosac Naify, 2005.

KRIPPENDORFF, K. On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition That "Design Is Making Sense (Of Things)". Design Issues, v. 5, n. 2, p. 9-39, 1989.

LÖBACH, B. Design Industrial: base para configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001.

MOREIRA, A. A. A. A Cor no Processo de Design de Moda. 2016. 159 f. Dissertação (Mestrado em Design e Marketing) - Universidade do Minho, Escola de Engenharia. Guimarães, 2016.

NIEMEYER, L. Elementos da Semiótica Aplicados ao Design. Rio de Janeiro, BR: 2AB, 2003.

PINA, L. M. G. A cor e a moda: a função da cor como suporte para o design de moda e personalidade dentro de um público jovem. Dissertação (Mestrado em Design de Moda) – UBI. Covilhã, 2009.

QUATTRER, M. Cor e Infográfico: O Design da Informação na Imprensa e no Livro didático. 194 f. 2013. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Universidade Estadual de Campina, Instituto de Artes. Campinas, 2013.

SCHLOSSBERG, M. Teen Generation Z is being called 'millennials on steroids,' and that could be terrifying for retailers. Insider, [S. l.], 11 fev. 2016.

TREPTOW, D. E. Inventando Moda: planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.



DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE VESTUÁRIO COM FOCO EM FESTIVAIS DE MÚSICAS: UMA PRÁTICA

Leandro Gomez Bezerra¹

Ítalo José de Medeiros Dantas²

Duciane Oliveira de Freitas Furtado³

Resumo:

O objetivo deste trabalho é apresentar os resultados experimentais do desenvolvimento de uma coleção de vestuário com foco nos festivais de músicas eletrônicas. Por isso, propõe-se criar uma coleção que atenda a todas as necessidades técnicas, estéticas e simbólicas do público-alvo feminino que ocupem estes espaços. Assim, conseguiu-se apresentar uma coleção cápsula, usando bonecas como modelos.

Palavras chave: Coleção de Moda; marketing; rave.

1 BEZERRA Leandro Gomez; Graduando; Instituto Federal do Rio Grande do Norte, leandrobezerra1995@hotmail.com

2 DANTAS, Ítalo José de Medeiros; Mestrando; Universidade Federal de Campina Grande, italodantasdesign@hotmail.com

3 FURTADO, Duciane Oliveira de Freitas; Doutora; Instituto Federal do Rio Grande do Norte, ducitextil@gmail.com

INTRODUÇÃO

O conceito de ‘coleção de moda’ é caracterizado por um conjunto de produtos que possuem uma correlação desenvolvida por intermédio dos atributos técnicos, estéticos e/ou simbólicos da configuração formal dos artefatos que a compõe. De acordo com Treptow (2013, p. 37) “essa relação normalmente está centrada no tema escolhido para a coleção, que deve ser condizente com o estilo do consumidor e com a imagem da marca”. A definição de coleção cápsula, nesse contexto, configura-se como uma minicollection que transita entre os lançamentos oficiais de uma marca; esta se apresenta com cerca de oito a quinze looks (AUDACES, 2018). Assim, nas etapas iniciais de um projeto de produto, parte-se do princípio de seleção de uma temática conceitual norteadora, que indicará os possíveis caminhos estéticos a serem seguidos.

As raves podem ser observadas pela óptica do tribalismo, onde grupos de pessoas se unem para vivenciar um momento permeado por uma trilha sonora em busca de criar uma vinculação afetiva entre si, entre o espaço e entre o momento presente (NEVES, 2009). Um dos focos centrais da frequência nesse tipo de festa é a liberdade que o corpo sente quando encontra um ponto perfeito de vibração entre mente e música, esquecendo todos os problemas e se tornando donos dos seus próprios corpos.

O conceito dessas efusões coletivas é bem abrangente. **O ato de fechar os olhos, de dançar horas a fio com o coração pulsando em sintonia com as batidas eletrônicas, o compartilhamento de emoções com os dançantes,** o contato com a terra ou com o cimento de indústrias abandonadas, o transe anímico dos participantes, o gozo presenteísta que fecunda os vínculos sociais; configuram o panorama de uma festa de música eletrônica (NEVES, 2009, p. 2, grifo nosso).

Com base nisso, para este trabalho de desenvolvimento de uma coleção de moda, selecionou-se a palavra ‘Opulência’ como inspiração básica para exploração conceitual nos produtos codificados. Segundo o Dicionário da Língua Portuguesa (BUENO, 2007, p. 556), o termo compreende “grande riqueza; grande abundância; magnificência; fartura”. Nesse sentido, buscou-se criar uma conexão entre o significado da palavra escolhida e as sensações sensoriais vivenciadas pelas pessoas que vão às festas de músicas eletrônicas, também denominadas de raves.

Selecionou-se, então, como uma das inspirações semânticas da coleção, o conceito de liberdade, de ser livre e de curtir o momento que se segue. A moda, como reflexo de uma linguagem visual silenciosa, serve como uma porta de entrada para a autoexpressão e diferenciação individual dentro de um meio social. Miranda (2008, p. 14) expressa que “o vestuário desempenha papel significativo na construção social da identidade. É uma linguagem silenciosa em que os indivíduos se comunicam mediante o uso desses símbolos visuais ou não-verbais”. Para tanto,

identificou-se em pesquisas anteriores que as pessoas que frequentam as raves fazem uso do vestuário como meio simbólico de se diferenciarem das demais áreas da sociedade, possuindo um arquétipo próprio, permeado por signos visuais e simbólicos que refletem a sua preferência musical e os espaços que ocupam, buscando principalmente conforto na interação com o produto (ABREU, 2011; GOMES, 2017).

Sendo assim, escolheu-se enquanto segmento de mercado os frequentadores de raves, pessoas que buscam expressar sua individualidade nesses ambientes por meio do vestuário, com foco mais específico no público-feminino, por ser o gênero que são mais encontrados nesses festivais de música. Gomes (2017, p. 12) traz que “o público que frequenta esse meio busca uma experiência libertadora, como “remédio” ao clima estressante em que vivem”. Na concepção da coleção, foram utilizados de métodos de desenvolvimento de produto e marketing tratados por autores como Lobach (2001), Jones (2005), Baxter (1998), Treptow (2013) e Posner (2015) (Figura 1).

Figura 1: Estratégia de desenvolvimento de coleção de moda adotada



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Lobach (2001), Jones (2005), Baxter (1998), Treptow (2013) e Posner (2015)

A partir das discussões trazidas, o objetivo deste trabalho é o de apresentar o desenvolvimento de uma coleção de moda que tenha como temática básica norteadora para a dimensão de significado do produto a música eletrônica, a opulência e a liberdade, trazendo como foco de público-alvo as pessoas do gênero feminino que frequentam raves.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS: DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO DE MODA

Este artigo corresponde à apresentação dos resultados experimentais do desenvolvimento de uma coleção de moda para uma disciplina em caráter remoto no ano de 2020 do curso superior de tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Rio Grande do Norte – campus Caicó. O público-alvo da coleção de moda compreende o gênero feminino que representa uma grande parcela do grupo de consumidores da moda mais alternativa, vanguardista, vestuário destinado ao uso em raves. Portanto, os arquétipos dos produtos seguirão os já conhecidos pelo

grupo feminino.

A faixa-etária diz respeito a mulheres entre 18 e 36 anos, porém majoritariamente da Geração Z, à medida que são pessoas mais jovens que frequentam as raves de música eletrônica. Dentre as características da Geração Z, enfatiza-se a necessidade de entretenimento e inovação como uma das principais para embasar as escolhas desse projeto.

Entretenimento: Deseja entretenimento e diversão no trabalho, na educação e na vida social, afinal, cresceu em meio a experiências interativas. A paixão pelo entretenimento cria exigências também para as empresas que querem vender produtos a essa geração, já que, segundo esta, a diversão ao usar um produto é tão importante quanto o fato de o produto fazer o que deveria.

Inovação: deseja produtos inovadores, modernos, pois estes causam inveja nos amigos e contribui para seu status social e para sua autoimagem positiva. (CERETTA; FROEMMING, 2011, p. 18, grifo nosso).

A localização geográfica do público-alvo é majoritariamente nordeste, com foco da marca na região do Rio Grande do Norte, Paraíba e Ceará, principalmente cidades que possuem praia, lugar onde acontece grande parte das festas mencionadas. Apesar de a marca poder enviar os produtos para todo o Brasil, com base no que foi explorado anteriormente, observa-se que os produtos possuem uma necessidade de serem ergonomicamente adaptados para o calor, à medida que este é o clima predominante nas localidades regionais focadas, como praias, tendo como ponto máximo a necessidade de conforto das peças (BEZERRA et al., 2020).

A classe social do público-alvo é majoritariamente média e média-alta, as quais têm costume de viajar para praias e para eventos festivos. Sobre a orientação sexual, é diverso, no sentido que se encontra desde hétero à bandeira completa do LGBTQIA+. Seus níveis de escolaridade são o ensino médio completo e ensino superior em andamento, comumente em cursos como odontologia, biologia, fisioterapia ou medicina, alguns na área de humanas como história e sociologia, e exatas, como administração. São pessoas que não têm filhos e costumam ser solteiras, com uma forte representatividade e conexão com as redes sociais Instagram e Twitter.

Para melhor compreensão das dinâmicas que englobam o universo do público-alvo, desenvolveu-se três personas. Melo e Abelheira (2015), assim como corrobora Pinheiro, Szaniecki e Monat (2016), ao explicar que essa ferramenta ajuda a entender de forma mais efetiva o público através da criação de pessoas fictícias, com as características dessas, Monteiro et al. (2016) e Mendonça et al. (2017), complementam dizendo que se deve trabalhar a criação dos mais variados perfis de usuários daquele produto, seus extremos.

Tentou-se buscar os três principais extremos de existência do público-alvo,

ou seja, em primeiro momento buscou representar a pessoa que vai aos festivais de música eletrônica simplesmente para curtir a música, conectando-se com o ambiente, com as pessoas e sentindo-se em casa; segundo, buscou-se representar a pessoa que vai às raves para consumir maconha, sentindo-se livre nesse espaço para fazer uso de determinadas drogas (NEVES, 2009; ABREU, 2011); e, no último perfil, tratou-se de refletir o perfil de pessoas que busca, acima de tudo, frequentar os eventos com roupas diferentes, sendo na verdade uma influencer, que possui uma forte conexão com as mídias sociais e que as postagens desse conteúdo lhe rende seguidores e likes (GOMES, 2017).

A temática conceitual que irá guiar o desenvolvimento da coleção é denominada de inspiração. Segundo Treptow (2013, p. 105) “a escolha de um tema para a coleção depende da sensibilidade do designer ou da equipe de criação”, finaliza seu pensamento complementando que essas temáticas não devem vir de tendências de moda atuais, mas serem inovadoras, diferentes e estarem à frente do seu tempo. Por isso, retomando os princípios norteadores, para o desenvolvimento dessa coleção de moda, selecionou-se enquanto temática as raves, festas eletrônicas, o conceito de liberdade e a música.

As raves permitem uma completa integração entre estranhos, que na maioria dos casos nunca se viram, porém estão ali a procura de um interesse em comum: a busca de um estado de transe coletivo. **O transe permite que o indivíduo alcance uma segunda realidade, por meio de psicoativos ou da música hipnótica que atravessa o corpo dos sujeitos,** e às vezes através da combinação desses dois elementos (NEVES, 2009, p. 3, grifo nosso).

Com base nisso, elaborou-se um painel semântico em busca de sintetizar a ideia central da coleção (Figura 2).

Figura 2: Painel semântico da coleção de moda.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nas pesquisas realizadas, 2021

De acordo com Dantas e Silveira (2020, p. 82) “painel semântico, também chamado de painel de expressão do produto, representa a sensação subjetiva que o produto carregará, assim como define seus elementos visuais expressivos”. Com isso, buscou-se expor no painel semântico desta coleção de vestuário as representações do que seria uma viagem alucinógena, trazendo sínteses conceituais policromáticas como âmbito central e o modo como um grande conjunto de cores é usado para representar a viagem nas drogas. Nesse sentido, também buscou-se explorar algumas tipologias de vestuário que servirão como inspiração para a construção visual da coleção.

Enquanto inspiração conceitual, inspirou-se a coleção também nos principais festivais musicais ao redor do mundo, como Coachella, Tomorrowland, Bug Open Air, Alien Nation, Liquid Sky Festival, Essential Open Air e Eco Tribe (Figura 3). Com base nisso, observa-se que a construção visual dos eventos busca trazer um conjunto grande de cores, sempre saturadas, jogando a expressividade visual para uma ideia de futurismo.

Portanto, é perceptível que existe a necessidade de abordar cores que sejam muito saturadas/vívidas na cartela de cores da coleção. Ainda nesse sentido, a estrutura dos festivais tendem a trazer à tona uma aproximação com a ideia de alien, de formas grandiosas colocadas e extraterrestres, figuras, ícones e símbolos sobrehumanos e tribalistas, abrindo margem para uma exploração de signos visuais vanguardistas nas roupas.

Figura 3: Festivais de músicas usados como inspiração.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nas pesquisas realizadas, 2021

Com base nessa pesquisa de festivais, buscou-se trabalhar na seleção de

filmes de inspiração a partir de três pontos: (1) filmes sobre raves e festivais de músicas eletrônicas; (2) filmes sobre alien e sobre futurismo; e, (3) filmes que usem a ideia de liberdade como central (Figura 4, página seguinte).

Como uma coleção de caráter comercial, é importante que sua configuração estética também siga princípios mercadológicos, permeados por tendências de moda que irão agradar os consumidores, à medida que estarão de acordo com as necessidades de consumo vigentes. Como explica Treptow (2013, p. 78) sobre a pesquisa de tendências de moda, “os escritórios de previsão de tendências pesquisam os desejos e ansiedades do mercado, acompanham novos lançamentos em geral e monitoram a reação do mercado a cores, design e produtos”. Em se tratando da tipologia de coleção trabalhada nesse projeto, mapeou-se as principais tendências do corte de ano 2021/2022, em busca de as agregar na conformação dos produtos da coleção.

Figura 4: Filmes e séries usadas como inspiração.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nas pesquisas realizadas, 2021

Portanto, com relação às tendências selecionadas, a primeira compreendeu o cut-out. Como expresso no site da agência Fashion Foward (FFW) (2021), “Cortes e buracos estratégicos conferem um toque de sensualidade e mistério aos looks mais cobertos”. A segunda tendência que será amplamente explorada na coleção são as franjas, muito relacionada aos festivais de música eletrônica, visto que traz um movimento para quando se está dançando. Ainda segundo expressa a agência FFW (2021): “Movimento, dança e rebolado são algumas das primeiras coisas que vêm à nossa mente quando pensamos em franja”.

Com relação à terceira tendência trazida para a coleção, decidiu-se empregar o uso de tricô e crochê nas peças, também muito visto nos produtos de vestuário

utilizados pelas mulheres em raves. Nesse sentido, a FFW (2021) propõe que “A tendência que começou a ganhar força no ano passado, junto à diversas outras técnicas artesanais, chega mais forte agora com propostas de looks inteiramente em tricot, dos pés à cabeça”. Com base nisso, coloca-se que algumas das peças serão confeccionadas inteiramente de tricô, trazendo valor agregado pela exclusividade e nível de complexidade do produto.

No que se refere às tendências de cores empregadas, baseou-se as escolhas no relatório trazido pela agência de pesquisa em moda, UseFashion (2021), com relação às previsões de cores para os anos de 2021/2022. Segundo o e-book da agência (2021, p. 2-3), “A cada temporada apresentamos uma cartela com as principais cores sugeridas para a estação [...]. as cores da temporada transitam entre tons altamente saturados e vibrantes - típicos do verão, mas que também simbolizam energia e vitalidade”. Além das cores básicas branco e preto, decidiu-se empregar na cartela de cores da coleção o grupo de cores quentes, vívidas e mais saturadas, como rosa, laranja, amarelo, roxo e verde – indicadas em azul-escuro e azul-claro na Figura 5 abaixo.

Figura 5: Tendências de cores UseFashion 2021/2022 (A) e cartela de cores da coleção (B).



Fonte: UseFashion, 2021

Tendo em mente que na produção de vestuário, é comum se desenvolver uma coleção com vários produtos, de modo que estes devem seguir uma mesma temática, apropriando-se de elementos sintáticos semelhantes, criando uma

correlação. Como explica Sanches (2016, p. 72), “a diretriz espessa pelo conceito gerador é decodificada em elementos configurativos, guiando todo o processo projetual e ajudando na manutenção da coerência”. Por isso, é importante frisar os elementos que criam uma conexão entre os looks de uma coleção e que auxiliam na entrega da mensagem visual.

No contexto desse trabalho, fez-se uso majoritário das cores para manter a correlação entre as peças desenvolvidas, e isso é importante, pois, como expressa Jones (2005), a cor é o primeiro elemento que interliga os aspectos visuais do vestuário com seu público-alvo. Entre outros elementos, foram utilizados as linhas, os pontos, as texturas, o movimento, assimetria e simetria, e a silhueta bem demarcada, principalmente na cintura (Figura 6).

Figura 6: Mapa da coleção com indicação de looks produzidos.



Fonte: Elaborado pelos autores

Treptow (2013) recomenda delimitar uma tabela de parâmetros para se ter uma visão macro do trabalho, conhecendo cada categoria de produto e como eles se comportam dentro da coleção, e este, por sua vez, com o público-alvo. Como expressa Pires (2000 apud Treptow, 2013, p. 96), “em uma coleção de moda, identifica-se três categorias de produto: básico, fashion e vanguarda”. No contexto dessa coleção, organiza-se as peças de acordo com a Tabela 1, a seguir:

Tabela 1: Mix de moda e mix de produtos da coleção planejada.

Mix de produtos	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Body	0	0	1	1
Top	2	2	1	5
Vestido	0	0	1	1
Saia	1	2	1	4
Hot pants	2	0	0	2
Total	5	4	4	13
Percentual	38%	31%	31%	100%

Fonte: Elaborado pelos autores

A tabela acima representa a frequência de cada tipologia de peça dentro de cada uma das categorias do mix de moda. Como a coleção é dirigida para um público que aprecia moda e tem tendência a comprar roupas com estilos vanguardistas, acaba por valer muito mais a pena investir em produção quantitativa de peças que sejam da categoria fashion e vanguarda. Além de questões de tendências de cores mencionadas anteriormente, a cartela de cores da coleção pode ser lidas sensorialmente e simbolicamente como vibrante e animada, trazendo uma sensação de refrescância festiva, de alegria, de juventude e de liberdade (HELLER, 2013).

Essas cores foram materializadas em tecidos que costumam ser mais próprios para o verão, como tricoline, malha e viscose. Tendo em mente que as peças foram construídas em tamanhos reduzidos, para serem apresentadas em bonecas, as roupas foram costuradas à mão, utilizando pouco material, assim não foi feito uso de nenhum maquinário pesado, apenas agulha manual. Para a construção das franjas dos looks foram usados fios de lã multicoloridos.

Devido à existência da pandemia do Covid-19, decidiu-se que não seria feito um desfile presencial, de modo que seria necessário adaptar a apresentação da coleção para um novo cenário. Nesse contexto, optou-se por materializar a coleção com foco em uma apresentação por intermédio de bonecas da linha Barbie, portanto esse se configuraria como o casting. Com relação à beleza, não serão modificadas as qualidades visuais das bonecas, de modo que se manterá a maquiagem que vem originalmente nas Barbies que foram adquiridas.

Para os acessórios, serão trazidos com base em duas vertentes: fitas – abordando como ideia uma inspiração nos anos 90, botas e tênis – remetendo ao streetwear, muito presente nos festivais de música eletrônica.

Com relação a apresentação da coleção, confeccionou-se um vídeo¹, com uma música de fundo, criado a partir das imagens fotografadas das bonecas e dos desenhos da coleção, retirando seu background e o alterando para um novo cenário, personalizado. Os três looks da coleção cápsula que foram materializados podem ser observados no painel abaixo (Figura 7):

1 Vídeio da coleção disponível em: <https://youtu.be/AYFYsOM9Re4> (Acesso em 29 ago. 2021).

Figura 7: Coleção materializada nas bonecas.



Fonte: Elaborado pelos autores

A partir do desenvolvimento desta mini-coleção experimental de vestuário, pôde-se demonstrar a potencialidade do ensino de Moda durante o período de pandemia, junto ao ensino remoto. Além de se pensar em uma coleção que atendeu satisfatoriamente os pré-requisitos estabelecidos, conseguiu-se observar as possíveis alternativas para materialização do projeto de coleção durante a graduação em ensino remoto, utilizando-se de bonecas para facilitar a compreensão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A rave como um espaço que move uma grande parcela dos jovens consumidores, traz à tona a sociedade do espetáculo como palco para a moda encontrar pessoas dispostas a investir em seus produtos. Com isso, esse trabalho teve por objetivo apresentar o desenvolvimento de uma coleção de vestuário com foco em mulheres de 18 a 36 anos que frequentam festivais de músicas eletrônicas. Como metodologia, empregou-se as etapas de desenvolvimento de produtos tratadas por autores referência da área de design, moda e marketing.

Acerca da coleção, enxerga-se que se conseguiu atingir os objetivos planejados, à medida que se apresentou uma coleção cápsula que atende aos requisitos propostos inicialmente e estudados enquanto necessidades do público-alvo. No entanto, é necessário que no futuro, após a pandemia ter fim, esse trabalho seja materializado para uma forma humana, testando sua aceitação de fato com o consumidor planejado.

REFERÊNCIAS

ABREU, C. C. Experiência Rave: entre o espetáculo e o ritual. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo, 2011.

AUDACES. Coleção-cápsula: o que é e como criar com estratégia. 2020. Disponível em: <https://audaces.com/voce-sabe-o-que-e-uma-colecao-capsula/>. Acesso em 22 out. 2021.

BAXTER, M. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.

BEZERRA, L. G.; SILVA, A. A. P.; MEDEIROS, F. G.; SANTOS, J. R. S.; DANTAS, I. J. M. Inclusive thinking in fashion design: ergonomic and practical apparel for elderly. Research, Society and Development, [S. l.], v. 9, n. 9, p. e224996857, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i9.6857. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/6857>. Acesso em: 24 abr. 2021.

BUENO, S. Minidicionário da língua portuguesa. 2. ed. São Paulo: FTD, 2007.

CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. Geração Z: Compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. RaUnp, v. 3, n. 2, p. 15-24, 2011. Disponível em: <https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70>. Acesso em 24 abr. 2021.

DANTAS, Í. J. M.; SILVEIRA, N. B. M. Da síntese imagética à configuração da coleção de vestuário: o processo de codificação de mensagens visuais. Educação Gráfica, v. 24, n. 3, p. 76-93, 2020. Disponível em: http://www.educacaografica.inf.br/wp-content/uploads/2021/01/08_DA-SINTESE-IMAGETICA_76_93.pdf. Acesso em 26 mar. 2021.

FASHION FOWARD. Dossiê FFW: As Tendências do Inverno 2021 NY | Londres | Milão | Paris. FFW, 16 mar. 2021. Disponível em: ffw.uol.com.br/noticias/moda/dossie-ffw-as-tendencias-do-inverno-2021-ny-i-londres-i-milao-i-paris/. Acesso em 24 abr. 2021.

GOMES, B. V. A linguagem do vestuário feminino nas festas rave em Fortaleza. Monografia (Graduação em Design - Moda) - Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda. Fortaleza, 2017.

HELLER, E. A Psicologia das Cores: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gilli, 2013.

JONES, S. K. Fashion Design: manual do estilista. São Paulo, Cosac Naify, 2005.

LÖBACH, B. Design Industrial: base para configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001.

MELO, A.; ABELHEIRA, R. Design Thinking & Thinking... Design: Metodologia, Ferramentas e reflexões sobre o tema. São Paulo: Novatec Editora, 2015.

MENDONÇA, M. C.; SCHMIEGELOW, S. S.; ALMEIDA, F. S.; FIALHO, F. A. P.; SOUSA, R. P.L. Design Thinking, Mídia, Conhecimento e Inovação: Reflexões sobre uma atividade didática aplicando o desenho da persona e o mapa da jornada do usuário. In: Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação, 7., 2017. Anais... Paraná: CiKi, 2017.

MIRANDA, A. P. Consumo de moda: a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MONTEIRO, M. C. M.; ROCHA JUNIOR, D. B.; AGRA JUNIOR, J. E.; RODRIGUES, G. M.; PEREIRA, I. C. C.; NOVA, L. M. C. Design Thinking como metodologia para gerar inovação na comunicação: relato de experiência em sala de aula. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 18., 2016. Anais... Pernambuco: Intercom, 2016.

NEVES, T. T. Uma interpretação semiótica de raves como expressões culturais dotadas de ordem e caos. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 11., Teresina, 2009. Anais... Teresina: Intercom, 2009.

PINHEIRO, T. M.; SZANIECKI, B.; MONAT, A. O Uso da Metodologia de Personas na Produção de Hiperídia adaptativa para visitas guiadas a museus. DaPesquisa, v. 11, n. 5, p. 255-270, 2016. Disponível em: <http://200.19.105.203/index.php/dapesquisa/article/view/6991>. Acesso em: 24 abr. 2021.

POSNER, H. Marketing de Moda. São Paulo: Gustavo Gilli, 2015.

SANCHES, M. C. F. O Projeto Do Intangível Na Formação De Designers De Moda: repensando as estratégias metodológicas para a sintaxe da forma na prática projetual. 2016. 268 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

TREPTOW, D. E. Inventando Moda: planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

USEFASHION. Previsão de Cores Verão 2021/22 [e-book]. [s. l.]: Usefashion, 2021.

CELHAY, F.; REMAUD, H. What does your wine label mean to consumers? A semiotic investigation of Bordeaux wine visual codes. *Food Quality and Preference*, v. 65, p. 129-145, 2018.

CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. Geração Z: compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. *RaUNP*, v. 3, n. 2, p. 15-24, 2011.

CRILLY, N.; GOOD, D.; MATRAVERS, D.; CLARKSON, P.J. Design as communication: exploring the validity and utility of relating intention to interpretation. *Design Studies*, v. 29, p. 425-457, 2008.

DANTAS, Í. J. M.; SILVA, C. A. P. A methodology for semiotic analysis of fashion collections chromatic project. In: *Color Conference of the Italian Colors Association*, 16., 2020, Bergamo. *Colour and Colorimetry: Multidisciplinary Contributions. Proceedings...* Bergamo: Gruppo del Colore: Associazione Italiana Colore, 2020. v. XVI B. p. 183-190.

DONDIS, D. A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FARINA, M. et al. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo: Edgar Blucher, 2006.

FIELD, A. *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. 5. ed. Londres: SAGE, 2018.

FISZMAN-PIQUERAS, B.; ARES, G.; VARELA, P. Semiotics and perception: do labels convey the same messages to older and younger consumers? *Journal of Sensory Studies*, v. 26, p. 197-208, 2011.

FOWLER, F. J. *Survey research methods*. Los Angeles: SAGE Publications, 2014.

GIL, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GUO, F.; LI, F.; NAGAMACHI, M.; HU, M.; LI, M. Research on color optimization of tricolor product considering color harmony and users' emotion. *Color Research and Application*, v. 45, n. 1, p. 1-16, 2020.

HELLER, E. *A Psicologia das Cores: como as cores afetam a emoção e a razão*. São Paulo: Gustavo Gilli, 2013.



ERGONOMIA APLICADA À MODELAGEM DE PEÇAS JEANS

Onnara Custódio Gomes ¹
Vanessa Mayumi Io ²
Ana Cláudia de Abreu ³
Marizilda dos SantosMenezes ⁴

Resumo:

Esta pesquisa aborda por meio de referências literárias, webgráficas e iconográficas, os conceitos de sustentabilidade, design sustentável e o método upcycling e suas práticas na indústria da moda, como o reaproveitamento dos resíduos industriais gerados pela indústria coureiro-calçadista, a partir de um estudo de caso da empresa de bolsas e acessórios Uni.Co, situada na cidade de Franca, interior do estado de São Paulo.

Palavras chave: Design Sustentável; Upcycling; Indústria da Moda; Bolsas.

1 GOMES, Onnara Custódio Gomes; Doutoranda UNESP-FAAC; onnara@gmail.com

2 IO, Vanessa Mayumi; Mestra; IFSULDEMINAS – Campus Passos, MG, vanessa.mayumi@ifsuldeminas.edu.br

3 ABREU, Ana Cláudia de; Doutoranda UNESP-FAAC; a.abreu.ana@gmail.com

4 MENEZES, Marizilda dos Santos; Doutora; UNESP-FAAC; marizilda.menezes@gmail.com

INTRODUÇÃO

O segmento jeanswear brasileiro é referência mundial, sendo o Brasil o quarto maior produtor e consumidor de tecido denim¹ em todo o mundo. A cadeia produtiva têxtil e de confecção no País é considerada completa e a maior do Ocidente, indo desde a produção de fibras, como o cultivo do algodão, incluindo a produção das peças jeans e a venda do produto final no varejo (ABIT, 2021; THEISEN, 2016; GORINI, 1999).

É a partir deste tecido que é produzido o jeans, item com presença mundial e considerado o produto mais popular de vestuário (MILLER; WOODWARD, 2007), mas que, apesar da popularidade, esse tipo de peça, por ser produzida em larga escala na indústria, incorre em frequentes relatos de incômodo e desconforto (THEISEN; MOURA; FOLLE, 2015).

Segundo Martins (2019), ainda são pouco utilizadas, para o desenvolvimento de produtos do vestuário, as propriedades ergonômicas e os princípios de usabilidade, com o intuito de proporcionar conforto aos usuários. Porém, trata-se de uma questão bastante relevante para qualquer projeto, pois o usuário é ponto central no desenvolvimento de um produto de moda, e a roupa deve exercer não somente o papel de cobrir, preservar e ornar o corpo, mas também de propiciar o bem-estar aos usuários.

A ergonomia objetiva adequar os produtos e processos à capacidade, às necessidades e aos desejos humanos (PASCHOARELLI; SILVA, 2006). Aplicar a ergonomia ao desenvolvimento de produtos de vestuário é fundamental, já que a roupa funciona como uma segunda pele e deve garantir a liberdade de movimentos, o conforto e a segurança, ajustando-se ao corpo humano (MARTINS, 2019).

No processo de desenvolvimento do vestuário, a modelagem é a técnica utilizada para a elaboração de moldes, que reproduzem a figura do corpo humano e suas medidas (MENEZES; SPAINE, 2010), e, quando uma peça é mal modelada, “expõe o corpo a alterações físicas, até mesmo doenças. Para tanto é necessário um estudo pertinente de cada peça do vestuário” (GRAVE, 2004, p. 57).

Percebeu-se então a relevância do tema e, nesse sentido, o presente estudo teve como objetivo fazer uma análise sobre a ergonomia aplicada à modelagem no desenvolvimento de peças jeans, por meio de uma revisão da literatura, a partir de informações e conhecimentos já produzidos anteriormente.

1 Tecido com o qual são confeccionadas as peças jeans. O denim é uma sarja construída em diagonal, sendo o fio cru na trama (sentido transversal) e o fio tinto no urdume (sentido longitudinal); este último é tingido por um corante chamado “índigo”, de pigmento azul (GORINI, 1999; CATOIRA, 2006).

SOBRE O TECIDO DENIM E O JEANS

O termo “jeans”, de acordo com Pezzolo (2019), se tornou tão conhecida de uma maneira que as pessoas, quando vão comprar tecido, em vez de solicitarem por “2 metros de denim”, que seria o correto, pedem por “2 metros de jeans”.

As peças jeans são feitas com o denim, tecido que possui ligamento sarjado, por isso é resistente e durável, o que confere maior longevidade a esse tipo de peça. Geralmente é classificada como rígida ou elástica, tem em sua composição algodão e pode ser produzida a partir da mistura dessa matéria-prima com outras fibras, como o elastano, o poliéster, a poliamida etc. No denim, apenas os fios de urdume, aqueles no sentido do comprimento, são tingidos com o corante índigo (LOCATELLI et al., 2013; DANIEL, 2011; FIGUEIREDO; CAVALCANTE, 2010; FISCHER, 2010).

Alguns historiadores consideram o índigo como um dos corantes mais antigos, provavelmente usado há mais de 4.000 anos (ARAÚJO, 2006). A característica que mais se destaca no denim é justamente o seu tingimento, feito a partir desse corante, de coloração azul, originalmente advindo de plantas da Índia (GORINI, 1999).

Pelo fato de este corante não ter muita compatibilidade com o algodão, é preciso repetir muitas vezes o processo de tingimento e a oxidação para que se possa atingir uma cor intensa do azul sobre a fibra. Ainda assim, o tingimento fica mais superficial nos fios de urdume, por isso cada fio apresenta como que um anel azul na parte mais externa e o núcleo permanece com o branco próprio do algodão (GORINI, op. cit.; FIGUEIREDO; CAVALCANTE, 2010).

Essa camada superficial que forma o anel perde a sua cor mais facilmente nas partes do tecido em que sofrer atrito e tal característica é aproveitada pelos designers e profissionais de lavanderia durante o beneficiamento, para oferecer mais opções aos consumidores, com efeitos que possibilitam um visual diferenciado às peças jeans (FIGUEIREDO; CAVALCANTE, 2010).

Apesar de sua atual popularidade entre públicos e consumidores diversos, nem sempre foi dessa forma com o jeans. Na verdade, os primeiros modelos utilizados foram pelos mineradores, no oeste norte-americano, durante o período de busca por ouro na Califórnia, Estados Unidos, pois precisavam de roupas duráveis, que não evidenciassem tanto a sujeira e fossem fáceis para lavar (CATOIRA, 2006).

No ano de 1853, Levi Strauss, um imigrante da Alemanha, abriu seu negócio em São Francisco, durante a “corrida do ouro” na Califórnia, inicialmente vendendo tecido de lona de barraca para os garimpeiros, mas, ao observar que necessitavam de roupas resistentes para o trabalho, resolveu confeccionar calças com a lona. Para que as costuras dessas calças não fossem desfeitas, um cliente alfaiate, Jacob Davis, propôs reforça-las com rebites de cobre. Com o sucesso do novo produto, requereram juntos a patente, que foi concedida em 1873 e, dessa forma, nasceu a calça jeans como hoje é conhecida (CATOIRA, op. cit.; PEZZOLO, 2019; LEVI STRAUSS

& CO., 2021).

A inserção da calça jeans voltada para momentos casuais, de lazer e não mais como vestimenta de operários e trabalhadores ocorreu no período de pós-guerra, quando o vestuário passou a ser mais identificado por faixa etária do que por classe social (CRANE, 2013). Dessa forma, a sua introdução no mercado não foi feita pelas classes superiores, mas avançou a partir de uma lógica contrária, de hierarquia descendente (ALMEIDA; EMIDIO, 2012).

Após a segunda Guerra Mundial, aparecem as primeiras fragmentações do sistema moda, num fenômeno inédito, a moda jovem, a moda marginal, adotando critérios de ruptura com os padrões sociais. Grupos minoritários surgem expressivamente, com novos códigos, que foram multiplicados pela cultura jovem anticonformista. (CATOIRA, 2006, p. 37-8).

O jeans passou de roupa de trabalho utilitária para uma maneira casual de vestimenta entre homens e mulheres, ganhou destaque no universo jovem e tornou-se popular em todo o mundo. Ao final do século XX, seu caráter subversivo foi se perdendo e essa peça se consolidou como o item mais presente nos guarda-roupas, sendo encontrado em várias faixas de preço e de marcas diversas (BROOKS, 2015).

O jeans é usado atualmente por pessoas de todas as gerações, culturas, gêneros e classes sociais e favoreceu a mudança de hábitos e comportamentos de consumidores no mundo inteiro (CATOIRA, 2006), por isso, a sua importância não é somente uma questão de valor de mercado, mas trata-se de um produto que conseguiu transitar e ser aceito socialmente em diferentes ocasiões, considerado um estilo quase que universal no vestir (DELONG et al., 1998; REGAN, 2015).

O PROCESSO DE MODELAGEM

Com o desenvolvimento do vestuário, os avanços tecnológicos dos materiais têxteis e o aperfeiçoamento das técnicas, como o estudo de recortes, pences e drapeados, o processo de modelagem possibilitou um melhor ajuste dos tecidos ao corpo e permitiu uma maior liberdade dos movimentos (BEZERRA; MARTINS, 2006).

No tocante à produção de vestuário, a modelagem é a responsável por transformar e possibilitar a criação do designer de moda em um produto tangível. É durante esse processo que ocorre a transição do tecido para um artefato tridimensional, a partir de um artefato bidimensional, ou seja, em uma peça de roupa propriamente dita (BEDUSCHI, 2013).

A modelagem é a etapa intermediária de produção, geralmente o passo

seguinte ao desenho de produto e o anterior à produção, orientado por um procedimento metodológico. Nesse procedimento, o profissional denominado modelista interpreta as criações do designer preparando o molde, ferramenta esta que serve como referência para o corte dos materiais (BRITO; MENEZES, 2020).

Segundo Beduschi (2013), existem dois tipos principais de modelagem, a sob medida e a industrial. A primeira refere-se às peças de roupa feitas em conformidade com as medidas do corpo do cliente, bastante usada por costureiros e alfaiates; já o segundo tipo de modelagem refere-se àquela praticada pelas indústrias de confecção, com graduação de tamanhos padronizados, seguindo uma produção em série.

A técnica mais usada na indústria, assim como a mais difundida entre os materiais didáticos e nas escolas de design de moda, é a modelagem bidimensional ou plana. Essa técnica corresponde à planificação da roupa, com base na representação do corpo humano através de um plano, e ocorre segundo o “posicionamento das linhas verticais e horizontais em ângulos, que se relacionam com o plano de equilíbrio do corpo, simetria, alturas, comprimentos e relações de proporções entre as partes” (MENEZES; SPAINE, 2010, p. 86).

Na modelagem plana, a reprodução deve seguir de maneira idêntica ao original indicado no projeto, apoiando-se nos desenhos e na ficha técnica de produto, os quais o modelista fará a interpretação e a elaboração dos moldes, de forma manual ou utilizando-se de sistemas computadorizados, para viabilizar a peça de roupa a ser confeccionada em escala industrial (ibidem).

O principal veículo para a comunicação do designer com o modelista é a ficha técnica, instrumento que deve conter todas as informações do produto de vestuário, usado na integração dos vários setores responsáveis pelo desenvolvimento do produto, conforme a sequência do processo (MENEZES; SPAINE, op. cit.).

A modelagem tridimensional ou moulage é uma técnica que possibilita moldar uma peça de roupa sobre o próprio corpo humano ou em um manequim, boneco que representa a figura humana. Ela pode ser utilizada na interpretação e viabilização de modelos já existentes, na criação de roupas mais complexas, como apoio da modelagem plana ou na concepção de bases de modelagem (SOUZA, 2006).

No processo de moulage, geralmente são traçadas linhas de eixo, atentando para um esquadramento cuidadoso no sentido da trama e urdume do tecido, para que sirvam de orientação, seguindo os traços marcados no manequim. Quando essa operação for concluída, o modelo será planificado, passando para o papel os traçados e marcações dessa tela de tecido, fazendo uma comparação das medidas da peça e conferindo com a tabela de medidas adotada, finalizando com ajustes, caso seja necessário. Quando os moldes estão prontos, o processo segue então o mesmo percurso que o da modelagem plana (ibidem).

O modelista, responsável pela elaboração e preparo dos moldes, deve realizar, portanto, uma análise minuciosa da silhueta corporal, já que a modelagem pode

apresentar muitas variações, dependendo do tipo de peça de vestuário idealizada. Logo, de acordo com o tecido escolhido, será preciso fazer alterações como folgas e encolhimentos nos moldes (MENEZES; SPAINE, 2010).

A modelagem de uma peça jeans precisa levar em conta justamente a diversidade de matérias-primas existentes, que podem apresentar elasticidade ou não em sua composição, e o maquinário que será utilizado, pois pode haver variações nas medidas para um mesmo modelo quando as peças são submetidas a diferentes lavagens e também pela forma como são costuradas (DIAS, 2015; THEISEN, 2016).

É preciso atentar para o fato de que muitas criações de vestuário nem sempre levam em consideração as reais necessidades dos usuários nas situações cotidianas que exigem flexibilidade e mobilidade. Por isso, deve-se aliar à modelagem requisitos ergonômicos e de usabilidade na concepção do produto de vestuário, propiciando vestibilidade e adequação, que se traduzem em conforto e segurança durante a realização de suas atividades (BEZERRA; MARTINS, 2006).

A IMPORTÂNCIA DA ERGONOMIA NA MODELAGEM DA CALÇA JEANS

Para além da proteção, da ornamentação e do pudor, o vestuário deve resguardar outros pontos importantes, como a liberdade de movimentos, a segurança, a preservação da saúde, o conforto e o bem-estar dos usuários. Esses aspectos podem ser atingidos levando-se em conta propriedades ergonômicas e princípios de usabilidade no desenvolvimento de produto.

O termo ergonomia, também denominado de “fatores humanos”, deriva do grego e significa, em tradução literal “leis do trabalho” (ergon: trabalho; nomos: leis). De acordo com The International Ergonomics Association (IEA, 2021), organização internacional sem fins lucrativos, ergonomia é a área de conhecimento científico que visa otimizar o bem-estar dos indivíduos e as interações humanas com outros elementos de um sistema.

lida (2018) indica que a ergonomia tem ampla atuação, até mesmo por ser um campo interdisciplinar, e diz respeito, em linhas gerais, ao “estudo da adaptação do trabalho ao ser humano”, abrangendo praticamente todas as atividades humanas; quando se trata de vestuário, a ergonomia busca se adequar ao corpo humano. O autor aponta ainda que existem quatro aplicações da ergonomia, conforme o momento em que são feitas, e as classifica da seguinte maneira: ergonomia de concepção, ergonomia de correção, ergonomia de conscientização e ergonomia de participação. No Quadro 1 apresenta-se uma síntese organizada dessas aplicações.

Quadro 1 – Síntese das aplicações da Ergonomia de lida.

CLASSIFICAÇÃO	DESCRIÇÃO
Ergonomia de concepção	Feita no decorrer do projeto de produto; é possível explorar alternativas, pois nessa fase inicial as decisões são tomadas a partir de situações hipotéticas.
Ergonomia de correção	Atuação em problemas existentes, na busca de reparações em situações reais; embora mais fácil do que a ergonomia de concepção, porque os problemas já são conhecidos, pode ser algo mais oneroso.
Ergonomia de conscientização	Procura capacitar os trabalhadores na identificação e correção de outros problemas que possam surgir, através de treinamentos.
Ergonomia de participação	Busca incluir os próprios usuários, pois estes possuem conhecimento prático e podem perceber detalhes durante sua experiência, não identificados antes pelos projetistas.

Fonte: lida (2018).

Apesar de que problemas complexos demandam mais cuidado e empenho e podem se manifestar a qualquer tempo, o ideal é que a ergonomia seja empregada desde o início do projeto, isto é, que se faça uso da ergonomia de concepção. Como seu próprio nome indica, é durante a sua concepção, no desenvolvimento do produto, que muitos problemas podem logo ser solucionados (IIDA, op. cit.; MARTINS, 2019).

Nesse sentido, o trabalho preventivo pode “evitar equívocos e disfunções no futuro produto, economizando assim tempo e recursos” (BEZERRA; MARTINS, 2006, p. 7). A modelagem, que é uma atividade realizada no início do projeto, caso não esteja correta, irá comprometer o restante do processo. A ergonomia, da mesma forma, deve estar presente na criação e desenvolvimento de qualquer produto de vestuário, mas não somente isso, deve seguir por todas as fases do projeto.

[...] a ergonomia pode ser aplicada em todo o processo do desenvolvimento do produto do vestuário e em especial da modelagem, uma vez que, no processo de elaboração de novos produtos focaliza-se na utilização, no aprendizado, na eficiência, no conforto e na segurança objetivando atender as necessidades e desejos dos usuários. No produto de vestuário essa relação se estabelece da mesma forma, pois o mesmo busca, por meio de suas qualidades, agregar aspectos de caimento, estética e conforto, os quais constituem os requisitos de competitividade de maior peso para o design (MENEZES; SPAINE, 2010, p. 88).

A usabilidade é uma das áreas da Ergonomia que assegura a utilização dos produtos de uma forma eficiente, amigável, segura e também prazerosa, sendo uma esfera bastante relevante na avaliação do relacionamento produto–usuário.

No entanto, é algo que não depende simplesmente dos atributos de um produto, mas das intenções e objetivos esperados pelos usuários, das atividades e do ambiente em que são usados (IIDA, 2018; MARTINS, 2019). Paschoarelli e Silva (2006) indicam que usabilidade não tem uma definição que seja consensual no meio acadêmico, mas compreendem que diz respeito à otimização da funcionalidade de um produto na interface com o usuário.

Para Martins (2019), a roupa é como uma extensão do corpo humano, isto é, uma segunda pele, logo, complementando a ideia da autora, Broega, Cunha e Silva (2019, p. 17) afirmam que “(...) não é apenas uma cobertura para a pele, mas um sistema que interage dinamicamente com o corpo, tendo um papel muito importante na percepção de conforto”. Assim, a usabilidade se relaciona com a eficiência e também com o conforto dos produtos.

Contudo, o conforto apresenta desafios de conceituação e muitos autores esclarecem que se trata de algo subjetivo, portanto, depende da percepção de uso de cada indivíduo. Por isso, geralmente o conforto é definido como a inexistência de desconforto (IIDA, 2018; VAN DER LINDEN, 2007).

Slater (1986) define conforto como um estado prazeroso em que há um equilíbrio entre o indivíduo e o ambiente quanto aos aspectos fisiológico, psicológico e físico. No mesmo sentido, Broega, Cunha e Silva (2019) apontam que o conforto se refere à combinação de alguns elementos, caracterizado como “Conforto Total”, abrangendo o conforto tátil (também chamado de “toque” ou sensorial), o conforto termofisiológico (ou térmico), o conforto psicossocial (denominado psico-estético ou “psicológico”) e o conforto ergonômico.

No caso do vestuário, especificamente do jeans, ainda que esse item tenha sido transformado em ícone casual, símbolo da praticidade e do conforto, nem sempre isso acontece de fato, pois frequentemente a questão estética é a mais favorecida no projeto, até porque é a mais rapidamente percebida, e, por conta das tendências sazonais da moda, assim como do aumento da velocidade no consumo, outros aspectos, como é o caso da ergonomia, acabam não sendo priorizados (ROSA, 2011; LOCATELLI et al., 2013).

A maior parte das inovações são relacionadas, além do caráter estético, à tecnologia de matéria-prima, mas tais soluções não devem ser limitadas à técnica, e sim combinadas com as propriedades ergonômicas e os princípios de usabilidade, gerando peças confortáveis, que não deformem o corpo e não causem riscos à saúde (THEISEN; MOURA; FOLLE, 2015).

Hoje, as roupas devem ser confortáveis, permitindo todos os movimentos. Não devem ser apertadas, pois podem prejudicar a circulação e a função respiratória. Devem oferecer proteção ao corpo e serem resistentes ao desgaste físico, cortes e abrasão. Assim, tecnologia, conforto, saúde, aplicados ao vestuário são fundamentais: adequação das peças ao corpo humano, com o objetivo de melhorar o desempenho, sem causar danos. Em outras palavras, preservar a saúde e beleza, cuidando do equilíbrio estético, em direção ao conforto (MARTINS, 2019, p. 70-1).

A ergonomia tem, portanto, foco central na relação do ser humano em sua interação com o produto, e, sendo considerada a peça de vestuário mais democrática, o jeans é um produto que, por ser vestido quase que diariamente, precisa ter uma modelagem que proporcione bom caimento e contribua para a satisfação e bem-estar dos usuários, tornando-o seguro e confortável para o uso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo procurou fazer uma análise sobre a ergonomia aplicada à modelagem no desenvolvimento de peças jeans, por meio de da seleção de pesquisas a respeito do tema, organizado em seus eixos principais, a saber: o universo do jeans e sua principal matéria-prima, o tecido denim; o processo de modelagem; e a importância da ergonomia na modelagem da calça jeans.

Com base na revisão bibliográfica exposta, pôde-se verificar que a associação entre modelagem e ergonomia, ou seja, a combinação de fatores técnicos, estéticos e ergonômicos, é algo que não deveria ser um apenas um diferencial em alguns produtos de vestuário, mas sim de praxe nas indústrias e confecções de moda, especialmente aquelas pertencentes ao segmento jeanswear.

O jeans é um produto de moda que evoluiu e tornou-se mundialmente aceito, conquistando seu espaço social. Entretanto, designers e modelistas precisam utilizar de modo corriqueiro as propriedades ergonômicas em todo o processo de desenvolvimento de peças jeans, uma vez que essas peças embalam os corpos como uma segunda pele e interferem diretamente nas relações entre seus usuários e o meio.

O mercado está bastante acirrado e os consumidores estão cada vez mais exigentes com os produtos que adquirem, por isso buscam peças que sejam esteticamente agradáveis e permitam a movimentação do corpo, garantindo flexibilidade e mobilidade, se adequem às reais dimensões corporais e preservem sua saúde, sem causar desconforto, considerando suas necessidades e desejos.

Dessa forma, sugere-se o avanço e o aperfeiçoamento deste trabalho, assim como o de outros estudos na mesma temática, dada a importância da aplicação da ergonomia à modelagem do vestuário e do segmento jeanswear no campo da moda e do design.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. C. V. R.; EMIDIO, L. F. B. A evolução da calça jeans e do comportamento do consumidor: uma reflexão como parâmetro para a concepção do produto. *Projética Revista Científica de Design*, v.3, n. 2, 2012. p. 77-87.

ARAÚJO, M. E. M. Corantes naturais para têxteis - da Antiguidade aos tempos modernos. *Conservar Património*, Lisboa, v. 3-4, 2006. p. 39-51.

ABIT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. Perfil do Setor – Dados gerais do setor referentes a 2019 (atualizados em dezembro de 2020). Disponível em: <<http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

BEDUSCHI, D. P. Diretrizes para o ensino de modelagem do vestuário. 2013. Orientadora: Isabel Cristina Italiano. Dissertação (Mestrado em Ciências). 2013. 202 f. Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

BEZERRA, G. M. F.; MARTINS, S. B. Equação da ergonomia no design de vestuário: espaço do corpo, modelagem e materiais. In: 2º Colóquio de Moda, 2006, Salvador. *Anais eletrônicos do 2º Colóquio de Moda*, 2006. 8 p.

BRITO, D. M.; MENEZES, M. S. Parametrização geométrica: um auxílio no desenvolvimento da modelagem do vestuário. In: *Design: ensino, processos e comunicação* [recurso eletrônico]. MENEZES, M. S.; PASCHOARELLI, L. C. [org.] 1. ed. Bauru, SP: Canal 6, 2020.

BROEGA, A. C.; CUNHA, J. L. L.; SILVA, M. E. C. O conforto no vestuário, seus aspectos conceituais e subjetivos. In: MARTINS, S. B. (org.). *Ergonomia, usabilidade e conforto no design de moda: a metodologia OIKOS*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019. p. 14-32.

BROOKS, A. Systems of provision: fast fashion and jeans. *Geoforum*, n. 63, 2015. p. 36-39.

CATOIRA, L. *Jeans, a roupa que transcende a moda*. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2006.

CRANE, D. *Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural*. São Paulo: Editora Senac, 2013.

DANIEL, M. H. Guia prático dos tecidos. Osasco, SP: Novo Século Editora, 2011.

DELONG, M.; KOH, A.; NELSON, N.; INGVOLDSTAD, A. Jeans: a comparison of perceptions of meaning in Korea and the United States. *Clothing and Textiles Research Journal*, v. 16, n. 3, 1998. p. 116-125.

DIAS, R. Modelagem industrial: diretrizes para o traçado do molde da calça jeans feminina. Orientadora: Isabel Cristina Italiano. Dissertação (Mestrado em Ciências). 2015. 128 f. Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

FIGUEIREDO, G. C.; CAVALCANTE, A. L. B. L. Calça jeans: produtividade e possibilidades sustentáveis. *Projética*, v. 1, n.1, 2010. p. 128-145.

FISCHER, A. Fundamentos de design de moda: construção de vestuário. Tradução: Camila Bisol Brum Scherer. Porto Alegre: Bookman, 2010.

GORINI, A. P. F. O segmento de índigo. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, n. 10, 1999. p. 31-334.

GRAVE, M. F. A modelagem sob a ótica da ergonomia. São Paulo: Zennex Publishing, 2004.

IEA – THE INTERNATIONAL ERGONOMICS ASSOCIATION. Human Factors/ Ergonomics (HF/E) – definition and applications. Disponível em: <<https://iea.cc/what-is-ergonomics/>>. Acesso em: 10 jun. 2021.

IIDA, I.; GUIMARÃES, L. B. M. Ergonomia: projeto e produção [livro eletrônico]. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2018.

LEVI STRAUSS & CO. The Story of Levi Strauss. Disponível em: <<https://www.levistrauss.com/2013/03/14/the-story-of-levi-strauss/>>. Acesso em: 5 jun. 2021.

LOCATELLI, P.; MIOTTO, T. A.; MENEZES, M. S.; PASCHOARELLI, L. C. O jeans: uma reflexão sobre como a linguagem interfere na usabilidade do produto. In: IX Colóquio de Moda, Fortaleza, Ceará, 2013.

MARTINS, S. B. Ergonomia, usabilidade e conforto em projeto de produto de moda e vestuário. In: MARTINS, S. B. (org.). Ergonomia, usabilidade e conforto no design de moda: a metodologia OIKOS. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019. p. 56-77.

MENEZES, M. S.; SPAINE, P. A. A. Modelagem plana industrial do vestuário: diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado. *Projética*, Londrina, v. 1, n. 1, 2010. p. 82-100.

MILLER, D.; WOODWARD, S. Manifesto for a study of denim. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, v. 15, n. 3, 2007. p. 335-351.

PASCHOARELLI, L. C.; SILVA, J. C. P. Design ergonômico: uma revisão dos seus aspectos metodológicos. *Conexão – Comunicação e Cultura*, UCS, Caxias do Sul, v. 5, n. 10, 2006. p. 199-213.

PEZZOLO, D. B. *Tecidos: história, tramas, tipos e usos*. 5. ed., rev. e atual. São Paulo: Editora Senac, 2019.

REGAN, C. Role of denim and jeans in the fashion industry. In *Denim: Manufacture, Finishing and Applications*. Woodhead Publishing Series in Textiles: Number 164, 2015. p. 191-217.

ROSA, L. *Vestuário industrializado: uso da ergonomia nas fases de gerência de produto, criação, modelagem e prototipagem*. Orientadora: Anamaria de Moraes. Tese (Doutorado). 2011. 175 f. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2011.

SLATER, K. Discussion Paper – The assessment of comfort. *The Journal of The Textile Institute*, v. 77, n. 3, p.157-171, 1986.

SOUZA, P. M. *A modelagem tridimensional como implemento do processo de desenvolvimento do produto de moda*. Orientador: Ivan De Domenico Valarelli. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial). 2006. 113 f. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Bauru: [s.n.], 2006.

THEISEN, F. C. *Calça jeans feminina: influência da pressão na sensação de conforto*. Orientador: Luis Fernando Folle. Dissertação (Mestrado em Design). 2016. 178 f. Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre, 2016.

THEISEN, F. C.; MOURA, H. T.; FOLLE, L. F. Inovação no design de moda: articulando antropometria, ergonomia e usabilidade para conforto no uso da calça jeans. *Strategic Design Research Journal*, v. 8, n. 3, 2015. p. 116-126.

VAN DER LINDEN, J. *Ergonomia e design: prazer, conforto e risco no uso dos produtos*. Porto Alegre: UniRitter Ed, 2007.



Sobre as organizadoras

PÂMELA TAVARES DE CARVALHO

Doutoranda em em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade de Franca - UNIFRAN. Possui ainda título de mestre em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade de Franca. Cursou Pós-Graduação em Engenharia de Produção pelo Centro Universitário Internacional - UNINTER - (2014) e graduação em Moda e Design pela Fundação de Ensino Superior de Passos/ UEMG (2008). Tem experiência na área de desenvolvimento de produtos de moda e Análise de Discurso de linha francesa, com ênfase nos estudos acerca das discursividades do corpo, moda e feminino. Atualmente é Técnica de Laboratório/ área vestuário do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, campus Passos.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1977032806776674>

VANESSA MAYUMI IO

Doutoranda em Design pelo Programa de Pós-graduação em Design da UNESP (Bauru) e Pós graduanda em Educação Digital pelo Centro Universitário SENAI/SC - Campus Florianópolis e Pós Graduanda em Neurociência aplicada a educação pela Universidade Anhembí Morumbi . Mestre em Design pelo Programa de Pós-graduação em Design da UNESP (Bauru). Possui Pós graduação em Psicopedagogia pela Universidade de Franca e Graduação em Design de Moda pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo (2008). Graduação em formação pedagógica.

Atualmente é professora EBTT do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais. Tem experiência na área de Design de Moda profissional e acadêmica atuando principalmente nos seguintes temas : Modelagem, desenvolvimento de produto, vestuário, moda inclusiva e cultura maker.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3918327678766719>

Sobre os autores

ANA CLÁUDIA DE ABREU

Doutoranda e Mestre em Design com ênfase em planejamento de produto ambos pela Universidade Estadual Paulista (FAAC/UNESP). Professora Convidada na Pós-Graduação em Modelagem do Vestuário no IFSUL de Minas, campus Passos. Professora de Ergonomia e Modelagem do Vestuário no curso de graduação EAD em Design de Moda no Unicesumar.

BRUNA SOUZA VIANA

Graduada em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, formação em curso técnico em produção de moda pela mesa Instituição. Ênfase em pesquisas na área de Design de Estamparia por meio da prática manual.

CAMILA ASSIS PERES SILVA

Professora Adjunta e membro do Programa de Pós-Graduação do Curso de Design da UFCG. Doutora em Ciências na área de concentração de Design e Arquitetura, possui mestrado em Design pela ESDI/UERJ e graduação em Desenho Industrial (Programação Visual) pela EBA/UFRJ. Líder do Núcleo de Pesquisa em Informação, Linguagens e Usabilidade (UFCG). Afiliada à Associação Pro-Cor do Brasil e participante de grupos de estudo ligados à International Colour Association (AIC).

DUCIANE OLIVEIRA DE FREITAS FURTADO

Professora substituta dos cursos Técnicos em Têxtil e Vestuário e curso superior de tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - Campus Caicó. Doutora e Mestre em Engenharia Mecânica e Engenheira Têxtil pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

FABIANO ELOY ATÍLIO BATISTA

Professor do curso de Design na Universidade do Estado de Minas Gerais - Campus Ubá (UEMG - Ubá). Doutorando e Mestre em Economia Doméstica pela Universidade Federal de Viçosa (PPGED-UFV), onde atua na Linha de pesquisa Trabalho, Consumo e Cultura. É, desde 2020, editor adjunto do periódico 'Oikos: Família e Sociedade em debate', vinculado ao PPGED-UFV. Possui graduação em Design de Moda, pela Faculdade Estácio de Sá - Juiz de Fora / MG; Bacharelado em Ciências Humanas, pelo Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Juiz de Fora (BACH/ICH - UFJF), Licenciatura em Pedagogia, pela Universidade de Franca

(UNIFRAN) e a Licenciatura em Artes Visuais, pelo Centro Universitário UNINTER. É Especialista em Moda, Cultura de Moda e Arte, pelo Instituto de Artes e Design da Faculdade Federal de Juiz de Fora (IAD/UFJF); Especialista em Televisão, Cinema e Mídias Digitais, pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (FACOM/UFJF); Especialista em Docência na Educação Profissional e Tecnológica, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais - Campus Rio Pomba (IF Rio Pomba); Especialista em Ensino de Artes Visuais, pela Faculdade de Educação da Universidade Federal de Juiz de Fora (FACED/UFJF).

GLAUBER SOARES JÚNIOR

Doutorando em Processos e Manifestações Culturais (Feevale), atuando na linha de pesquisa Memória e Identidade; Mestre em Economia Doméstica pela Universidade Federal de Viçosa (PPGED/UFV), com atuação na linha de pesquisa 'Trabalho, Consumo e Cultura'; Especialista em Tecnologia Têxtil e Moda (Unyleya), com ênfase em processos e produção artesanal de tecidos; Graduado em Design de Moda (IF Sudeste MG - Campus Muriaé). Editor adjunto do periódico Oikos: Família e Sociedade em debate, associado ao PPGED/UFV. Atua nos grupos de pesquisa certificados pelo CNPq Cultura e Memória da Comunidade (Feevale) e Trabalho, Sociabilidade e Gênero (UFV). Possui interesse nas áreas de: Design de Moda; Têxteis; Artesanato têxtil; Cultura material e Gênero. Desenvolve especialmente pesquisas interdisciplinares relacionadas a culturas regionais e locais.

ÍTALO JOSÉ DE MEDEIROS DANTAS

Professor substituto na área de processos de gestão e controle de qualidade na indústria do vestuário no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - Campus Caicó. Mestre em Design pela Universidade Federal de Campina Grande, Especialista em Comunicação, Semiótica e Linguagens Visuais pela Universidade Braz Cubas e graduado em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte. Graduando em Design de Produto pelo Centro Universitário FAM. Atualmente atua como pesquisador colaborador no Núcleo de Pesquisa em Informação, Linguagens e Usabilidade, no grupo de pesquisa Morfologia dos Artefatos e Sistemas de Comunicação e do Grupo de Estudo da Cor vinculados a Universidade Federal de Campina Grande, e no Núcleo de Pesquisas em Têxtil e Vestuário, vinculado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - Campus Caicó.

JULIANA CHESCHINI JACINTO

Graduada em Design de moda pelo instituto federal de educação, ciência e tecnologia campus passos. Têm interesse em pesquisa relacionadas à biologia, sua

primeira área de formação, com pesquisas na área têxtil com tingimentos naturais.

LEANDRO GOMEZ BEZERRA

Graduando em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - Campus Caicó.

MARIA BERNARDETE OLIVEIRA DE CARVALHO

Possui Licenciatura (1991), Bacharelado(1995), Mestrado (1996) e Doutorado (2005) em História pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Graduada em Tecnologia de Design de Moda (2010) pelo Centro Universitário Plínio Leite (Unipli). Tem larga experiência como professora e pesquisadora na área de História, com ênfase em História do Brasil Contemporâneo e História da Moda. Desde 2012 é professora do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico (EBTT) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IFSULDEMINAS), em regime de Dedicção Exclusiva, sendo lotada no campus de Passos.

MARIA ISABEL MACHADO

Bacharel em Moda pela Universidade FEEVALE, Técnica em Criação e Coordenação de Moda pelo Senac e Pós-Graduada em Comunicação e Produção de Moda pela Universidade Anhembi Morumbi. Atuou como estagiária no Projeta-me (2018), evento acadêmico de moda organizado pela Universidade FEEVALE.

MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES

Professora no Departamento de Design da UNESP- FAAC; Doutorado em Estruturas Ambientais Urbanas pela USP; Mestrado em Tecnologia do Ambiente Construído pela USP; Graduação em Batîment - Ecole Des Beaux Arts Et Arts Appliqués de Nancy; Complementação em Desenho Industrial pela FAAP; Graduação em Licenciatura em Desenho e Plástica pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo.

NATALIE RODRIGUES ALVES FERREIRA DE ANDRADE

Mestre em Design pela Universidade Anhembi Morumbi, Especialista em Arte e Criatividade pela Unifran e graduada em Desenho de Moda pela Faculdade Santa Marcelina. Atualmente é docente concursada da disciplina Design, Moda e Produção I e II, Projeto Integrador Local e Projeto Integrador II na Faculdade de Tecnologia (FATEC) da cidade de Franca no curso de Gestão da Produção Industrial. É docente de Ilustração de Moda no Laboratório das Artes de Franca.

ONNARA CUSTÓDIO GOMES

Doutoranda em Design, pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP). Mestrado em Administração com ênfase em Comportamento do Consumidor, pela ESPM. Bacharel em Design de Moda, pela Universidade Federal do Ceará.

PATRÍCIA APARECIDA MONTEIRO

Doutora em Tecnologia Ambiental - UNAERP, Mestrado em Tecnologia Ambiental pela UNAERP, especialização em Docência na Educação Profissional e Tecnológica pelo Senai CETIQT, especialização em Engenharia de Segurança no Trabalho pela FIJ, licenciada em Artes pela Faculdade Polis das Artes, graduada em Design de Moda pela FACED, e atualmente é professora EBTT do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais.

ROSEANA SATHLER PORTES PEREIRA

Mestranda no programa de pós-graduação em Têxtil e Moda da Universidade de São Paulo e pós-graduada em Modelagem do Vestuário pelo Instituto Federal do Sul de Minas Gerais, é bacharel em Moda e especialista em Gestão Empresarial. Com seu atelier, desenvolve corsets sob medida desde 2005, processo que decorre de sua investigação acerca da corseteria histórica. Como docente leciona nas áreas de Produção, Gestão e Criação de Moda, na Faculdade de Administração e Artes de Limeira e no Senac - SP.



A INFLUÊNCIA DA REFORMA DO VESTUÁRIO NA MODELAGEM DE CORSETS NO INÍCIO DO SÉCULO XX

Roseana Sathler Portes Pereira
Pâmela Tavares de Carvalho

O RENASCER DA MODA: UM OLHAR PARA A MODA PÓS GUERRA E SUA CONEXÃO COM O PÓS PANDEMIA

Maria Isabel Machado

A REPRESENTAÇÃO NEGRA NAS CAPAS DA REVISTA 'VOGUE BRASIL'

Ítalo José de Medeiros Dantas
Glauber Soares Júnior
Fabiano Eloy Atílio Batista

DOCÊNCIA COMPARTILHADA NA INTEGRAÇÃO DE DISCIPLINAS NO DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO DE MODA: RELATO DE EXPERIÊNCIA

Vanessa Mayumi Io
Patrícia Aparecida Monteiro
Maria Bernardete Oliveira de Carvalho
Marizilda dos Santos Menezes

PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA MODA: O UP-CYCLING NO DESENVOLVIMENTO DE BOLSAS UNI.CO

Natalie Rodrigues Alves Ferreira de Andrade
Patrícia Cristina Alves Lamy
Jéssica Sousa Costa

ANTIGAS TÉCNICAS DE ESTAMPARIA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O SLOW FASHION: UMA INVESTIGAÇÃO ATRAVÉS DE UMA REVISÃO SISTEMÁTICA BIBLIOGRÁFICA

Bruna Souza Viana
Vanessa Mayumi Io

CORES E FORMAS DO CERRADO: ESTAMPARIA NATURAL COMO ALTERNATIVA ECOLÓGICAMENTE CORRETA

Juliana Cheschini Jacinto
Patrícia Aparecida Monteiro

INTENÇÃO E INTERPRETAÇÃO NAS MENSAGENS DAS CORES EM UMA COLEÇÃO DE VESTUÁRIO

Ítalo José de Medeiros Dantas
Camila Assis Peres Silva

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE VESTUÁRIO COM FOCO EM FESTIVAIS DE MÚSICAS: UMA PRÁTICA

Leandro Gomez Bezerra
Ítalo José de Medeiros Dantas
Duciane Oliveira de Freitas Furtado

ERGONOMIA APLICADA À MODELAGEM DE PEÇAS JEANS

Onnara Custódio Gomes
Vanessa Mayumi Io
Ana Cláudia de Abreu
Marizilda dos Santos Menezes



**INSTITUTO
FEDERAL**
Sul de Minas Gerais
Campus Passos

ISBN: 978-65-999140-0-3

