UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

MARINA ÚNICA DIAZ MORALES

DESIGN DE MODA:

O CAMINHO PARA A SUSTENTABILIDADE

Bauru, SP
2006

MARINA ÚNICA DIAZ MORALES

DESIGN DE MODA:

O CAMINHO PARA A SUSTENTABILIDADE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenho Industrial da Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Campus de Bauru, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Desenho Industrial – Área de Concentração: Planejamento do Produto.

Orientadora: Profª Dra. Marizilda Menezes dos Santos

Bauru, SP
2006

MORALES, Marina Única Diaz
Design de Moda: o caminho para a sustentabilidade / Marina Única Diaz Morales - - Bauru : [s.n.], 2006. 106 f.

Orientadora: Dra. Marizilda Menezes dos Santos

Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2006.

1. Design de Moda. 2. Reciclagem. 3. Sustentabilidade. 4. Design Social.
I – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II - Título.

MARINA ÚNICA DIAZ MORALES

DESIGN DE MODA:

O CAMINHO PARA A SUSTENTABILIDADE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenho Industrial da Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Campus de Bauru, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Desenho Industrial – Área de Concentração: Planejamento do Produto.

BANCA EXAMINADORA

_____

Profª. Dra. Marizilda M. dos Santos

Universidade Estadual Paulista

_____

Prof. Dr. José Carlos Plácido da Silva

Universidade Estadual Paulista

_____

Prof. Dr. Henrique A. Cunha Junior

Universidade Federal do Ceará

Bauru, 25 de julho de 2006.

DEDICATÓRIA

A DEUS

Que se faz presente em todos os momento da minha vida.

A MARIA SANTÍSSIMA

Que está sempre ao meu lado.

Ao meu Marido

Com seu apoio, incentivo e carinho incondicional.

Aos meus filhos Clarissa, Débora e André

Pela compreensão, carinho e apoio demonstrado durante a realização deste trabalho.

A minha família

Pelo carinho sempre demonstrado.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Marizilda, que acreditou no meu trabalho.

Às minhas companheiras de idas e vindas de Bauru: Lilia, Patrícia, Maria Tereza e Rejane.

À Gimena pelo seu incentivo, apoio e carinho no decorrer da elaboração deste trabalho.

Ao diretor do Centro Social Marista Irmão Acásio de Londrina, Cesomar, seus educadores e funcionários pela acolhida ao projeto realizado.

À Manuela, minha monitora e companheira no desenvolvimento do projeto.

Aos amigos e professores do curso de Desenho Industrial da Unopar.

Aos professores Lucimar e Celso pela motivação.

A todos que se fizeram presentes nesta jornada, e principalmente aqueles que, com seu apoio e participação ajudaram a realização e desenvolvimento do projeto Reciclar Recriando a vida.

Lília, como minha coordenadora de departamento, sempre presente.

Gimena, sempre pronta a atender as necessidades do projeto.

Henrique, empresário que sempre nos socorreu prontamente.

Psicodélica, pela doação dos retraços e de sua parceria.

Aos monitores, estagiários e palestrantes que se fizeram presentes no projeto.

Em especial aos meus filhos...

Clarissa, com sua ajuda na área de psicologia,

Débora como assessora de imprensa,

e André, monitor e companheiro de projeto.

Ao meu marido Gilson, pela presença constante no desenvolvimento deste trabalho.

“Design é uma arte social, e os designers
são expectadores de problemas políticos,
econômicos e sociais, e que, analisando-os,
criam soluções que são necessidades físicas
e formais daqueles indivíduos em
determinado momento e local”

Jan Kyupers

MORALES, Marina Única Diaz. **Design de Moda:** o caminho para a sustentabilidade. Bauru, 2006. 106p. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) - Universidade Estadual Paulista.

RESUMO

O índice de criminalidade e desocupação se faz crescente na cidade de Londrina, no que diz respeito à população de baixa renda, ou seja, famílias que apresentam um rendimento salarial inferior a dois salários mínimos. Diante disso, surge a necessidade de se apresentar alternativas ocupacionais para jovens, buscando o desenvolvimento de um perfil mais adequado para o engajamento social, com o desenvolvimento de habilidades específicas que sirvam de diferencial e de motivação para o futuro profissional. Foi proposto o Projeto Reciclar Recriando a Vida, locado no Centro Social Marista Irmão Acácio de Londrina, utilizando como matéria prima o retraço da industria do vestuário. Com a finalidade da valorização da vida, promoção da auto-estima, produtos de design de moda foram desenvolvidos. Como resultado desta dissertação, a utilização de recursos de linguagem formulou uma metodologia própria adequando ao perfil dos jovens atendidos. O design de moda, o desenho da figura humana e a linguagem de moda promoveram o desenvolvimento de habilidades que favoreceram as mudanças sócio-culturais, buscando uma identidade, o caminho para a sustentabilidade por meio do design social ou tecnologia social.

Palavras-chave: design de moda; reciclagem; sustentabilidade; design social.

MORALES, Marina Única Diaz. Fashion Design: the way for the sustentability. Bauru, 2006. 106p. Dissertation (Master´s degree in Industrial Design) – São Paulo State University.

ABSTRACT

Criminal and unemployment indexes are growing in the city of Londrina, concerning low outcome population, or better, families that receive less than two salaries a month. Due to this reality, it is necessary to come up with occupation alternatives to the youth, searching for the development of a profile more adequated with their social engagement, and for the development of specific abilities that could motivate and serve as diferrential skills for their professional future. For all these reasons, it was proposed on Marista Irmão Acácio Social Center, at the city of Londrina, the project "Reciclar Recriando a Vida". Having as objectives the valorization of life and the promotion of self -esteem, the project worked on the creation of fashion draw products. As a result of this work, the utilization of language resources formulated a particular metodology wich was adequated to the profile of young people wich was attended. The fasion draw, the human body draw and the fashion language promoted the development of abilities that favor the social and cultural trends, the search for a identity and the path to the suitable conditions through social draw or social technology.

Key-words: Fashion Draw; Reciclyng; Suitable Conditions; Social Draw.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Imperador Justiniano e a imperatriz Teodora 31
Figura 2 – Henrique VIII 32
Figura 3 – As saias assumem valores desproporcionais 34
Figura 4 – História da moda e da indumentária 35
Figura 5 – A leveza do campo 36
Figura 6 – Crinolinas 37
Figura 7 – A primeira máquina de costura 38
Figura 8 – Primeiro traje de banho, 1902 39
Figura 9 – A moda das atrizes – Greta Garbo 42
Figura 10 – Clássico de Vionnet 42
Figura 11 – Moda de guerra 43
Figura 12 – New Look, de Christian Dior 45
Figura 13 – Rebeldia 46
Figura 14 – Os novos signos da moda 47
Figura 15 – Paco Rabane confeccionando um modelo em plástico e ferro 47
Figura 16 – Zuzu Angel 51
Figura 17 – Criação de Walter Rodrigues 52
Figura 18 – Criação do Estilista Jun Nakao 52
Figura 19 – Grupo de cooperadas da Coopa Roca 61
Figura 20 – Trabalhos expostos na “Aller-retour Paris-Rio” 62
Figura 21 – Moda Coopa Roca 63
Figura 22 – Criança do Projeto Axé 65
Figura 23 – Bolsa e saia desenvolvidas com estampas exclusivas da Modaxé 68
Figura 24 – Vovô e estamparia referente ao 25 anos do projeto 69
Figura 25 – Crianças da Escola Fundamental Mãe Hilda 70
Figura 26 – Banda Erê 71
Figura 27 – A cidade de Londrina 74
Figura 28 – Retraços 77
Figura 29 – Exercícios de desenho do contorno do corpo 82
Figura 30 – Auto-retrato 83

Figura 31 – Técnicas de desenho 85
Figura 32 – Papelagem 86
Figura 33 – Desmoldagem 87
Figura 34 – Cobertura do manequim 87
Figura 35 – Colocação do plumante 88
Figura 36 – Manequim pronto 88
Figura 37 – Etapas da oficina Pesquisa e desenvolvimento de bolsas 89
Figura 38 – Atividades de criação de uma coleção 90
Figura 39 – Desfile 91
Figura 40 – Pesquisa e desenho dos figurinos 94
Figura 41 – Reunião entre criadores e atores 94
Figura 42 – Tomada de medidas dos atores 95
Figura 43 – Adequação dos retraços ao figurino 95
Figura 44 – Execução e prova das peças 96
Figura 45 – Apresentação dos figurinos nos eventos 96

SUMÁRIO

Lista de Figuras 8

INTRODUÇÃO 12
1 Proposta da Pesquisa 12
2 Objetivo Geral 13
3 Objetivos Específicos 13

1 MODA 18

2 A EVOLUÇÃO DA VESTIMENTA 30
2.1 O Vestuário na Cultura 30
2.2 Os Passos da Moda 32
2.3 Moda no Brasil do Descobrimento ao Ano de 2006 48
2.4 A Velocidade da Renovação 52

3 O CAMINHO DA SUSTENTABILIDADE 54
3.1 Sustentabilidade Ambiental 54
3.2 Ciclo de Vida do Produto 57
3.3 Resgate da Cidadania 59
3.3.1 Projeto Coopa Roca 60
3.3.2 Projeto União da Vitória – Pedaço de Pano 64
3.3.3 Projeto Axé 64
3.3.4 Projeto Ilê Aiyê 68

4 PROJETO RECICLAR RECRIANDO A VIDA 73
4.1 A Cidade de Londrina 73
4.2 O Local do Projeto 75
4.3 Procedimentos de Pesquisa 75
4.3.1 Conceito Geral 76
4.3.2 Participantes do Projeto 76
4.3.3 Materiais e Equipamentos 77

4.3.4 Recursos Humanos 77
4.4 Metodologia 77
4.4.1 Passos Metodológicos 80
4.4.2 Oficinas 81
4.4.2.1 Oficina Linguagem do corpo e da moda 81
4.4.2.2 Oficina de desenho de observação e desenho de moda 83
4.4.2.3 Oficina de desenvolvimento de produto 85
4.4.2.4 Oficina Pesquisa e desenvolvimento de bolsas 88
4.5 Resultados Atingidos 91

CONCLUSÃO 98

REFERÊNCIAS 101

INTRODUÇÃO

1 PROPOSTA DA PESQUISA

O índice de criminalidade e desocupação cresce na cidade de Londrina, particularmente junto à população de baixa renda, ou seja, faixa de famílias com rendimento salarial inferior a dois salários mínimos mensais. A partir do ano de 2005, o número de homicídios por ano envolvendo jovens tem ultrapassado a casa de 100 vítimas. A taxa de gravidez na adolescência é crescente e estarrecedora, decorrente, provavelmente, do baixo grau de informação e do abandono escolar, o que se traduz em falta de atividades ao longo do dia. O problema se agrava pela falta de opções de trabalho.

Este panorama remete a uma reflexão sobre a necessidade de alternativas ocupacionais para os adolescentes, de forma a favorecer o seu engajamento social por meio do desenvolvimento de habilidades específicas. Estas habilidades devem servir como diferencial e agente de motivação para o futuro exercício profissional.

A presente proposta, na modalidade da pesquisa-ação, visa trabalhar ferramentas que possibilitem promover, através do desenvolvimento de habilidades inerentes ao potencial de cada participante, a valorização da vida e a auto-estima.

Procura-se, ao longo deste trabalho, realizar as mudanças sócio-culturais necessárias para o conhecimento e a disseminação do design de moda. Em paralelo, a proposta promove, indiretamente, a conscientização a respeito da política de reciclagem segundo os princípios do eco-design e do desenvolvimento sustentável.

A região escolhida para realização do projeto ”Reciclar recriando a vida” se caracteriza pelo alto índice de desocupação por parte dos jovens. Isso motivou a criação deste projeto, de forma a desenvolver condições favoráveis para que, pelo processo ensino-aprendizagem, pudesse ocorrer o desenvolvimento de

conceitos importantes à abordagem da linguagem de moda, do desenho da figura humana e do desenho de moda. A partir desta visão, numa perspectiva bastante objetiva, pretende-se preparar o indivíduo para a prática profissional futura e a iniciação na área de design de moda.

A formação profissional na área da moda se apresenta como uma importante alternativa para a região, capaz de despertar grande interesse junto aos jovens, particularmente pelo fato de haver um forte pólo da indústria paranaense do vestuário, localizado no eixo Londrina-Maringá, na região Norte do Paraná.

Castilho (2005) discute o redesign do corpo de forma contundente, definindo a relação do desenvolvimento do vestuário como uma relação entre o corpo e a cultura. Discute as relações sociais da moda, em suas diferentes abrangências no que diz respeito ao âmbito pessoal, social. Trata ainda, dos valores globalizados com rapidez na difusão, mutação e propagação de valores sócio-éticos.

O design de moda repensa as necessidades sociais, as estratégias, a identidade do produto, da marca e dos ambientes por onde passa. Castilho (2005) relaciona a importância da moda como solução de problemas, empregando o equilíbrio das cores, a variação das formas e a diversidade de materiais como caminhos para promover a harmonia da anatomia do corpo. Enfoca a importância da moda como agente articulador dos relacionamentos humanos, que está continuamente sujeito ao renovar, ao descartar e ao absorver novidades. Com a mesma intensidade, trabalha escalas de valores, propondo soluções inovadoras desenvolvendo produtos têxteis ao mercado.

2 OBJETIVO GERAL

Design de Moda como alternativa ocupacional para jovens, na faixa etária de quatorze a dezoito anos, matriculados no centro social marista irmão Acácio.

3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- desenvolver um perfil sócio-cultural no jovem adequado ao engajamento social e profissional;

- aprofundar junto aos participantes, o conhecimento de processos e metodologia do Design de Moda;

- ensinar técnicas de desenho por meio do estudo da figura humana;

- motivar o reconhecimento e a valorização de habilidades individuais;

- identificar fontes de rejeitos recicláveis, como os retraços industriais, atualmente descartáveis;

- desenvolver produtos por meio da reciclagem, do eco-design e da sustentabilidade;

- orientar a produção de artigos artesanais com valores agregados;

- desenvolver a retro-alimentação do processo criativo.

Segundo dados da Associação Brasileira do Vestuário – ABRAVEST (2004), os setores têxteis e de confecção têm investido muito nos últimos anos. O setor de moda faturou, no Brasil, perto de R$ 70 bilhões no ano de 2003, marco para a conquista do mercado internacional, com aumento da ordem de 40% nas vendas e abertura de 16 mil vagas de trabalho na micro e média empresas.

A indústria dos setores têxtil e do vestuário representa 7% do PIB brasileiro, com uma taxa de desperdício de tecido em torno de 10% no setor do corte. Esse material é tido como lixo industrial e acaba sendo incorporado ao custo do produto. Pode ser classificado, entretanto, como matéria prima mal alocada em termos de espaço e tempo. Segue a tendência mundial que considera o lixo como uma matéria-prima, a qual rompe paradigmas pela transformação em novos produtos, com valor agregado. A reciclagem, de acordo com os princípios da sustentabilidade, assegura uma melhor qualidade de vida, sem comprometer a base de recursos naturais.

Bonsiepe (1997) observa que o design de periferia pode ser visto como uma tentativa de criar uma organização social, levando à responsabilidade sócio-cultural, superando as desvantagens e a precariedade material, ou seja, a falta de industrialização. Um aspecto importante neste contexto é o desenvolvimento do

design popular, ou seja, a transferência dos conhecimentos do design para a população de baixa renda.

Não se pode ignorar problemas globais, como a poluição, a exploração dos recursos naturais, o crescimento da população e, conseqüentemente, o desequilíbrio ecológico, observáveis na sociedade contemporânea. Esta pesquisa foi proposta também pensando na melhoria dos novos padrões profissionais, com o objetivo de trabalhar o lixo industrial proveniente da indústria da confecção. Cria-se, desta forma, um novo conceito sobre design ecológico e sustentabilidade, envolvendo comunidades carentes. O design de moda vem sendo utilizado como um grande aliado dos projetos que visam a sustentabilidade e a preservação do ecossistema.

Por outro lado, o ser humano, em sua busca pelo belo e pelo conforto, transforma seus hábitos no uso de vestimentas há séculos, criando uma identidade de moda.

Segundo Fischer-Mirkin (2001), a Moda é poderosa e transmite mensagens a respeito de quem a usa, criando relações e expressando personalidades, que se apresentam com identidade positiva ou negativa.

A linguagem de moda permite criar uma relação com a vestimenta, baseada no conforto físico e psicológico. Cria-se a opção por várias facetas do caráter humano, de acordo com o papel que se quer desempenhar ou a imagem que se quer refletir. A roupa pode conferir o *status* profissional ou uma imagem sensual, promover a camuflagem, proporcionando a proteção necessária contra os elementos da natureza ou criar uma fuga das pressões da vida moderna. A moda pode, ainda, contribuir para o sentimento de segurança e bem estar.

A criação de uma Moda Brasileira, cuja identidade enfatize a valorização da cultura popular, é um caminho que pode fomentar a criatividade do povo brasileiro. Sérgio Moreira (2002), diz que as características fortes a serem valorizadas na construção de uma imagem brasileira são o caráter hospitaleiro, a exuberância do país e, sobretudo, as cores. Acredita-se que este seja um dos caminhos a serem seguidos.

Estes valores norteiam a estratégia de valorização do Brasil e do seu produto, principalmente o produto moda-praia, no exterior. Além deste segmento, os

designers brasileiros também se destacam nas outras áreas do Design de Moda ou Fashion Design.

Aproveitando a criatividade dos artesãos, que utilizam as inúmeras fibras naturais e as culturas das etnias que formam o povo brasileiro, muitos designers de moda incorporam o artesanato à Moda Brasileira.

Diversas comunidades buscam nas atividades manuais e no artesanato a fonte inspiradora e o resgate cultural da história e das tradições. Nessa trajetória, jovens designers brasileiros desenvolvem linguagem própria, empregando como estratégia essa nova estética artesanal incorporada as suas criações. Surge a busca coletiva do processo de criação, visando a inovação, num novo ambiente resultado da preocupação em desenvolver uma nova forma de comunicação social.

Desse modo, são desenvolvidos produtos com o objetivo de que o público alvo incorpore a mensagem da moda, bem como, sinta seus benefícios, estabelecendo-se uma relação que dê origem ao efêmero, ao prazer e à auto-estima.

Neste contexto é que foi idealizado o presente trabalho, sempre tendo como foco principal à valorização do ser humano e a produção sintonizada com os princípios do eco-design na promoção do equilíbrio global.

A dissertação, em seu corpo formal, será constituída dos seguintes capítulos:

Introdução

Apresenta o contexto geral e particular no qual se insere o trabalho proposto, particularizando em linhas gerais as características da população alvo, suas necessidades e as inter-relações com o contexto global. A pesquisa é apresentada como um caminho para a busca de subsídios para desenvolver os objetivos estabelecidos.

Capítulo 1 – Revisão Bibliográfica

A revisão bibliográfica visa contextualizar o assunto estudado apresentando o estado da arte e os aspectos mais importantes a respeito do tema, bem como aqueles tópicos que se constituíram em marcos na evolução dos estudos

já desenvolvidos. Através deste capítulo, se agregam informações pertinentes às reflexões que deverão ocorrer e as conclusões que serão norteadoras de cada etapa do trabalho a ser realizado. Desta forma, após o estudo dos mais significativos textos e da análise das várias tendências teóricas a respeito do tema geral e de temas específicos, foi possível o autor estabelecer seus próprios pontos de vista e definir o encaminhamento das etapas e das atividades constituintes deste trabalho.

Capítulo 2 – A Evolução da Vestimenta

Apresenta a evolução da roupa, sua influência sócio-econômica, bem como o aparecimento da moda, em meados do século XIV, e a pluralidade de estilos que constituem a moda atual brasileira e mundial.

Capítulo 3 – Sustentabilidade

A sustentabilidade é apresentada neste capítulo como um recurso para preservação do meio ambiente, destacando-se a sua importância na busca de soluções nas dimensões ambiental, social e ética. Apresentam-se projetos visitados e pesquisados, que se inserem no design social, como Projeto Coopa Roca, Projeto Vitória, Projeto Axé e Projeto Ilê Ayê.

Capítulo 4 – Projeto Reciclar Recriando a Vida

Neste capítulo é apresentado o Projeto Reciclar Recriando a Vida, foco principal desta dissertação, desenvolvido na Cidade de Londrina, inserido no contexto local, com a indicação das particularidades da indústria do vestuário na região da Grande Londrina. São indicados ainda os procedimentos para o desenvolvimento da pesquisa, materiais e métodos, metodologia desenvolvida e adotada, bem como a linguagem utilizada para o desenvolvimento do projeto

Capítulo 5 – Conclusão

O capítulo trata da verificação dos resultados obtidos mediante os objetivos estabelecidos previamente, bem como a interferência destes resultados junto à comunidade envolvida. É apresentada a finalização da dissertação elaborada para a conclusão do curso de Pós-Graduação Mestrado em Desenho Industrial e são apresentadas sugestões para trabalhos futuros, em continuidade a este projeto.

1 MODA

Para Lipovetsky (2005) a indumentária é um reflexo da civilização, representada pela riqueza de detalhes presentes em cada período da história da civilização. O caráter de pudor que se estabelece entre os homens primitivos, e a necessidade de proteção frente às intempéries, fazem da indumentária um elemento de proteção e, atendendo ao apelo do inconsciente na busca de adornos, se tornaram ícones de bravura, na conquista pela sobrevivência.

Ao longo dos tempos a roupa leva a informação de utilidade, expressa o comportamento do homem perante a sociedade, realça a sexualidade, atua como agente provocador da atração sexual, dentre outros aspectos. Os adornos são utilizados como diferenciais dentro da simbologia social e psicológica, atribuindo ao indivíduo formas estigmatizadas do modernismo e dos valores contemporâneos. Numa abordagem contemporânea, a moda é utilizada como linguagem de rebeldia e comunicação.

O ser humano sempre fez os seus registros históricos por meio de formas diferenciadas de impressão, desde inscrições rupestres até o envio de cápsulas com informações ao espaço sideral. Esta forma de expressão de um contexto temporal exprime-se na linguagem visual como forma de comunicação, e é apresentada por Jones (2005) criando uma linha entre os primeiros passos do contexto histórico sobre moda. O autor faz referências ao mercado da confecção, tendo o corpo como elemento inspirador, o desenvolvimento das fibras e cores, culminando com o projeto e o produto de moda.

Utilizando uma linguagem muito próxima, do mesmo autor, tem-se Jones (2002). As duas obras referenciadas apresentam pequenas diferenciações referentes à adaptação de linguagem, verificando-se o direcionamento do *Fashion Design* para um público interessado em seguir o caminho acadêmico.

Com a industrialização das roupas em grande escala, tornou-se possível a produção de uma multiplicidade de vestimentas. Com a globalização, conectados ao mundo, os hábitos referentes ao vestuário modificaram-se, expressando a necessidade do desenvolvimento de novos materiais. Aparecem novas fibras (sintéticas) e materiais que atuam como ferramentas, que refletem a

evolução da técnica e da tecnologia na vestimenta, a qual, em função de um exacerbado culto ao corpo determinou mudanças radicais no modo de vestir.

Saltzman (2004) apresenta a importância das marcas do tempo encontradas no corpo, sinais deixados ao longo dos anos constituindo uma história de medos, angústias, tristezas, alegrias e prazer, em resumo, a história do indivíduo. Estes sinais são incorporados à linguagem do vestir, removendo barreiras e quebrando paradigmas. Numa linguagem romântica, abre-se caminho para o contato da pele com o têxtil, a anatomia, a superfície corporal da tatuagem, a estampa com todos os recursos têxteis da atualidade, apresentando os recursos construtivos para a elaboração da roupa como signo de moda.

Castilho (2002, p.59) apresenta uma coletânea de trabalhos como suporte para o resgate cultural da memória brasileira, onde o real e o imaginário se tornam a estética do corpo e da moda:

“A possibilidade de estabelecer uma articulação entre o corpo e a moda, com práticas sociais e estéticas segundo as quais as divergências, rupturas e ritmos pertinentes ao vestuário inovam o desenho do corpo e a decoração corpórea”.

À medida que se entende moda como uma construção de linguagem que se manifesta sobre o corpo, o vestuário se impõe por meio de uma estrutura plástica, fruto de relações entre a matéria-prima e sua textura.

Castilho & Garcia (2001) em sua coletânea sobre o fragmento do vestir tropical abrangem várias regiões, apresentando sotaques e paixões, revelando a descoberta do artesanato das rendas e bordados, na forma mais pura da expressão da tradição da moda brasileira.

Palomino (2002) apresenta o conceito do que é moda, indicando que o mesmo ultrapassa a simples definição de uma roupa. Apresenta um rápido panorama do mundo *fashion* no século XX, que compreende a cadeia têxtil e a moda de rua, com toda sua influência no desenvolvimento de uma coleção.

Mirkin (2001) apresenta, numa linguagem simplificada, o Código de Vestir, transmitindo significados ocultos na psicologia da roupa feminina em diferentes momentos e situações, revelando o poder da roupa associado à comunicação da cor. São comportamentos que se verificam no dia a dia da mulher contemporânea, principalmente, pois esta é mais susceptível a estas influências.

Ferron (1996) assinala também a importância da mão feminina na indústria do vestuário e as habilidades e conhecimentos femininos, tidos como naturais, que se escondem num processo incessante de construção social.

Perazzo & Máslova (1997) sugerem uma mudança de vida ao novo profissional, que deve apresentar uma qualificação que o torne apto à resolução dos problemas do dia a dia. Apresentam a importância de se incorporar ao produto os elementos da linguagem visual, utilizando ainda no processo, suportes e ferramentas bi e tridimensional. Isto deve ocorrer, a exemplo do corpo humano, que atua como suporte da roupa, da mesma forma que necessita da mesma enquanto elemento de proteção. Estes conceitos e os sinais psicológicos decorrentes dos mesmos foram utilizados como referência para os exercícios propostos a respeito dos elementos e da forma.

O trabalho voltado para a busca do entendimento de uma nova concepção de linguagem de moda diferencia o novo profissional que irá desenvolver um produto seguindo as etapas do ecodesign. Isso entendido facilita a elaboração de um projeto adequado, que se traduz através da leitura do quadro social em que se insere o usuário. Com a opção por materiais que expressam uma determinada realidade e interpretam as necessidades mais prementes do usuário, manifestas das mais diferentes formas, é possível se obter um resultado favorável através do produto.

Nessa linha de procedimento, encontra-se a contribuição de Treptow (2005), que transforma suas experiências no curso de Especialização em Moda em uma literatura de fácil entendimento, visando a informação do planejamento de coleção, desenvolvimento do produto, com objetivo de incentivar mudanças dos conceitos na indústria do vestuário.

Na visão de Lipovetsky (2001), a moda é um fenômeno essencialmente ocidental e moderno que esteve presente nos grandes momentos históricos, apresentando estruturas determinantes na organização social das aparências. Confere à moda um caráter libertário e faz dela o signo das transformações que anunciaram o surgimento das sociedades democráticas.

A visão de Lipovetsky extrapola os limites do pessoal, do individual, da moda como forma de expressão estética das aspirações do ser humano, para

apresentá-la, numa abordagem globalizada, como expressão da linguagem coletiva traduzida em nuances político-sociais, apresentada como uma ferramenta precursora de transformação social.

Lipovetsky (2005) coloca a consagração contemporânea do luxo, que é acompanhada por uma relação com o passado histórico e pelo desejo pós-moderno de reconciliar a criação e a permanência da moda. Colocando o luxo como sinal de prestígio, ainda em pleno século XXI, traz em si a legitimidade e a identidade das marcas de seu termo.

O ato de criar moda num ambiente de periferia parece não se compatibilizar com o conceito de beleza estética e luxo. Porém, Benaîn (1999), ao discorrer sobre o grande designer Issey Miyake destaca a possibilidade de rebater este preconceito. Miyake, mesmo oriundo de uma infância pobre, acalentou sonhos num futuro incerto e, em função de seu amor pela sobrevivência e pela conquista, produziu obras de rara beleza. Ganhou a forca no traço do desenho e, com criações imaginárias na forma de modelos imateriais, criou modelos cujas costuras se fundem ao movimento do braço. Neste imaginário buscou-se referência para elaborar a metodologia desenvolvida no projeto Reciclar Recriando a Vida.

A comunidade onde se estabeleceu o presente projeto também apresentou limitações de ordem material, tendo a mesma condição pobre e restrita de informações em que cresceu Miyake. Acreditou-se ser possível dar vazão aos sonhos e trazer para o concreto, inicialmente através dos mais rudimentares traços de desenho, na forma de criações, os devaneios mais etéreos da imaginação humana. O resultado foi surpreendente e mostrou, mais uma vez, que a história é a maior cartilha e a maior mestra do ser humano.

Há de se concordar com Edwards (1984) que afirma que desenhar é uma capacidade que depende de “ver”. Esta é a expressão da mais profunda verdade, a qual se fortalece quando, na seqüência, ele afirma que o desenvolvimento da habilidade do desenho possibilita o enriquecimento da vida do indivíduo. Edwards (1984) considera a capacidade de desenhar, a magia de efetuar mudanças no estado cerebral, na direção de ver e perceber, afirmando que o ato de desenhar pode ser apreendido por qualquer pessoa, desde que dotada de visão e coordenação motora medianas, suficientes para desenvolver atividades simples, como a de enfiar linha em uma agulha. São da autoria de Edwards (2003) uma

relação de exercícios com a finalidade de desmistificar o ensino do desenho, mostrando as habilidades básicas da linguagem do desenho com o lado direito do cérebro, o que permite ao aprendiz uma rápida satisfação ao desenvolver o desenho de observação.

A técnica do desenho foi a primeira ferramenta utilizada, para dar início ao trabalho proposto, associada à percepção do próprio corpo. O corpo que fala e se expressa, transforma-se em traços que tomam forma e evoluem expressando a criação. O etéreo se concretiza num processo que tem um início virtual, na imaginação, e assume os primeiros sinais concretos na forma de expressão gráfica.

Lunge (2002) faz uma análise comportamental dos estudantes de escolas públicas situadas na periferia de Florianópolis, com jovens do sexo feminino, entre 15 e 16 anos, por meio da Educação Física. Estuda os jovens e sua relação com o corpo humano e o imaginário.

Castilho (2005) apresenta a importância do corpo na receptividade da moda, que absorve com intensidade os valores de cada época e os descarta a cada avanço da tecnologia. O conceito de moda acelera o desenvolvimento do redesign do corpo como suporte dos novos valores da moda.

Na pesquisa sobre a evolução da vestimenta, foram utilizadas referências dos seguintes autores: Braga, 2004; Bollon, 1993; Boudot, 2000; Kohler, 2001; Laver, 1990; Moutinho, 2001; O'Hara, 2002; Souza, 2001.

Devido a essa relação tão intensa do ato de criar com o ser humano, sendo a moda uma expressão destas aspirações mais íntimas, é que a história do vestuário está ligada diretamente à história da evolução humana. Os autores citados e pesquisados possuem cada qual linguagem própria para a apresentação dos fatos históricos ligados à evolução do vestuário e a historia da moda. Relacionam fatos da vida social, econômica, cultural e política, numa reflexão profunda mediante as relações humanas, suas maneiras de interpretar a roupa como identidade e comportamento.

Somado a isso, observou-se a evolução da consciência ecológica e do entendimento das conseqüências do atual modelo de desenvolvimento sobre o meio ambiente. Este movimento de conscientização ambiental, que atinge

proporções cada vez maiores na sociedade contemporânea, em quase todos os países do mundo, tem provocado profundos questionamentos junto a diversos setores da atividade humana. Isso se verifica, sobretudo, junto àqueles cujo produto final pode provocar impactos diretos no equilíbrio do ecossistema, colocando em risco a sobrevivência do homem na Terra.

Uma vez que o design é uma atividade inerente ao ser humano, na medida em que este cria e transforma seu meio, o mesmo se insere neste contexto de preservação ambiental. Na história da humanidade, houve certos momentos em que o ser humano conseguiu manter um equilíbrio entre sua produção material e o funcionamento do ecossistema, o que causa até estranheza frente à desordem geral que se abate sobre o planeta nos tempos atuais.

Por outro lado, nas sociedades ocidentais atuais, percebe-se um descaso a respeito desta quebra de equilíbrio. A partir da observação desse comportamento, e buscando novas alternativas, Manzini (2002) se refere ao ecodesign como uma resposta. Considera importante ligar o que é tecnicamente possível ao ecologicamente necessário, de modo a criar novas propostas, culturais e socialmente aceitáveis.

Para Malaguti (2003) o crescimento da consciência ecológica e do conhecimento das conseqüências do atual modelo de desenvolvimento sobre o meio ambiente tem trazido profundos questionamentos a diversos setores da atividade humana. Isto se verifica, sobretudo junto àqueles cujo produto final pode provocar impactos diretos no equilíbrio.

Kyuper (1995) relata que o design é uma arte social e explica as ações dos profissionais num ambiente globalizado e preocupado com as conseqüências da internacionalização. Comenta ainda, o papel do design, lançando questões morais e sociais, questões seriamente negligenciadas pela sociedade, mas de grande interesse.

Bonsiepe (1997) atenta para o fato de não se pode ignorar os seguintes problemas: poluição, exploração de recursos naturais, crescimento da população, proteção das espécies, perturbação do equilíbrio ecológico, efeitos da própria atuação do homem sobre o meio. É preciso reconhecer que o design ecológico é um fenômeno de moda, uma vez que os designers começaram a tratar

de maneira crescente os problemas da eliminação do lixo, do uso da energia solar e do uso do material reciclado.

Luke (2003) prega o design por um mundo sustentável através da reciclagem e a criação de novas propostas culturais e socialmente aceitáveis. Esta é uma proposta que se faz presente nas mais diversas áreas do conhecimento, pois, não é mais aceitável nos dias atuais, um processo que não considere as variáveis que estabeleçam as interfaces com o meio ambiente. A própria sociedade, como agente regulador das iniciativas empresariais, atua como questionadora e exige que sejam respeitados os princípios básicos da preservação ambiental.

Dentro do contexto atual e de maneira muito apropriada, Manzini & Vezzoli (2002) introduzem e definem os perfis e percursos da sustentabilidade ambiental. Aproxima a sociedade como agente de transformação, da finalidade e das estratégias para projetos e desenvolvimento de produtos sustentáveis.

O produto não é mais aceito como uma simples resposta a uma necessidade do consumidor, mas deve atender a toda uma legislação que regulamenta esta interação com o meio ambiente. Baxter (1998) apresenta uma metodologia prática no gerenciamento e desenvolvimento de produto, direcionada ao consumidor, buscando a inovação racional e sistemática, partindo da pesquisa de mercado, da elaboração do projeto conceitual, do desenvolvimento e de especificações para a fabricação.

Na mesma linha de conduta, Back (1983), apresenta uma sistemática que visa dar suporte metodológico e visão ampla no desenvolvimento do projeto de produto e nas diversas fases do processo do projeto, por meio de soluções a problemas propostos.

Esta adequação do passado ao presente, prevendo o futuro, está diretamente integrada com a proposta de Denis (2000). Este, ao analisar o desenrolar da história do design, apresenta a preocupação de escrevê-la, registrando uma seleção de fatos, relatos, avaliações, apresentando uma nova interpretação do passado, vinculada à necessidade de representar o presente, com uma visão das atuais tendências sociais e culturais.

Frente a estas mudanças radicais por que passa a sociedade atual, é importante se resgatar a preocupação de Robbins (1995), que destaca a

importância do processo criativo, como transformação do indivíduo e o seu renascimento na jornada pessoal, de transformações da realidade do velho para o novo. Apresenta passos para se ter uma vida mais criativa, aceitar-se a si mesmo, ser valente, cultivar a mentalidade de principiante, ser observador e perspicaz, rir muito e ler bastante. Dentro destes princípios, é muito fácil apresentar aos jovens a importância do processo criativo no design.

Ostrower (1987) e Predebon (2001) apresentam a importância do desenvolvimento criativo, assim como Robbins (1995). O despertar da criatividade por meio de exercícios do dia a dia, vencendo as etapas e fases do processo, é a tônica deste projeto. Cada autor emprega uma linguagem própria para apresentar e estimular o desenvolvimento do processo criativo, utilizando exemplos em diversas situações do cotidiano.

Para Rollo (1975) todas as profissões necessitam da coragem, para que ocorram mudanças radicais na sociedade, exigindo a cada dia mais indivíduos que se deixem levar pela coragem e pela criatividade.

O desenvolvimento da criatividade se reflete na percepção da capacidade pessoal, o que leva o jovem a fomentar a sua auto-estima e se sentir mais seguro perante os desafios da vida. Isto se repercute na forma de aumento da auto-confiança, que fará dele um profissional mais capaz, com maior capacidade de se expor aos riscos, de defender suas idéias e de propor soluções, ou seja, de se tornar um empreendedor.

Gomes (2001) destaca a importância da natureza como fonte infinita de criatividade sobre os elementos, ar, terra, água e fogo, revelando o poder químico das matérias primas e da composição de todos os materiais presentes nos reinos animal, vegetal, e mineral. Valoriza o projeto de produtos por meio da formação formal e pela instrução profissional. Apresenta a importância do processo criativo para o desenvolvimento das habilidades projetuais. Ou seja, o profissional que se conhece, que tem domínio das suas limitações e conhece suas potencialidades, irá render muito mais nas atividades profissionais que vir a desenvolver.

Frida (2003) apresenta a urgência de uma drástica desmaterialização, reduzindo os impactos e os resíduos gerados pela indústria. No final da década de 90 foi calculado que a desmaterialização, para ter sucesso,

deveria reduzir em 90% o emprego dos materiais nos próximos 10 anos. Desenvolvendo novas técnicas, novas abordagens, redução dos componentes, menos peso e a valorização de novos materiais. Ainda a importância do envolvimento de profissionais de diferentes áreas, para a obtenção da estratégia mais indicada no desenvolvimento de novos produtos, que satisfaçam o meio ambiente plenamente.

France (2000), fez uma coletânea de projetos, artigos, ensaio e entrevistas, resultado de um processo artístico que uniu artistas de várias partes do mundo. Reuniu, além de suas experiências particulares com as crianças do Projeto Axé (Salvador, BA), valores e conceitos próprios, com uma carga simbólica que possibilitou a geração de produtos conceituais, frutos do desenvolvimento do processo criativo. Segundo Cesare de Florio La Rocca, presidente do Projeto Axé:

"[...] a quietude da terra veio, sobretudo provocar uma dúplice explosão nas crianças do Axé e na própria organização. Esta última deu origem a outro universo institucional: o Axé se apresenta hoje como o lócus onde a educação se dá sempre e fortalece via arte". (FRANCE, 2000, p. 11).

Mais uma vez foi possível extrair um resultado positivo e bastante promissor de jovens que estavam fadados à mediocridade. Isto ocorreu graças ao investimento de pessoas que acreditaram na possibilidade de dar crédito a seres humanos, independente da condição de penúria em que se encontravam. Resgatada a dignidade humana, em condições satisfatórias de higiene, alimentação e motivação, ficou comprovado que o homem vence as suas próprias barreiras e revela o potencial inerente a sua natureza.

Brittain (1993) apresenta o resgate de uma modalidade de artesanato, executado com agulhas, desde os mais remotos tempos. Este resgate ilustra a facilitação da vida com a mecanização, o que induziu o homem a buscá-la. Com o desenvolvimento da industria têxtil, essa realidade se difunde e faz com que numerosas técnicas caiam no esquecimento. O resgate dessas técnicas artesanais, muitas delas bastante rudimentares, é o resgate da própria história da civilização.

Tambini (1999) caracteriza com a palavra "artificial" o aspecto geral de nosso meio ambiente nos últimos cem anos. A engenhosidade humana e o consumo cada vez maior de produtos inventados pelo homem crescem velozmente.

Na década de 80 houve um recuo, iniciando o primeiro movimento contra o desperdício, o movimento verde. Esse questionamento em torno da necessidade de produtos, sob a lente da moral e da ética, permitiu se observar o meio ambiente e os produtos fabricados neste século. O homem passa a refletir a respeito do uso indiscriminado dos recursos naturais e a observar os danos que o descarte inadequado de resíduos pode causar ao planeta.

O programa Cara Brasileira do SEBRAE (2002) traz à tona a discussão sobre a brasilidade e suas implicações. Essa polêmica é antiga e está presente em vários estudos como Casa Grande & Senzala, de Gilberto Freire. Gradativamente vai se consolidando um conhecimento voltado para a valorização e aplicação de um conjunto de traços peculiares ao Brasil na imagem de negócios. No entanto, persiste ainda a imagem do país do futebol e do samba, sem referências às evoluções tecnológicas que estes ícones trouxeram consigo. Não se atenta para a técnica de desenvolvimento dos gramados nos estádios, para a qualidade dos equipamentos de som desenvolvidos no país, e nem mesmo para a evolução da medicina desportiva atrelada à prática do futebol.

Projetos com o objetivo de valorizar produtos e serviços tipicamente brasileiros, que obtêm sucesso no mercado, devem justamente colocar em evidência estes avanços, por se tratar de uma cultura nacional que possui densidade, qualidade, logística, boa comercialização e alta tecnologia. É o caso da moda, do artesanato, da fabricação de cachaça, das artes plásticas e de tantas outras áreas específicas.

Bianchi (2000) apresenta o projeto pedagógico “Plantando Axé”, uma proposta teórica, cultural e ética, que tem por objetivo entender as profundas mudanças sócio-culturais que o projeto Axé tem realizado com meninos e meninas que vivem em situação de extrema pobreza nas ruas da cidade de Salvador.

Conceição (2000) apresenta o projeto de extensão pedagógica e a coordenação do “*Caderno de Educação do Ilê Aiyê - terra de Quilombo”*, onde se encontram as atividades pedagógicas que serão desenvolvidas na comunidade durante o ano, e que servirá de apoio para o desenvolvimento dos produtos a serem comercializados.

Baseado nestas iniciativas destaca-se a importância da adequação da metodologia ao objetivo de criar ferramentas para a sistematização das atividades do projeto, com o potencial tecnológico dentro de um contexto sócio-cultural. A fase inicial das informações foi definida por meio de oficinas, capacitando os participantes a problematizarem as informações, gerando conhecimentos frente ao projeto em execução, registrando conceitos capazes de gerar o conhecimento necessário.

Dolzan (2004) apresenta nos processos metodológicos de conceituação de produto para o mercado, a intervenção nas áreas que definem o mercado do produto de moda, onde o designer de moda é impulsionado a desenvolver metodologias próprias para a concepção e o desenvolvimento do projeto, com conhecimentos tecnológico que contribuam para a redução significativa de tempo, custo e perdas.

Queluz (2005) mostra a importância do desenvolvimento de uma metodologia própria para o produto brasileiro, onde se evidencie a força do design brasileiro, principalmente no desenvolvimento do produto de moda, que carrega a característica de brasilidade por meio das técnicas artesanais e da história do povo.

A partir destes autores, se pôde traçar uma linha no desenvolvimento desta proposta, destacando os pontos pertinentes ao trabalho, colocando a importância de cada capítulo como um passo para a conclusão final, onde a história da evolução da moda se mistura com a própria história do educando.

O caminho da sustentabilidade, o ecodesign, e o design social resgatam os valores sócio-éticos, valorizando o ambiente de convívio e fortalecendo princípios nunca antes vistos ou inserido no cotidiano daqueles jovens por meio da reciclagem. O resgate da auto-estima se dá por meio da valorização, da troca de experiências com o manejo equilibrado dos recursos naturais disponíveis, com um consumo consciente, onde o indivíduo seja capaz de exercer seu poder de melhorar sua qualidade de vida, a de seus familiares e de sua comunidade.

O trabalho com jovens na faixa etária de 14 a 18 anos requer habilidades, prontidão para adaptação das mudanças psicológicas que ocorrem a todo o momento e, conseqüentemente, a criação de uma metodologia que envolva e incentive os participantes a buscarem a transformação pessoal.

Dentro deste contexto é que foi proposta a elaboração do projeto, “Design de Moda: o caminho para a sustentabilidade”, com o objetivo de trabalhar com jovens da periferia da cidade de Londrina, em busca de ícones para uma melhor qualidade de vida. A moda foi um dos recursos utilizados, por ser democrática e, durante o século XX, ter se difundido, não só pelos meios de comunicação, como jornais, revistas e televisão, mas como diferencial simbólico na busca da identidade do indivíduo dentro do contexto sócio-econômico.

2 A EVOLUÇÃO DA VESTIMENTA

A evolução da vestimenta deu-se ao longo da história da humanidade, marcada por fatos sócio-históricos e valores que as roupas foram adquirindo em cada cultura. Houve épocas em que o vestuário foi pautado em simbolismos, traduzindo-se em signos das relações humanas, manifestando expressões de poder e de posição social. Vários fatores interferiram neste processo, tal como, a capacidade criativa, a vaidade estética e a consagração das mudanças nas regras da sociedade.

A indumentária desenvolve-se em pequenos núcleos culturais, tendo como marcas as diversas culturas expressas nas diferentes maneiras de vestir. O homem que se apresentava como coletor, caçador e nômade, aprendeu a viver e a extrair seu próprio sustento da natureza, se estabelecendo em grupos, produzindo seu próprio alimento, domesticando os animais e confeccionando suas vestimentas.

Para Lipovetsky (2005) a indumentária é um reflexo da civilização, representada pela riqueza de detalhes presentes em cada período da história da civilização. O caráter de pudor que se estabelece entre os homens primitivos e a necessidade de proteção frente às intempéries faz com que este utilize peles de animais e fibras vegetais, empregando técnicas rudimentares para a confecção dos elementos de proteção. Atendendo a um apelo inconsciente do belo, passa a utilizar adornos encontrados na própria natureza, bem como ícones de bravura, conquistados nos embates e na disputa pela sobrevivência.

2.1 O VESTUÁRIO NA CULTURA

Segundo Braga (2004), o fato de não haver uma forte distinção entre a roupa feminina e a masculina se explica porque o papel fundamental do vestuário era expressar divisão de castas sociais. Na cultura bizantina, cuja presença foi marcante ao longo dos séculos VI a XI, se percebe a influência do Oriente sobre o vestuário da época. Neste período, as roupas possuíam valor hierárquico e não se pautavam no princípio da sedução, conforme se pode observar na Figura 2. Observa-se a riqueza das pedrarias contrastando com a sobriedade dos trajes, já

que era intenção de que estes ocultassem o corpo. A cor passa a ser utilizada como divisor de classes sociais.



Figura 1 – Imperador Justiniano, à esquerda, e a imperatriz Teodora, à direita.
[Fonte: Laver (1990)]

As roupas evoluíram a medida em que foi sendo estabelecido o contato entre as diferentes culturas. As Cruzadas, conforme Braga (2004), convocadas pelo Papa Urbano II no final do século XI, trouxeram para a Europa os tecidos e as técnicas de corte desenvolvidas no Oriente, sendo que as mulheres européias chegaram a vestir o véu muçulmano, cobrindo a parte inferior do rosto e a adotar o abotoamento lateral dos vestidos.

Nos ideais da Idade Média, que podem ser traduzidos, no discurso de Santo Agostinho, fica bem explícita a ordem eclesial criando códigos e uma ordem na indumentária: o homem convertido estaria mais próximo de Deus e este lhe revelaria sua sabedoria. O material é desprezível, o ser humano não tem autonomia de pensamento, expressando um conceito de que a quebra da tradição estaria relacionada com o pecado. Neste paradigma, a roupa não tem poder, mas sim, cria uma relação de poder e ordem na sociedade vigente.

A indumentária exerce seu papel social de divisão de classes pela qualidade das fibras, dos tecidos, dos adornos e pelo uso das cores, refletindo o estilo de vida da época.

As Cruzadas, por sua vez, exerceram o importante papel de unificar e agrupar a maneira de vestir, impondo certa uniformidade ao vestuário da Europa Ocidental.

O Período Renascentista caracterizou-se pelo humanismo. Por necessidade de praticidade frente às atividades do cotidiano, surge o hábito das roupas do dia a dia. Estas se apresentavam com maior simplicidade, não tão suntuosas como as cerimoniais. Anteriormente, as vestes eram confeccionadas com tal grau de opulência, que dificultavam ao usuário a realização das atividades rotineiras. A silhueta de quem vestia não era fator importante na indumentária, a qual havia se tornado o grande diferencial de classes, expresso pela quantidade de tecido usado em sua confecção. Esta forma de discriminação também ocorria no uso das cores, já que o valor do pigmento era outro diferenciador social. Nessa nova fase advinda com o humanismo, à roupa passa a ser um símbolo de comunicação de padrões estéticos.

Na roupa masculina surge o hábito do uso de meias de lã ou linho, coloridas, calções largos, chamados *braies, ou bragas,* que eram presos à cintura por cordões ou cadarços. As túnicas foram encurtando e se transformaram no *gibão*, espécie de colete curto e estreito fechado na frente conforme se observa na Figura 2. O casaco de corte longo e mangas fartas, complementado com golas de renda e sapatos rasos, se torna a vestimenta ideal do homem do século XV.



Figura 2 - Henrique VIII – Século XIV.
[Fonte: Laver (1990)]

2.2 Os Passos da Moda

Laver (1990) relata que na segunda metade do século XIV, tanto a roupa masculina quanto a feminina adquiriram novas formas, sugerindo algo que já pode ser chamado de moda.

A nova visão, mais humanista, dá início ao Renascimento na Europa do século XIV, onde a humanidade e seu talento foram valorizados. A indústria têxtil teve um grande desenvolvimento, as roupas mudaram, sendo elaborados tecidos de alta qualidade na Europa, como brocados, veludos, cetins e seda, que garantiram maior requinte às roupas.

Braga (2004) em suas considerações sobre o Renascimento, ressalta a importância deste período, de tamanha explosão artística, para a moda. Destaca-se ainda, o uso excessivo do perfume, tanto no corpo quanto nas luvas, meias, sapatos, roupas, e até nos cabelos. Da mesma forma, com tal grau de exagero, observa-se o uso das jóias, como as pesadas correntes de ouro com pedras preciosas.

As cores fizeram-se presentes para ambos os sexos, sendo que o vestuário adquire diferenciação de forma entre os sexos: curto e ajustado para os homens, longo e justo para as mulheres. Elas passam a utilizar a *farthingale* que consistia de uma anágua armada por arcos de arame, madeira ou barbatana de baleia, que ficavam maiores em direção à barra, dando volume nos quadris, muito parecida com a *crinolina* do século XIX. A *farthingale* aparece por volta de 1545, na Inglaterra, e passa a ser utilizada por todas as mulheres da corte. As saias assumem dimensões desproporcionais, como mostra a Figura 3.

Neste período, surge uma peça de grande importância para a moda feminina, o *corpete*, cuja função era a de afunilar a cintura.

A moda passa a ser fonte de diferença social, com signos de opulência e prestígio social para ambos os sexos.



Figura 3 – As saias assumem valores desproporcionais.
[Fonte: Laver (1990)]

Desde a metade do século XIV, a moda exerce seu fascínio, e reflete o poder da forma. Conforme Hollander (1996) uma nova forma é adotada primeiramente por causa do desejo de mudar o estilo existente de vida, de modo a satisfazer a psique em primeiro lugar, satisfazendo o olhar. A moda adquire um significado social e político para satisfazer a necessidade inconsciente de mudanças.

Lipovetsky (2001) classifica a moda em: Moda Aristocrática, Moda Burguesa e Moda Aberta. A Moda Aristocrática está compreendida entre os séculos XVI e XVIII, regida pelas cortes européias, começando pela Itália, seguida da Alemanha, França, Espanha e Inglaterra. A Moda Burguesa no século XIX vai até 1850. Após 1850, até os dias atuais, situa-se a Moda Aberta, com seus estilos, diferenciada em Alta Costura (Burocrática), Moda Industrial (Democrática) e Moda Individual. Esta última rompe o paradigma do que é moda ou estilo, caracterizando-se pelo estilo próprio, descoberto individualmente e representado numa forma pessoal e particular de se vestir.

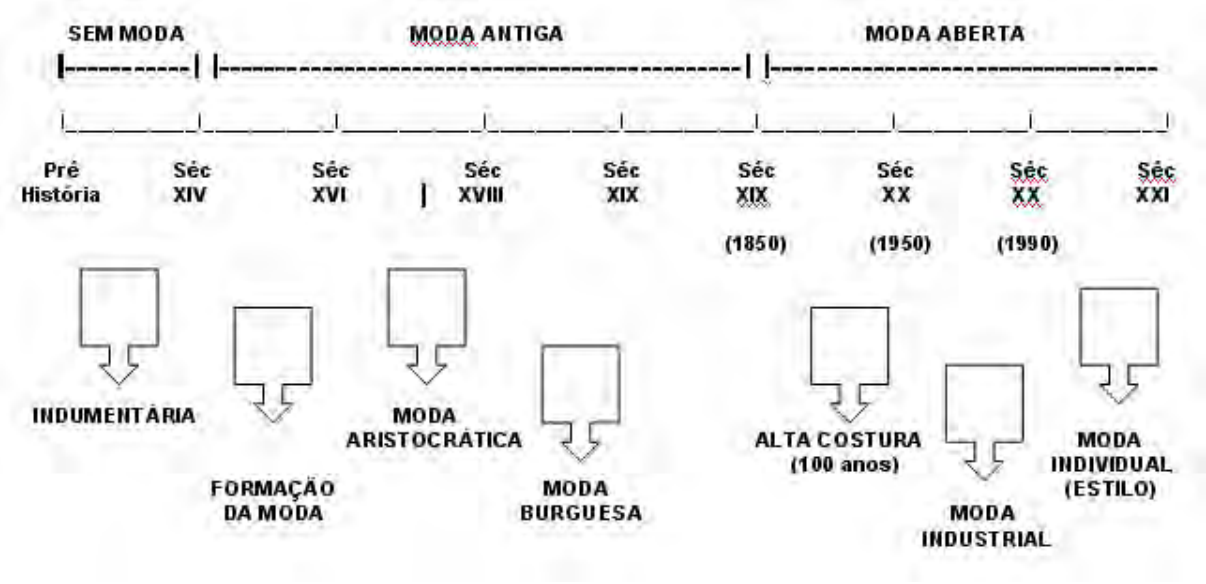


Figura 4 – História da moda e da indumentária.

[Fonte: Autora]

A partir de 1660, a Corte de Versalhes passa a influenciar os novos padrões sociais, principalmente a moda. Neste período, a moda masculina desenvolveu-se mais do que a feminina, ganhando nova identidade, e com o passar do tempo, o excesso passa a dar lugar ao esplendor, e exerce grande influência no uso dos adornos, que criavam a sedução.

A chegada do século XVIII trouxe os grandes pensadores do Iluminismo, os filósofos, que tinham por objetivo compreender a natureza e a sociedade por meio da razão. As roupas tornam-se mais fáceis de serem vestidas, aparece um início do conforto na indumentária.

No final do século XVIII os hábitos no vestir foram levados às últimas conseqüências em proporções e nos ornamentos por simples excentricidade. As roupas femininas, com seus imensos volumes, dificultavam o andar, o *corpete* ajustava o busto e a cintura. Os volumes nas laterais das saias eram feitos de armações de galhos de salgueiro ou vime, os *paniers*, a moda torna-se um verdadeiro suplício, em especial a feminina.

Com o surgimento da burguesia campestre na Inglaterra, inicia-se uma grande influência na moda voltada para a simplicidade e a praticidade. Laver (1990), destaca a predileção dos ingleses pelas atividades rurais, necessitando de

uma forma mais simples de vestir, abolindo os bordados, babados de renda e as sedas. A moda masculina adota a cartola, enquanto as mulheres abandonam as anquinhas e os espartilhos e passam a usar uma espécie de robe, ou seja, um vestido solto de cintura alta, como se pode ver na Figura 5.



Figura 5 - A leveza do campo.
[Fonte: Beckett (1997)]

Nas primeiras décadas do século XIX, surge um novo estilo, uma nova estética na maneira de vestir – a Moda Contemporânea ou Moda Aberta. A moda passa por uma significativa mudança de identidade, com roupas mais confortáveis e o retorno ao gosto pela natureza, criando um diferencial nas roupas masculinas, as quais expressam uma postura soberba imposta pelo romantismo. A moda feminina sofre grande influência da Revolução Francesa e passa a apresentar peças mais confortáveis e práticas, recebendo, ela também, influência da natureza e do gosto pelo campo. Nesse período, a moda inglesa passa a reinar absoluta na França.

Segundo Maisi (2000) a moda desponta entre os que levavam o ócio a sério, expressando o desejo de mudar o estilo existente de vida, criando uma satisfação pessoal, onde os códigos sociais e políticos vigentes criaram mudanças. O indivíduo passa a ter tempo e disponibilidade para ajustar seu novo cânone ao alto padrão artístico das roupas feitas sob medida pelos alfaiates ingleses, treinados

para trabalhar a casimira. Esse tecido, de maneira diferente da seda e de outros materiais finos, pode ser esticado e bem moldado, conforme apresenta Laver (1990).

Nessa época, Paris dita as regras da moda feminina, e Londres, por sua vez, influencia a moda masculina. É nesse período que se inicia a diferenciação de grupos com estilos diferentes de vestir e ser.

O começo do século XIX, com o processo da Revolução Industrial, foi um período de grande prestígio da burguesia, com a realização de grandes negócios. A prática do comércio, que nutriu e expandiu a sociedade de consumo, influenciou a moda. Esse período se caracteriza pelo uso da *crinolina,* Figura 6 que era uma armação de aros de metal e tecido feito de crina de cavalo, mesclado com algodão ou linho, com propriedades rijas e flexíveis ao mesmo tempo. Com o uso desta pelas mulheres, as saias ganharam um enorme volume cônico, indicativo de prestígio e resplendor, valores da sociedade capitalista de então.



Figura 6 – Crinolinas
[Fonte: Laver (1990)]

Em 1850, o inglês radicado em Paris, Charles Frederick Worth vestia toda a prestigiada sociedade parisiense, inclusive a esposa de Napoleão III, Imperatriz Eugênia, que lhe abriu as portas para a nobreza parisiense. Worth abre uma seção de costura na Maison Gagelin, onde trabalhara até então como vendedor. Por volta de 1860, ele lança o vestido-túnica, que ia até os joelhos e era usado sobre uma saia longa.

Em 1864, com o abandono da *crinolina*, se eleva a altura das saias na parte de trás, criando-se ao mesmo tempo uma cauda.

A idéia de costurar através de uma máquina surgiu no ano de 1760 e passou despercebida por muito tempo. Inúmeros inventores desenvolveram projetos e patentearam novos modelos de máquinas de costura, porém nenhum deles era prático. A invenção da máquina de costura por Isaac Merrit Singer (Figura 8), patenteada por ele em 1851, facilitou a aproximação entre as roupas das diversas classes sociais, sendo que, a partir de então, o criador de moda passa a exteriorizar seu gosto e sua vontade junto ao processo de elaboração das roupas, dando o aval de seu prestígio ao assinar uma criação.



Figura 7 – Primeira máquina de costura.
[Fonte: Paulvé e Boyé (2000)]

Os novos materiais empregados nas construções, como o ferro e o vidro, criaram a possibilidade de uma nova linha e uma nova forma. Novos conceitos se imprimem na roupa, com formas até então inexistentes na silhueta feminina, com linhas curvas, onde a cintura era de aproximadamente 40 cm de circunferência. O gosto pelo curvilíneo e o orgânico ornamental, da Arte Nouveau, acabou influenciando a moda.

Souza (2001) apresenta seu ponto de vista sobre a roupa masculina: os temas invariáveis da industrialização, abóbadas, túneis, reservatórios de gás, chaminés de fábricas, se imprimem no subconsciente do homem, cuja aparência também se torna cilíndrica, caracterizada pelo uso das calças, cartolas e sobrecasacas. A arquitetura afeta a roupa e a roupa modifica a anatomia.

Os *espartilhos* eram usados como roupa de baixo, se ajustando cada vez mais à cintura da mulher, que a partir de então, se sujeita a uma moda que lhe deformava o corpo.

Nesta fase, o contraste da moda feminina com a moda masculina é muito grande. Enquanto esta última caminha para a praticidade e visa o conforto, aquela se enche de adornos, numa miscelânea de laços, rendas, caudas e sombrinhas. Esta gama de complementos ornamentais dificultava a vida prática.

Os esportes, em particular, auxiliaram na emancipação da moda, até mesmo aqueles cujas práticas eram pouco difundidas, como o golfe. O tênis, o ciclismo e os banhos de mar passaram a ditar comportamentos e modos de trajar. Surge a necessidade de adaptação das roupas femininas a estas novas práticas, sendo que a roupa passa a ser associada ao lazer. A mulher passa a se preocupar em manter um guarda-roupa específico para as práticas desportivas. O traje de banho foi um marco nesta evolução do vestuário feminino, pois mexeu com hábitos milenares e despertou preconceitos. Vide Figura 8.



Figura 8 – Primeiro traje de banho, 1902.

[Fonte: Tambini (1999)]

Um novo segmento surge no início do século XX, o da moda infantil, que até então não existira. Durante todo o desenrolar da história, as roupas com que as crianças eram vestidas não passavam de cópias em escala reduzida das roupas dos adultos. Nesse período, devido ao incremento junto às famílias do hábito do lazer, acentua-se a necessidade das roupas infantis. O novo hábito do banho de mar influencia as roupas infantis, que seguem a linha das roupas dos marinheiros, tornando-se um clássico do segmento infantil.

O´Hara (2000) considera que a moda é um reflexo móvel da maneira como o ser humano vive e pensa, bem como dos tempos em que vive. A roupa sempre foi utilizada como instrumento social para exibir riqueza e posição, da mesma forma que a deliberada rejeição de símbolos de *status* transmite outras mensagens.

As roupas podem revelar as prioridades e as aspirações de uma pessoa, bem como a natureza do seu caráter, se liberalista ou conservador. Elas podem ser usadas para satisfazerem necessidades emocionais, simples ou complexas, bem como, de forma consciente ou não, transmitirem mensagens de sensualidade. Emprestam elegância e cor aos ambientes e dão forma aos sentimentos. As roupas são a primeira e a última palavra da linguagem da moda.

Essa linguagem esteve presente em todos os momentos do novo século, como por exemplo, na I Guerra Mundial (1914-1918), com o recrutamento de mulheres procedentes das classes mais baixas para trabalharem em diversos setores antes ocupados pelos homens. Esta realidade da guerra cria novas necessidades e se reflete na vida da humanidade impondo marcantes mudanças sociais.

As mulheres operárias sentiram necessidade de uma nova forma de trajar, mais adequada ao contexto da nova realidade instalada. Foi uma revolução que aconteceu em paralelo à guerra, quando as mulheres se apropriaram das roupas masculinas e passaram a usar uniformes para o trabalho. Após 1918, houve uma estagnação na moda, acentuada principalmente pela escassez de matéria prima. Os grandes *designers* de moda compreenderam a necessidade de se ajustarem aos novos padrões da sociedade. Um novo mundo, com um novo comportamento e estilo e, particularmente, com a emancipação das mulheres se

instalava. Frente a essa nova realidade, estas assumiram atitudes até então exclusivamente masculinas, surgindo o estilo andrógeno.

Mais contundente que a simples igualdade no imaginário, foi a instalação de outros fatores, culturais e estéticos, que desempenharam papel importante e de primeiro plano na revolução democrática da aparência feminina. Ocorre uma transformação muito mais profunda do que revelam as aparências, ou seja, essa nova mulher encontra-se então, em plena transformação junto à sociedade. Abrem-se novos horizontes e se intensifica a participação ativa e efervescente na vida urbana do início do século XX. As mulheres se tornam sujeito de muitas das transformações então verificadas.

O homem moderno não usa mais vestimentas históricas, já que se vê frente a necessidade de se vestir de forma adequada ao seu tempo, equipado com acessórios e objetos que atendam as necessidades do cotidiano. A roupa deve ser efêmera, considerando que, em geral, as necessidades de vida são as mesmas para a maioria das pessoas, diferenciando-se apenas em suas atividades diárias e no conforto necessário para desenvolvê-las.

Iniciam-se as pesquisas para o desenvolvimento de novos tecidos, que devem ser maleáveis e confortáveis, capazes de delinearem as formas da figura humana e atenderem, ao mesmo tempo, esse novo conceito de vestir que se populariza.

No final de 1929, a grande crise financeira mundial e a quebra da bolsa de Nova York, fazem a inflação disparar e o desemprego aumentar, enquanto surgem na Europa os regimes autoritários. Em 1930, predomina a moda influenciada pelas atrizes de teatro e pelas estrelas do cinema americano, como Greta Garbo, vista na Figura 9, e Marlene Dietrich. Surgem os galãs portando inconfundíveis bigodinhos e cabelo assentados com gomalina.



Figura 9 – A moda das atrizes – Greta Garbo
[Fonte: Baudot (2000)]

Dessa forma, é fácil de verificar que a moda evolui juntamente com a história, oscilando entre o imaginário e a realidade, conquistando a cada dia um valor maior. Torna-se um produto com alto apelo comercial, envolvendo altos investimentos financeiros e atingindo crescente porcentagem de vendas junto aos fabricantes.

Charles Worth, criador da alta costura, dotado de dom particular para o marketing e a publicidade, abriu o caminho para outros grandes criadores, como Madame Chanel. A grande estilista sabia como colocar um laço ou um broche compondo seu *look* informal desestruturado. Aparece também Madeleine Vionnet (Figura 10) com sua impecável técnica de *moulage*, inspirada na antiguidade clássica grega.



Figura 10 - Clássico de Vionnet.
[Fonte: Baudot (2000)]

Em meados da década de 30, surge em Paris o espanhol Cristóbal Balenciaga, que se torna um dos mais importantes criadores do mundo da moda do século XX. Este desenvolveu a técnica impecável da alfaiataria, que lhe permitia desenhar, cortar, armar e costurar um vestido com perfeição. A moda trilha caminhos importantes nos grandes centros europeus, liderados pela indústria da moda francesa.

Com a II Guerra Mundial (1939-1945), inicia-se uma grande mudança na estrutura da indústria da moda e nos rumos da história. Paris é tomada pelos alemães, os quais planejam transferir para Berlin e Viena essa indústria. Os costureiros franceses passam a fazer roupas para as esposas dos oficiais alemães e nessa época funda-se em Paris uma escola patrocinada pela *"Chambre Syndicale de Haute Couture"* (Câmara Sindical da Alta Costura) – associação com objetivo de supervisionar as atividades da costura, determinando normas para as *maisons* associadas.

A moda passa novamente por uma grande recessão, com escassez e racionamento de materiais como os tecidos e os aviamentos. Neste período, a roupa feminina torna-se masculinizada, com a utilização de uma mesma linguagem de moda para o dia e para a noite, (Figura 11). Observa-se, neste período, uma certa monotonia na moda, quebrada apenas pelo reaproveitamento de sobras de tecidos. A reutilização dos tecidos de cortinas, capas dos prisioneiros e até roupões de banho, possibilita o desenvolvimento da criatividade.



Figura 11 – Moda de guerra.
[Fonte: Baudot (2000)]

A presença dos homens nos campos de batalha praticamente obriga as mulheres a trabalharem nas indústrias. Em virtude desta nova situação, surge a necessidade de um vestuário feminino adequado a estas atividades profissionais. Com o objetivo de facilitar o desempenho das atividades na indústria com a segurança e praticidade adequadas, criam-se acessórios como os chapéus e os turbantes para prenderem os cabelos. A bolsa a tiracolo, por exemplo, surgiu da necessidade de uma alternativa para o transporte de alimento pelas operárias que se dirigiam às fábricas de bicicleta, meio de transporte mais usado por estas.

Para os pés, surgiram as sandálias com tiras de pano ou ráfia, ou mesmo de crochê. Outra criação deste período foi o salto Anabela, fabricado em diversas alturas, em madeira, cortiça ou corda, em substituição ao couro, que estava em falta. Foi um lançamento do famoso designer italiano de calçados, Salvatore Ferragano.

As meias de *nylon*, marca registrada da fibra de poliamida fabricada pela DuPont, em 1938, também sofreram com a guerra, desaparecendo do mercado devido a necessidade de fabricação de pára-quedas. A solução encontrada pelas mulheres foi pintar nas pernas, utilizando lápis para olhos, uma linha imaginária imitando a costura das meias. A seda artificial foi usada na confecção de *lingeries* e camisolas.

Segundo Braga (2004), em 1945, ao fim da II Guerra Mundial, a indústria da moda estava bem estabelecida. Surge nos Estados Unidos o *ready to wear*, uma nova maneira de produzir roupas em escala Industrial, com qualidade e numeração variada de um mesmo modelo. Os franceses acreditaram nessa nova indústria e criaram a versão francesa do *ready to wear* em 1946, o *prêt-à-porter*, que significa pronto para usar.

Em 1946, o estilista francês Louis Réard criou um produto que seria responsável por uma das maiores polêmicas da história do vestuário feminino. Inventou uma roupa de banho de duas peças, à qual, devido ao bombardeio atômico ocorrido no Atol de Bikini, no Oceano Pacífico, deu o nome de *bikini.* Considerado um escândalo para a época, teve o seu uso proibido no Brasil pelo então presidente Jânio Quadros e foi alvo de ataque dos mais conservadores por um longo período, sendo, posteriormente, aos poucos assimilado.

Em 1947, no período pós-guerra, com o objetivo de promover a retomada da moda francesa, o criador Christian Dior apresentou uma proposta inovadora de roupa feminina. A coleção apresentada por Dior, a princípio chamada de "*Linha Carola*", devido às saias godês, se caracteriza pela coerência, com todos os modelos seguindo um mesmo conceito. Esta coleção ganhou o apelido de *New Look* e se tornou célebre na história da moda, considerada um marco inovador e revolucionário, características do famoso estilista.



Figura 12 – New Look de Christian Dior.
[Fonte: Baudot (2000)]

Dior, segundo Laver (1990), para acentuar as curvas femininas, chegou a colocar nos vestidos que produzia, enchimentos no busto e nos quadris. Os vestidos eram acompanhados de sapato de salto alto, com chapéus que variavam na forma, havendo muitos modelos de aba larga.

Desencadeada pelo *New Look*, a década de 50 se caracterizou por extremo luxo e glamour, marcando os anos dourados da alta costura. Paris continuou como lançador de moda e, para isso, as variações foram constantes.

Segundo Moutinho (2000), em 1954 Dior lançou a linha *H*, adequada para a noite, com o retorno dos ternos masculinos e os casaquinhos brancos de cambraia. Em 1955, veio a "Linha *A"*, que constava de vestidos ou saias com casaco abertos a partir do busto ou da cintura, formando os dois lados da letra *A*. A "Linha

Y" mostrava golas grandes em forma de *V* e estolas gigantes. Dior fazia a felicidade das mulheres, seja na linha "Princesa", ou nos vestidos *chemisier,* inspirados em uma camisa masculina.

Na moda masculina, os homens utilizam os ternos em tons sóbrios e, como complemento obrigatório, a gravata.

No entanto, a grande revolução deste período ocorreu na moda jovem, que, sob a influência americana, adquire características próprias. Sob grande influência do cinema, através de seus figurinistas, bem como da televisão, absorveu aspectos fundamentais que contribuíram para a modernização do vestir. As calças jeans, com as bainhas enroladas, e as camisetas de malha, eram consideradas sinal de rebeldia. A fascinação pelos ídolos do cinema, como o ator James Dean e o cantor Elvis Presley, fez com que os jovens vestissem jaquetas de couro e usassem os cabelos gomalizados, com costeletas e imensos topetes.



Figura 13 – Rebeldia.
[Fonte: Moutinho (2000)]

Ballom (1993) faz uma nova análise da sociedade, que utiliza o vestir para romper as regras herdadas ou vigentes, bem como enfoca o surgimento de um novo grupo de rebeldes (jovens). Estes, com o seu pensamento revolucionam a tradição do vestir e passam a utilizar novos signos. Através do corte da tesoura,

por exemplo, criam vestimentas ultrajantes aos olhos dos conservadores e propõem um novo modo de vestimenta impregnada de informação e rebeldia.

A moda adquire uma identidade relacionada ao país onde está sendo utilizada e se apresenta como forma de contestação.



Figura 14 – Os novos signos da moda.
[Fonte: Baudot (2000)]

No final da década de 60, os jovens chamaram atenção para os problemas e as necessidades de seus grupos, à medida que a rebelião perdia força. A moda começa a mudar com a coleção em metal de Paco Rabane, considerado o grande arquiteto da moda, preparando a nova óptica do mundo. Ele trazia a incerteza para os jovens, na busca de novas formas de vestimentas.



Figura 15 – Paco Rabane confeccionando um modelo em plástico e ferro.
[Fonte: Baudot (2000)]

O movimento de contracultura dos anos 60 foi uma volta à natureza e difundiu a necessidade de um retorno à simplicidade da vida, à busca das dietas saudáveis, à vida no campo e às roupas étnicas. As roupas seguiram esta tendência com a utilização dos tecidos rústicos em algodão, tricô artesanal, indicando uma volta às raízes familiares da simplicidade e do artesanato.

De forma diferente ao ocorrido no período da I$^{a.}$ Guerra Mundial, a moda dá ênfase ao movimento feminista, à entrada da mulher no exercício profissional fora do lar, mercado anteriormente masculino. A vida se torna mais competitiva entre os sexos, sendo que a mulher passa a disputar o seu espaço em pé de igualdade com o homem. As mulheres “roubam” a forma das calças masculinas e, muitas vezes, as utilizam com camisa e gravata.

De acordo com Laver (1990) e Ballom (1993), um dos fenômenos de moda mais interessantes da década de 70 foi a passagem da moda marginal para a alta costura. A moda marginal apresentava trajes listrados para andar de motocicleta, com as pernas das calças cheias de correntes e a presença de ganchos nas orelhas e até no nariz. Os cabelos eram eriçados e tingidos de vermelho, de amarelo, de azul, descoloridos totalmente ou com as raízes pretas. Era uma expressão de rebeldia numa época de alto índice de desemprego para os jovens.

O motivo para essa nova tendência, no ocidente, foi uma certa nostalgia na sociedade, refletida na moda com o surgimento do estilo retrô, a volta das minissaias e as roupas da década de 50. Na verdade, as escolhas de estilo acabavam se tornando cada vez mais importantes à medida que as mulheres alcançavam sua independência, assumindo um papel inovador na sociedade. A mulher expressava, através da maneira de se vestir, o atestado de suas conquistas sociais e econômicas.

2.3 Moda no Brasil do Descobrimento ao ano 2006

A moda no Brasil é recente e está a pouco no universo da evolução da indumentária. Desde o descobrimento, foi grande a influência da Europa na maneira de vestir no país, particularmente no que se referia às classes mais abastadas, tendo sido marcantes as conseqüências dos movimentos ocorridos no mundo. Dentre estes fatos, destaca-se a Revolução Francesa como precursora de

grandes mudanças sociais, despertando o pensamento de liberdade nos escravos brasileiros, motivados pelos ideais abolicionistas dos jovens estudantes da aristocracia que retornavam da Europa. A moda de então, junto às classes dominantes, recebia influência inglesa no trajar masculino e francesa no feminino.

Nas primeiras décadas do novo século, a moda tinha uma função predominantemente social, chegando a incorporar costumes europeus totalmente inadequados ao clima tropical. Deste período, o mais famoso expoente foi Alberto Santos Dumont, que não só fazia sucesso com seu dirigível, como também encantava com seu chapéu tipo Panamá. Era uma celebridade e um padrão de referência para a elegância nacional. Nesta fase, foi importante o papel dos alfaiates e costureiras, que deram ênfase ao aumento das fábricas de tecidos, reduzindo as importações têxteis.

Nos anos 50, o centro da vida nacional era a cidade do Rio de Janeiro, mais especificamente, o bairro de Copacabana. Ali a moda era lançada, por meio dos colunistas sociais Ibraim Sued e Jacinto de Thornes. Inicia-se uma busca da valorização do corpo masculino, constatada pela crescente busca das academias de halterofilismo.

Ainda no Rio de Janeiro, um grupo de jovens descobriu a força de uma nova maneira de cantar, que se torna uma referência do Brasil nos anos seguintes, a “bossa nova”. Novos padrões de beleza feminina eram provenientes dos concursos de miss Brasil. A década teve ainda, a marcante participação do arquiteto Flávio de Carvalho, desfilando de minissaia nas ruas de São Paulo, defendendo suas idéias a respeito de como seria a roupa ideal para o homem brasileiro.

Já na década de 60, tem-se a influência da música popular brasileira, com uma notável simplicidade e liberdade de expressão. Houve uma verdadeira revolução cultural por meio dos grandes festivais de música, com manifestações de rebeldia. Os jovens usam roupas coloridas e extravagantes, marcas de movimentos jovens como o tropicalismo e a jovem guarda.

A década de 70 inicia embalada pela música jovem, com o Brasil tricampeão do mundo de futebol, com a rebeldia dos jovens cabeludos, de roupas coloridas, em contraste com o modo de vestir dos pais.

O país ainda está imerso no período negro da ditadura militar e só resta aos jovens expressar sua indignação de forma velada, oculta na maneira rebelde do vestir. Vale lembrar que era vedado, neste período, o uso do verde oliva, restrito às forças militares, sendo proibido o uso de qualquer símbolo pátrio, incorporado às roupas ou usado como acessório. Isso levava os jovens a portarem signos de países estrangeiros, como bandeiras norte-americanas ou britânicas, estampadas em camisetas e jaquetas *jeans*.

Nessa década, surgem as butiques com roupas exclusivas e aparecem os primeiros estilistas nacionais, como Dener Pamplona de Abreu, e Clodovil Hernandez. Este último ganha, em 1960, o prêmio Agulha de Ouro, desenvolvendo uma coleção apresentada em Bruxelas com grande sucesso. Seu trabalho é completo, desde o desenvolvimento do fio até a estamparia dos tecidos, inovando também na diversificação de sua linha de produtos de moda.

A Praia de Ipanema, no Rio de Janeiro e a Rua Augusta, em São Paulo, deixam de ser as maiores vitrines da moda brasileira, passando este papel para os atores e atrizes, protagonistas das novelas. Estas se tornam uma mania nacional, contribuindo para importantes mudanças sócio-comportamentais e divulgando os novos padrões de moda.

Alguns representantes da moda brasileira, como Dener Pamplona de Abreu e Guilherme Guimarães, foram dos primeiros a participarem de feiras internacionais de moda, em cidades como Dallas, Hannover e Dusseldorf, impressionando os visitantes com a qualidade de seu trabalho.

Outra grande representante da moda brasileira foi Zuzu Angel (Zuleica Angel Jones). Ela utilizava tecidos de algodão rústico, cujo uso era restrito à forração de colchões, em suas criações, obtendo grande sucesso. Com a perda do filho, vítima da ditadura militar, passa a utilizar a moda com o fim de denúncia política. Realiza um desfile em Nova York, onde apresenta vestidos bordados com tanques, canhões, pássaros aprisionados, anjos mutilados e peças manchadas de sangue com fundo verde-amarelo, como podemos verificar na Figura16. Foi o único desfile político da história da moda. Segundo ela, não existiam regras de elegância nem de coisa nenhuma. (Revista Claudia Moda).

Para Zuzu, “... ser livre, entre outras coisas, é quebrar todas as regras de vestir convencional e permitir à mulher mostrar em toda a sua plenitude o quanto pode ser sexy e atraente”. (ANGEL, 1976).



Fig. 16 – Zuzu Angel

[Fonte: <http:// imagens.google.com.br, 06/06/06/ blog.uai.com.br>]

Livio Rangan, publicitário, idealizou e promoveu eventos e desfiles da Rhodia, com temas brasileiros, dando ênfase aos valores nacionais. Utilizava nas estampas temas tropicais, pois acreditava que o tropical era chique e bonito. Foi responsável pelo lançamento de manequins internacionais e grande divulgador da moda brasileira no exterior.

Na década de 80 surgem os primeiros jovens estilistas, com a idéia de criar uma cooperativa de Moda: Walter Rodrigues, Jum Nakau, Conrado Segreto, Maira Himmeltein, Marjorie Gueller, Silvie Leblanc, Taisa Borges, Flavia Fiorilho. Alguns deste passaram por escolas de moda na França. Neste período surgem as primeiras escolas de moda no Brasil: Anhembi-Morumbi, 1987, e a FAAP moda, em 1989. As Figuras 17 e 18 apresentam criações dos estilistas Walter Rodrigues e Jun Nakao, respectivamente.

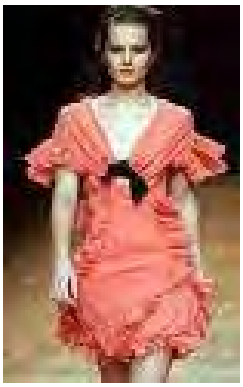


Figura 17 – Criação de Walter Rodrigues
[Fonte: <http://imagens.google.com.br/servicios el correodigital.com>]



Figura 18 – Criação do estilista Jun Nakao
[Fonte: Rev. Caras Fashion Especial, n. 65, set. 2004.]

Como forma de apoio aos jovens estilistas, surgiram eventos como o Phytoervas Fashion, semana da moda patrocinada pela Alcântara Machado. As feiras traziam tendências e as novidades do mercado internacional da moda.

Hoje, a moda brasileira é destaque internacional, pela sua criatividade e irreverência. O setor da moda apresenta um crescimento vertiginoso e surpreendente, pois anteriormente era um setor completamente influenciado pelos estilistas estrangeiros e expressava comportamentos europeus junto a uma sociedade com características próprias. Hoje ocorre o contrário, pois a moda brasileira é acompanhada pelos grandes nomes da moda e serve de referência para os lançamentos internacionais. Os eventos de moda realizados no Brasil, para os lançamentos das coleções anuais, são acompanhados ela imprensa do mundial e competem em nível de igualdade com centros de produção como Nova Iorque, Milão e Paris.

Castilho-2001 observa que moda é a mídia que se expressa visualmente, sendo ainda, a carteira de identidade do cidadão, seu passaporte. Isto, porque revela o perfil do usuário, seu estilo de vida, seu tipo de humor e outras características de sua personalidade.

2.4 A Velocidade da Renovação

Na década de 80, a mistura de alta-costura, embalada pela música disco, bem como o uso do jeans, sucederam o chique. O mundo caminha depressa,

na velocidade do mundo virtual, e com a moda não poderia ser diferente. A cada seis meses iniciam-se os preparativos para o novo calendário dos desfiles, renovando-se todas as pesquisas.

Surgem os novos mercados da moda nas grandes capitais: Paris, Londres, Milão, Tóquio e Nova York. Inicia-se a pesquisa da moda de rua, que procura redefinir os padrões do vestuário feminino ocidental e oriental. No estilo *retrô*, a busca pelo passado é o que mais estimula os estilistas, criando uma moda diversificada, com uma série de opções de estilos.

A moda recebe influência da sociedade no cotidiano, mostrando resultados da interação do estilista com povo. Por outro lado, a indústria e a ciência também participam deste processo criativo, pois se fazem presentes nas atitudes sociais. Criam-se novos conceitos, que se refletem nas vestimentas, deixando suas marcas numa nova sociedade.

De uma certa forma, a guerra dos sexos também contribui para as constantes inovações e as barreiras entre o masculino e o feminino se tornam cada vez mais imperceptíveis. A moda de hoje é democrática, está ao alcance de todos, com preços competitivos, criando uma relação entre a arte e a moda.

Ao longo de quase 5000 anos de evolução da indumentária a busca pela identidade pessoal e pela auto-estima do indivíduo formou o estilo do homem do século XXI.

Ballon (1993) observa que o acessório habitual, a “roupa”, passa a ter uma função distorcida, um reinventar do vestir de modo especial, com personalidade. Apresenta a roupa com a função de exibir novos comportamentos e maneiras de viver e sentir a vida. Trata-se de um novo vocabulário, enfim, uma nova “estética ou”, como o mesmo chama, uma nova “quase-cultura”.

É dentro desse pensamento que foi proposta a utilização da linguagem de moda no Projeto Reciclar recriando a vida, visando trabalhar o imaginário dos adolescentes. Com este objetivo, propôs-se criar uma identidade visual com o próprio corpo e a sociedade onde vivem, na busca de novos comportamentos, na preparação para um mundo sustentável, onde a reciclagem possibilita a inclusão social.

3 O CAMINHO DA SUSTENTABILIDADE

O desenvolvimento sustentável passou a ser a tônica de qualquer empreendimento na atualidade e deve ser considerado como um fator preponderante, independente da magnitude e da extensão da atividade produtiva. Se trata de uma política que busca o equilíbrio entre o desenvolvimento sócio-econômico e os aspectos considerados prioritários para a garantia da qualidade ambiental, para o atendimento às necessidades básicas da população envolvida, sob a óptica de um sistema administrativo corporativo.

3.1 SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

A Indústria da Moda sempre esteve entre as indústrias que emitem certa carga de resíduos ambientais. Os retraços de tecidos provenientes das atividades de corte, as águas residuais procedentes das atividades de lavagem e estonagem de tecidos se constituem em agentes empatastes ao meio ambiente. Desta forma, o processo de produção do vestuário está relacionado intimamente com as variáveis ambientais e deve ser planejado, projetado e avaliado segundo as sete fases do ecodesign, a saber:

- identificação do ciclo de vida do produto;

- realização do balanço energético e material do processo;

- quantificação das perdas, do desperdício e da geração de resíduos ao longo das atividades do processo;

- identificação de indicadores de desempenho;

- estabelecimento de parâmetros para o desenvolvimento de "*benchmarking*", ou banco de dados referentes ao processo;

- estabelecimento de uma estrutura que possibilite desenvolver soluções referentes às não-conformidades nas várias atividades componentes do processo;

- identificação dos "*gaps",* ou gargalos verificados no processo. Refere-se aos pontos críticos do processo, como por exemplo, a escassez de mão

de obra para a realização de uma determinada tarefa, como o bordado em pedrarias.

Além disso, é pertinente a constituição de uma memória de casos que possibilite a criação de manuais para a solução de problemas e o aperfeiçoamento do processo de produção. Isto traz como conseqüência, a otimização do processo e o acompanhamento de todas as fases do ciclo de vida do produto.

O Ciclo de Vida do Produto, no caso do vestuário, inclui:

- obtenção da matéria prima para a produção da fiação e dos aviamentos envolvidos no processo;

- produção das peças em escala industrial;

- distribuição do produto junto aos postos de venda;

- consumo propriamente dito;

- destinação final dos resíduos gerados no processo.

A Constituição Brasileira, no artigo 225, capítulo VI afirma que:

> "... todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo para as presentes e futuras gerações".

Desta forma, toda interferência junto ao ecossistema deve ser gerida, respeitando as condições de habitabilidade e de preservação ambiental.

Segundo Malaguti (2003) o crescimento da consciência ecológica e do conhecimento das conseqüências do atual modelo de desenvolvimento sobre o meio ambiente tem trazido profundos questionamentos a diversos setores da atividade humana. Isto se verifica, sobretudo junto àqueles cujo produto final pode provocar impactos diretos no equilíbrio dos ecossistemas, colocando em risco a própria sobrevivência do homem na Terra.

É difícil definir, por meio de uma única expressão, o conceito de sustentabilidade ambiental ou social, ou mesmo de ecodesign. Difícil encontrar termos adequados que sintetizem finalidades e estratégias para o desenvolvimento do pensar e do fazer, projetando produtos sustentáveis, num contexto social

emergente, obtendo resultados satisfatórios para os atores, cuja criatividade e diversidade cultural são fontes infinitas de informações. Os designers brasileiros têm sido responsáveis pela recuperação do antigo “fazer artesanal”, contribuindo com o domínio do processo de produção.

O ecodesign leva a reflexões sobre questões ecológicas das práticas profissionais, no sentido do restabelecimento do equilíbrio dos sistemas ecológico, ambiental e antropológico–cultural.

A realidade da dimensão ambiental, que converge para a sustentabilidade, deve atender aos requisitos indicados por Vezzoli (2005):

- basear-se fundamentalmente em recursos renováveis;

- otimizar o emprego dos recursos não renováveis;

- não acumular o lixo que os ecossistemas não sejam capazes de re-naturalizar;

- garantir que cada ator da sociedade “rica” permaneça nos limites de seu espaço ambiental, e que cada indivíduo de comunidades “pobres” possa efetivamente gozar do espaço ambiental ao qual tem direito;

- construir o cenário da sustentabilidade, que possibilite definir estratégias de ação apropriadas e possíveis de serem praticadas, criando o menor impacto possível ao meio ambiente.

Acreditando nestes requisitos, o projeto Reciclar Recriando a Vida vem de encontro à preocupação ambiental com o ecossistema, no sentido da reutilização dos retraços da indústria do vestuário. Em paralelo, vem garantir junto aos jovens o desenvolvimento de um papel formador dentro do contexto sustentável, levando a repensar conceitos sobre o design estratégico a curto e longo prazo, criando uma interdisciplinaridade social e desenvolvendo a ética profissional.

Quando se pensa no Planeta Terra, e não no micro-sistema, o design de sistema estratégico abre o caminho para a integração na dimensão ambiental e sócio-ética. Isto representa uma evolução no design de sistemas, produtos e serviços eficientes, que convergem para o pensamento criativo, difusor de idéias e incubador do desenvolvimento sustentável.

Dessa forma, foram desenvolvidas atividades envolvendo diversidades culturais, para produzir informações geradoras de mudanças de atitudes. Foram trabalhadas as diferentes culturas existentes na mesma comunidade, provocando a interação e recriando a própria identidade.

Os valores culturais contemporâneos, a partir de referências pessoais, permitem a adoção de atitudes trans-culturais e criativas. O sistema sócio-ético é uma dimensão que facilita o desenvolvimento do espírito empreendedor que possibilita a criação de novas empresas voltadas para a sustentabilidade.

A indústria deverá viver dentro de um novo contexto pluricultural, adaptada à realidade contemporânea, sob uma visão holística de integração das partes interdependentes entre si, para o desenvolvimento de um produto ou serviço. Pode-se dizer que o design estratégico é o conjunto de projetos a ser aplicado nas empresas que optaram seriamente pela sustentabilidade ambiental.

Segundo Vezzoli (2005) a sustentabilidade sócio-ética não é dos temas mais fáceis de serem abordados. Os recursos naturais acabam criando uma auto-suficiência para empresas e governos, gerando o poder de intervir no destino de milhões de pessoas. Ao mesmo tempo, teria poder de reduzir a desigualdade entre os povos do planeta. Para tanto, devem ser criados critérios de justiça no uso e na distribuição dos recursos naturais, melhorando as condições e a qualidade de vida do indivíduo, na saúde e na educação. Dentro deste contexto emergente se constata a dificuldade encontrada para avaliar e orientar os valores sócio-éticos.

3.2 Ciclo de Vida do Produto

O conceito definido por Manzini & Vezzoli (2002) como *"Life Cycle Design"*, consiste no desenvolvimento de produtos que, ao longo de todas as fases de vida, levem em conta as possíveis implicações ambientais. Sejam, na pré-produção, na produção, na distribuição, no uso e no descarte, minimizando o impacto ambiental de sistema de produção e consumo.

O ICSID - Conselho Internacional das Sociedades de Desenho Industrial, do qual fazem parte mais de 150 organizações, aprovou na sua

Assembléia Geral de 1993, realizada em Glasgow, na Escócia, os seguintes princípios para um design ecológico:

- defesa de produtos e serviços seguros;

- uso sustentado e otimizado de recursos naturais;

- uso da energia com sabedoria;

- parâmetros de desempenho excepcionais;

- proteção da biosfera;

- projeto da fase pós-uso;

- redução do lixo e incremento da reciclagem.

O design de sistema eco-eficiente abrange as funções sobre o design ecológico, a preocupação com o ciclo de vida do produto e a sua função dentro do contexto da sustentabilidade. Ao projetar um produto, o design de sistema não projeta o material, mas projeta os componentes de satisfação, que são os atores responsáveis pelo sistema de sustentabilidade, ou seja:

- otimização da vida do sistema, durar o maior tempo possível;

- redução de transporte, embalagem e distribuição (logística);

- redução de recurso, minimização;

- utilização de materiais renováveis, melhorar o descarte pensando no consumo;

- não utilização de produtos tóxicos;

- preocupação com a renovação dos recursos ambientais.

Os atores da dimensão sócio-ética buscam os seguintes critérios: justiça social, melhores condições de vida e segurança. Portanto, há necessidades básicas de sobrevivência moral e humana, que requerem soluções sustentáveis, fornecendo aos atores o bem estar e a satisfação do sistema, com uma visão clara da realidade local ou globalizada.

Durante o ciclo de vida de um produto é fundamental a importância do descarte, ou seja, a eliminação do rejeito ou retraço por meio do encaminhamento para um destino final.

Para tal, apresentam-se três opções:

- recuperar a funcionalidade do produto ou de qualquer de seus componentes;

- valorizar as condições do material empregado;

- não recuperar.

A preocupação com o destino final do descarte, por meio de alternativas de reciclagem, acaba encontrando a sua melhor solução na reutilização e desenvolvimento de novos produtos. Esses produtos apresentam um novo ciclo de vida, gerando um caminho para novas estratégias de sustentabilidade.

No contexto da preocupação ambiental, os designers de moda têm desenvolvido produtos e serviços que correspondem às necessidades básicas do desenvolvimento sustentável, criando a consciência da necessidade da restauração do descarte final das indústrias do vestuário.

O sistema de design de produtos de moda tem viabilizado mudanças radicais nesta área, com inovações em seus produtos e sistemas, associados à satisfação sócio-cultural. Trazem para si os valores da interação entre o designer e a sabedoria do artesão, valorizada em todo o mundo.

O design de moda pode desempenhar um importante papel frente às tradições culturais, abrindo caminho para um novo produto brasileiro de moda, segundo o qual esteja firmemente expresso o conceito de brasilidade, que torna possível a recuperação da confiança na capacidade criativa do povo brasileiro.

3.3 Resgate da Cidadania

Para a realização desta pesquisa foram realizadas visitas a comunidades que utilizam o design social e o design de moda com o objetivo de resgatar a cidadania. Dessa forma, criam condições dignas de vida através da linguagem universal da moda, com a integração do design de sistema estratégico na dimensão sócio-ética, visando a tecnologia social e a sustentabilidade.

A idéia de design social propõe um processo de transformação da sociedade. Como princípio filosófico, procura desenvolver estratégias que visam a

transformação social, de forma a contribuir para o resgate das mudanças sócio–éticas e comportamentais, bem como para o exercício da cidadania, desenvolvendo a responsabilidade social do indivíduo. Neste contexto, foram visitados diversos projetos e cooperativas que trabalham com o resgate da cidadania e da auto-estima do indivíduo marginalizado, independente da idade, visando o caminho da sustentabilidade social, a saber:

- Coopa Rocca – Rio de Janeiro, RJ;
- Cooperativa União da Vitória – Londrina, PR;
- Projeto Axé – Salvador, BA;
- Projeto Educacional Ilê Aiyê – Salvador, BA.

3.3.1 Projeto Coopa Roca – Cooperativa de Trabalho Artesanal e de Costura da Rocinha

No Rio de Janeiro, a Coopa Roca surgiu a partir de um trabalho desenvolvido pela socióloga e arte-educadora Maria Tereza Leal (Tetê). O embrião do que seria a cooperativa teve início numa oficina de reciclagem direcionada para crianças da Favela da Rocinha, localizada na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro.

Informalmente, a Coopa Roca teve início em 1981, sistematizando um conhecimento que já existia entre as moradoras da favela, vindas na sua maioria do Nordeste, com conhecimento de técnicas artesanais que, muitas vezes, eram utilizadas para gerarem recursos complementares da renda familiar. Segundo Dona Tereza, uma das mais antigas cooperadas, quando os filhos eram pequenos, fazia bonecas de pano e roupinhas porque não tinha dinheiro para comprá-las. Hoje, ela é proprietária de uma máquina industrial que ganhou em um programa de televisão e tem uma produção considerável.

A criação da Coopa Roca tinha como objetivo a geração de renda a partir de peças artesanais de alta qualidade, promovendo o artesanato e respeitando a história de vida de cada uma das cooperadas. Para tal, eram utilizados como matéria-prima, refugos doados pela indústria têxtil. Sobre o assunto, em http://www.fernandalevy.com.br (06 jan. 2006), Maria Tereza Leal (2003) cita que:

> “os produtos resultantes da cooperativa possuíam um vínculo com os materiais disponíveis, sendo que as criações, por se tratarem de peças únicas, apresentavam-se com valor agregado, com mesmo perfil de uma obra de arte, não competitiva com o mercado da indústria da moda.”

No ano de 1995 surge a Moda da Rocinha, que, após participação no evento Phitoervas Fashion, passa a ser conhecida no mercado nacional, abrindo o caminho da valorização de produtos artesanais e beneficiando um grande grupo de senhoras. Na Figura 19 vemos grupo de cooperadas.



Figura 19 - Grupo de cooperadas da Coopa Roca
[Fonte: www.fernandalevy.com]

Foram realizados eventos no ano 2000, como o 1º Retalhar, que contou com a participação de estilistas, artistas plásticos e designers, sendo que os trabalhos apresentados foram desenvolvidos em interação com o artesanato produzido pela Coopa Roca. Surgiu uma primeira parceria significativa, a primeira, com o empresário Carlos Mièle, responsável pela modelagem e acabamentos, tendo a cooperativa produzido peças em crochê e *patchwork* (técnica artesanal) para as lojas da grife deste empresário. A cooperativa conta atualmente com 50 cooperadas, entre senhoras e jovens de 14 a 21 anos, que se transformaram em artesãs.

Em 2002 foi apresentada uma segunda edição do Retalhar, surgindo novas parcerias. A grande dificuldade encontrada pelas cooperadas tem

sido manter a identidade do grupo, o processo de produção e a criação de critérios que beneficiem as mais participativas dentre as cooperadas.

Leal (2002) afirma que a grande dificuldade é continuar crescendo de forma sustentável, num mercado competitivo, sem precisar violar os valores de trabalho humanizado, garantindo a manutenção das referências culturais e artísticas nacionais que sempre orientaram a caminhada da cooperativa.

A Coopa Roca, com sede própria na Favela da Rocinha, possui equipamentos doados pela Fundação Banco do Brasil e empresários do ramo da confecção, constando dentre os trabalhos realizados, os seguintes:

Exposição “Aller-retour Paris-Rio”, realizada no Atelier de Paris, em novembro de 2005, em Paris - França (Figura 20).



Figura 20 - Trabalhos expostos na “Aller-retour Paris-Rio”.
[Fonte: www.fernandalevy.com]

Exposição ”Global Fashion”, no “tradition”, Cenntraal Museum, Utrecht, Holanda, set. 2005 a jan. 2006;

Défilé de Mode “Couture Equitable”, Brésil/Brésilis”, année du Brésil en France, jun. 2005;

“Brazil 40 degrées” Selfridges, apoio Bristih Council, Londres, mai. 2004;

Workshop and Performace, Teatro Volksbuhne, Berlin, Alemanha, nov. 2003;

Exposição Retalhar, São Paulo, SP, 2002 e Rio de Janeiro, RJ, 2000/20004;

Participação nos desfiles: São Paulo Fashion Week, London Fashion Week e Rio Fashion Week;

Várias participações especiais para as grifes M.Office, Carlos Mièle, Amazon Life.

Hoje seus grandes parceiros comerciais são M. Office, Amazon Life, Osklen, C&A.

A Coopa Roca deu o primeiro passo para o desenvolvimento sustentável e para a economia solidária, dentro de um universo efêmero, considerado frívolo e competitivo: a moda. O projeto segue rompendo paradigmas das questões sócio-éticas, pertencente ao grande sistema da sustentabilidade sócio-ambiental.

A Figura 21 traz exemplos de modelos apresentados pela Moda Coopa Roca, desenvolvidos sobre o tema “Emilia do Sítio do Pica-Pau Amarelo” e confeccionados pelas artesãs cooperadas.



Figura 21 - Moda Copa Roca

[Fonte: www.aol.com.br/client/galeriadefotos/moda/spfw]

3.3.2 Projeto União da Vitória – Pedaço de Pano

Nos moldes da Coopa Roca, e com consultoria dada pela coordenadora da cooperativa do Rio de Janeiro, a cidade de Londrina, localizada no Norte do Paraná, também viu na moda um meio para a melhoria das condições de vida em comunidades carentes. Com o tema “Uma cultura para a paz”, o FILO - Festival Internacional de Londrina, lançou em 2000, entre seus 22 projetos sócio-culturais, a Oficina de Moda.

Os professores da UEL - Universidade Estadual de Londrina, designers Cleuza Fornasier e Nélio Pinheiro, ajudaram no desenvolvimento dos modelos e ministraram oficinas de modelagem e acabamento. A Coopa Roca forneceu o *know-how* para a organização de técnicas artesanais, como o fuxico e o *patchwork*, que já se faziam presentes na comunidade. Dona Matilde, uma das participantes do projeto, 51 anos de idade, testemunha que já costurava há 35 anos, mas não imaginava que poderia realizar tantas coisas bonitas com os retalhos.

O objetivo era propor um projeto baseado nos resultados obtidos por meio da experiência da Coopa Roca, visando novos modelos de organização de trabalho. O resultado da produção comunitária foi exposto em um stand montado no Shopping Royal Plaza de Londrina, dentro da programação do FILO 2000. As peças de roupas e acessórios foram expostas e comercializadas.

Hoje, o Projeto Vitória possui sua própria marca, denominada “Pedaço de Pano“, sendo coordenado pela designer Cleuza Fornasier, professora do curso Design de Moda da UEL, sendo que a cooperativa comercializa, em nível local, e exporta as peças produzidas.

3.3.3 Projeto Axé

Outro projeto pesquisado e visitado, em janeiro de 2004, para elaboração desta pesquisa, foi o Projeto Axé, que trabalha com jovens na cidade de Salvador, BA.

O Centro Projeto Axé de Defesa e Proteção à Criança e ao Adolescente, conhecido simplesmente como Projeto Axé, visa o resgate de jovens

através da cultura e da música, demonstrando ser possível realizar, com sucesso, um trabalho de defesa e educação da criança e do adolescente em situação considerada de risco.

Com o objetivo de resgatar a cidadania dessas pessoas, devolvendo-lhes condições dignas de vida, o projeto atua diante do quadro altamente crítico de Salvador, BA. A Região Metropolitana de Salvador tem mais de 25% de sua população economicamente ativa, desempregada, sendo a terceira capital brasileira mais violenta. Segundo Roscilli (2004) o índice de analfabetismo na Bahia atinge 40% da população, apresentando serviços de saúde deficitários, com altos índices de trabalho infantil.

O Projeto Axé foi criado em 1990, fruto do trabalho de Cesare de Florio La Rocca, Enáa Pinto Benevides e outros profissionais da área social da Bahia, com apoio financeiro, técnico e político da Terra Nuova – organização italiana voltada ao Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua. O Projeto Axé trabalha com as Secretarias Estaduais de Indústria e Comércio, Cultura e Turismo e Segurança Pública (particularmente Polícia Civil e Militar), Ministério da Justiça e da Educação, além de organizações não-governamentais como a UNICEF, OIT, Instituto C&A, Instituto Ayrton Senna, Movimento de Organização Comunitária – MOC, OAB, THEMIS e Anistia Internacional.



Figura 22 - Criança do Projeto Axé
[Fonte: www.projetoaxé.org.br]

De acordo com Bianchi (2000), são objetivos do projeto político-pedagógico deste projeto:

- prestar às crianças, aos adolescentes e as suas famílias, serviços relativos a seus direitos básicos, como educação, saúde, cultura e profissionalização. O Projeto Axé atende, em média, 1.000 pessoas por ano, entre crianças, adolescentes e famílias;

- oferecer aos seus profissionais e a outros agentes sociais, formação política e técnica, na forma de 1.200 horas anuais entre cursos, seminários e assistência técnica.

O projeto está dividido em vários programas que funcionam paralelamente:

- Educação de Rua: Este programa consiste na educação de crianças e adolescentes através de um vínculo construído entre estes e os educadores de rua, que trabalham em dupla e por turno.

- Programa de Apoio à Família e Juventude: O Programa de Apoio à Família e à Juventude atua junto ao educador de rua, se aproximando da família com o objetivo de otimizar o processo de passagem para os espaços delimitados.

- Projeto Erê: O projeto trabalha o processo de educação pela arte, atuando junto a crianças e adolescentes de baixa renda e em situação de risco, oriundos de outros projetos. Através da composição de uma Banda, os participantes entram em contato com a música e dança, despertando seus talentos naturais, além da oportunidade de conhecerem lugares e pessoas, aprender novas lições de vida, participar de atividades coletivas e obterem autoconfiança.

- Alfabetização: A atividade consiste na formação de classes de alfabetização para atender crianças e adolescentes de baixa renda, na faixa etária de 8 à 18 anos.

- Defesa de Direitos: Trabalho voltado para o desenvolvimento da cidadania, no sentido de defender e promover os direitos da criança e do adolescente, principalmente os de baixa renda, através de advocacia de rua e acompanhamento jurídico-judicial.

- Centro de Formação de Recursos Humanos e Assistência Técnica: Esse centro é responsável pela formação básica e pelos cursos de aprofundamento dos profissionais da área social, principalmente os educadores, que podem pertencer ou não ao Projeto Axé.

Além desses, o Projeto Axé desenvolve outros programas e atividades, a saber: Projeto Moradia; Centro de Educação para a Saúde; Encaminhamento ao Trabalho; Bibliotecas; Casa de Cultura; Acompanhamento Escolar.

Aos adolescentes do Axé é oferecida formação profissionalizante, com trabalhos, com papel reciclado (*Unidade Ayrton Senna - OPA*), serralheria, estamparia em tecido e moda (*Modaxé*). Os jovens participantes recebem uma bolsa-trabalho como incentivo, geralmente conseguidas através de subsídios de agências governamentais e privadas, bem como através da participação no lucro das vendas dos produtos fabricados nas próprias oficinas.

O instrumento pedagógico de atuação na área da moda desenvolve, desde o aspecto criativo (estilístico), até os aspectos técnicos de modelagem e costura industrial. Busca-se a profissionalização por meio da experiência e do aprofundamento em todas as técnicas e maquinários de costura e corte industrial.

Possuindo um núcleo de produção, desenvolvem-se coleções anuais “prêt-à-porter” de moda feminina, masculina e infanto-juvenil, inspiradas na Cultura Afro-Brasileira, com base nas tendências internacionais. Desenvolvendo estampas exclusivas, atuam na diversificação de produtos de design e moda, como, por exemplo, as camisetas das coleções “*stampaxé”* e “*casaxé”*, e criação de estampas exclusivas para a comunidade, como gerador de renda.

Possuindo hoje seu ponto de venda no Pelourinho, centro histórico de Salvador, atua com vendas, tanto no varejo como no atacado. A apresentação dos produtos desenvolvidos pelos participantes é feita por meio de desfiles, onde os próprios aprendizes são os modelos, numa estratégia de interação que acontece desde a primeira abordagem na rua até a entrada no mercado profissionalizante.



Figura 23 - Bolsa e saia desenvolvidas, com estampa exclusiva da Modaxé.
[Fonte: http://br.pq.photos.yahoo.com]

Durante a visita ao Projeto Axé verificou-se que, ao longo dos 10 anos de trabalhos, realizou-se a conscientização da comunidade e a interação junto aos meios de proteção infantil, desenvolvendo uma metodologia própria frente à realidade local, com vínculos dentro do resgate sócio-ético. Para tal, foram usados vários meios de abordagem, do efêmero, do lúdico, sendo a moda um exemplo característico. Quando questionados em relação ao ecodesign ou design para a sustentabilidade, verificou-se a participação de atores na busca de critérios da justiça social, melhores condições de vida, gerando soluções sustentáveis, com uma clara visão da realidade local, acrescentando bem estar e satisfação de pertencerem a um sistema estratégico de sustentabilidade.

3.3.4 Projeto Ilê Aiyê

O Projeto Educacional Ilê Aiyê (Mundo Negro), na cidade de Salvador, foi outro projeto visitado em janeiro de 2004, com o propósito de coletar subsídios para este trabalho. O mesmo pode ser incluído no sistema estratégico de sustentabilidade e de design social, já que visa a transformação social, com o resgate sócio-ético e o exercício da cidadania negra, criando a responsabilidade social no indivíduo.

O Projeto do Centro Educacional Ilê Aiyê foi formado em 1974 por um grupo de jovens do Curuzu, Bairro da Liberdade, na cidade de Salvador, Bahia,

sendo o bairro de maior população negra do país, com aproximadamente 600.000 pessoas.

O Ilê, como é conhecido, foi formado basicamente para suprir a falta de infra-estrutura básica para a educação, saúde e lazer. Um de seus fundadores foi Antônio Carlos dos Santos, também conhecido como Vovô, (Figura 24), é o atual líder do Ilê Aiyê. Promove a disseminação do orgulho afro-brasileiro, encorajando os jovens da comunidade do Curuzu/Liberdade a permanecerem nas escolas e a se educarem.

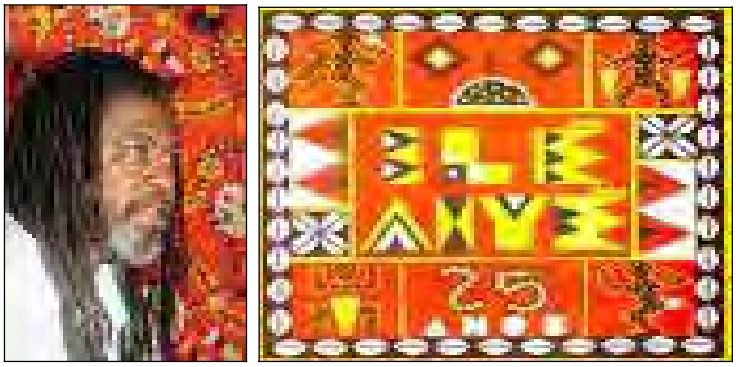


Figura 24 - Vovô e estamparia referente aos 25 anos do projeto.
[Fonte: www.ileaiye.com.br]

Os objetivos da entidade Ilê Aiyê são:

- preservar, valorizar e expandir a cultura afro-brasileira, contribuindo para o processo de fortalecimento da identidade étnica e da auto-estima do negro brasileiro;

- desenvolver projetos carnavalescos, culturais e educacionais, resgatando a auto-estima e elevando a consciência crítica, por meio do lúdico e com uma gestão auto-sustentável;

- transmitir o respeito aos mais velhos, como suporte de bom comportamento, preservação das tradições religiosas afro-brasileiras e solidariedade às diversas lutas sociais.

O Ilê Aiyê é um "serviço social" independente, com 15.000 membros associados. Está ligado à Secretaria de Educação nacional como participante do

Programa no Curuzu/Liberdade. O programa estimula o entusiasmo de "aprender" nas crianças.

Desde 1995, o Ilê Aiyê consolida sua vocação educacional com a criação do Projeto de Extensão Pedagógica (PED), com o objetivo de socializar a prática educacional e a edição dos Cadernos de Educação da entidade. O PED coordena três escolas:

Escola Mãe Hilda – escola de alfabetização e 1º Grau fundamental, para crianças de 5 a 14 anos. Com textos extraídos dos cadernos de formação, editados pelo PED, que inserem os alunos no universo do cotidiano afro-brasileiro, os resultados das atividades são transformados em temas carnavalescos, com o desenvolvimento das estampas nas oficinas de serigrafia e estamparia do projeto.



Figura 25 - Criança da Escola Fundamental Mãe Hilda
[Fonte: www.ileaiye.com.br]

Escola de Música e Percussão da Banda Erê – criada na década de 80 com o objetivo de renovar o quadro artístico da banda Ilê Aiyê. Suas atividades levam à construção da cidadania por meio da identidade racial, do pensamento crítico, da auto-estima, da educação preventiva e da iniciação profissional. A Banda ERÊ, o Coral ERÊ e o Bloco ERÊ pertencem à Escola de Música e Percussão. Existe ainda, um bloco infantil, que desfila com aproximadamente 500 (quinhentas) crianças, acompanhadas pela Banda ERÊ.



Figura 26 – Banda Êre
[Fonte: wwww.ileaiye.com.br]

A Escola Profissionalizante do Ilê Aiyê capacita jovens para o mercado de trabalho, permitindo seu acesso à formação profissionalizante gratuita, como parte da estratégia da entidade em consolidar seu projeto de auto-sustentabilidade.

Nos cursos oferecidos, constam aulas teóricas, aulas práticas e aulas de cidadania. São exigidos como requisitos básicos, que os jovens estejam cursando a 7ª série do ensino fundamental e que tenham entre 17 e 21 anos. Os cursos oferecidos são:

- confecção de sapatos, bolsas e acessórios de couro e tecido;

- confecção de moda íntima;

- confecção de roupas;

- reciclagem para costureiras em máquina industrial;

- informática básica;

- trançado; maquiagem e estética negra;

- qualificação para ajudantes de cozinha – nível 1, 2 e 3;

- fabricação de instrumentos de percussão, herdados da cultura negra;

- oficinas de pintura e serigrafia;

- oficinas de figurinos e adereços.

Com sua sede nova, o “Centro Senzala do Barro Negro” permite a continuidade dos projetos sócio-educacionais, viabilizando as condições de sustentabilidade sócio econômica do projeto, oferecendo estúdio de gravação, biblioteca e videoteca, auditório, e gabinetes odontológicos.

O Ilê Aiyê patrocina ainda, um concurso de Beleza Negra do Ilê, em contraste com a predominância dos padrões de beleza europeus no sul do Brasil.

A literatura pesquisada e o material coletado junto aos programas visitados deram subsídio para o desenvolvimento e execução do Projeto Reciclar recriando a vida.

Associando o design social e o design de moda, bem como a possibilidade do desenvolvimento social e produtivo, foram criados conceitos que provocaram mudanças de caráter sócio-culturais, que são apresentadas no próximo capítulo.

4 PROJETO RECICLAR RECRIANDO A VIDA

4.1 A CIDADE DE LONDRINA

Este projeto de pesquisa, denominado “Projeto Reciclar Recriando a vida”, foi alocado na periferia da cidade de Londrina, Norte do Paraná, numa região onde foram implantados vários conjuntos habitacionais.

Como a maioria das cidades brasileiras de médio e grande porte,

Londrina apresenta os problemas inerentes aos centros urbanos. É grande a carência de atividades destinadas aos jovens, sendo esta uma das maiores causas da proliferação do uso de drogas e do aumento da taxa de criminalidade juvenil. As regiões localizadas na periferia das grandes cidades, em geral, são as menos favorecidas pelo poder público e as mais afetadas pela falta de infra-estrutura, razões que justificam a opção pela região na qual foi desenvolvido este projeto.

Londrina celebrizou-se pelo cultivo do café, tendo sido denominada “Capital Mundial do Café”. Atraiu uma população eclética, com as mais diferentes etnias e migrantes dos mais longínquos rincões do país, tornando-se uma cidade cosmopolita. Isso fez com que as características culturais da região apresentassem um perfil bastante peculiar, com um povo dócil e hospitaleiro, com uma identidade que preserva a cidadania e luta por ideais nobres. Conserva características familiares tradicionais, muito embora tenha ocorrido um crescimento intempestivo, particularmente nas últimas cinco décadas.

Atualmente, a cidade conta com quase 600.000 habitantes. Tornou-se um importante pólo industrial e um grande centro educacional, para onde afluem jovens estudantes de quase todas as cidades do Estado, bem como de estados circunvizinhos, como São Paulo, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul e Mato Grosso, dentre outros.



Figura 27 - A cidade de Londrina
[fonte: www.londrina.pr.gov.br]

Almeida (1997) relata que o pensador francês, Lévi-Strauss, no relato sobre suas viagens à América do Sul, em 1955, quando de sua permanência como professor da USP - Universidade do Estado de São Paulo, fez referências ao modelo de colonização implantado na região.

Referia-se ao projeto colonizador da CNTP - Companhia de Terras Norte do Paraná, companhia inglesa que colonizou a região, destacando o caráter vigoroso de sua ocupação, via expansão da fronteira agrícola paulista e a migração de trabalhadores brasileiros, bem como a vinda de imigrantes estrangeiros

Na década de 20, no Norte do Paraná, a CTNP – Companhia de Terras do Norte do Paraná, subsidiária da Companhia Inglesa Paraná Plantations Ltda., implantou um sistema inovador de colonização com rápida ocupação, como fruto da expansão da agricultura cafeeira paulista.

Segundo a PML - Prefeitura Municipal de Londrina (2005), em 1922 chegou à Região Norte do Paraná, a Missão Montagu, chefiada pelo inglês, Lord Lovat, técnico em agricultura e reflorestamento. Este ficou impressionado com a exuberância do solo norte-paranaense, onde os ingleses promoveram uma verdadeira reforma agrária, sem intervenção do Estado. Ofereciam aos trabalhadores sem posses a oportunidade de adquirirem pequenos lotes, com modalidades de pagamento adequadas às condições de cada comprador.

O nome “Londrina” foi dado em homenagem aos diretores da Companhia de Terras, significando “pequena Londres”.

A criação do município ocorreu em 10 de dezembro de 1922, data em que se comemora o aniversário da cidade. Atualmente, a cidade conserva este espírito polarizador e o caráter inovador, sendo a terceira cidade da Região Sul do Brasil.

4.2 O LOCAL DO PROJETO

O CESOMAR - Centro Social Marista “Irmão Acácio” está localizado na região popularmente conhecida como Região dos “Cinco Conjuntos”. Esta região surgiu nos anos 70, em função da política habitacional para população de baixa renda. Nela foram implantados vários conjuntos habitacionais, totalizando hoje mais de quinze, justificando o nome que a popularizou em referência aos cinco primeiros conjuntos.

Posteriormente, após o rápido crescimento populacional da região, com a instalação de alternativas comerciais em quantidade e variedade consideráveis, o poder público passou a investir em infra-estrutura, implantando unidades básicas de saúde, escolas, centros de educação infantil, centros comunitários, quadras esportivas, praças e toda a rede assistencial, incluindo um conselho tutelar.

O Centro Social Marista está inserido numa área circundada por 18.569 domicílios, onde residem 98.977 pessoas, das quais 25,6%, possui idade até 17 anos. As regiões circunvizinhas compreendem 16 bairros, dos quais, 11 conjuntos habitacionais e cinco bairros constituídos em fundos de vale.

O CESOMAR atende cerca de 400 adolescentes, com idade entre 12 e 17 anos, sendo 32% na faixa etária de 13 a 14 anos. Destes, 51% reside com os pais e 39,5% recebe algum tipo de benefício assistencial, segundo Mol (2005).

4.3 Procedimentos de Pesquisa

4.3.1 Conceito geral

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica de aplicação direta, desenvolvida por meio do raciocínio dedutível, com pesquisa de campo, coleta de dados, viabilidade através da indústria e interesse da comunidade, com relevância social.

4.3.2 Participantes do Projeto

O público alvo do projeto é constituído por jovens residentes em bairros da periferia, considerados expostos a situação de risco. Esta consideração se deve ao alto grau de envolvimento com consumo e tráfico de drogas por jovens nesta região da periferia de Londrina. Os jovens selecionados para o projeto, de ambos os sexo, têm idade entre 14 e 18 anos, matriculados no ensino fundamental.

O processo de seleção constituiu-se de entrevista e verificação do atendimento às exigências pré-estabelecidas, ou seja:

- estar matriculado e cursando o ensino regular fundamental;
- estar na faixa etária de 14 a 18 anos;
- residir na Região dos Cinco Conjuntos;
- estar inserido nos critérios sócio-econômicos do CESOMAR.

Houve predominância da participação feminina. Acredita-se que isto se deva a um certo preconceito por parte dos rapazes, dada a natureza das atividades propostas. O envolvimento da mão-de-obra feminina no setor de confecção já é tradicional, muito embora haja uma crescente procura por parte dos homens em alguns centros. Ferron (1996) assinala a importância da mão de obra feminina na indústria do vestuário, bem como de suas habilidades. O conhecimento feminino é tido como natural, algo que se esconde num processo

incessante de construção social.

Por outro lado, se constata na área do design de moda, que a presença de homens tem revelado um caminho bastante importante em termos de criatividade, sendo este um dos paradigmas a serem quebrados neste trabalho.

4.3.3 Materiais e equipamentos

Foram necessários os seguintes materiais para o desenvolvimento do projeto:

- matéria prima: retraços doados pela indústria do vestuário da Região de Londrina (Figura 28);
- materiais e aviamentos para costura e artesanato.



Figura 28 – Retraços.
[Fonte: Autora]

4.3.4 Recursos humanos

Os recursos humanos provém da comunidade local, bem como profissionais e estagiários do Curso de Graduação em Desenho Industrial da UNOPAR - Universidade Norte do Paraná.

4.4 METODOLOGIA

O trabalho é desenvolvido por meio de oficinas, com a tônica da valorização pessoal, respeitando a individualidade do participante e promovendo

o desenvolvimento de sua capacidade criatividade, dentro dos parâmetros do design.

A proposta estabelece como diretriz a quebra de paradigmas, no intuito de ampliar os horizontes pessoais e expor idéias e propostas individuais. Adotou-se uma dinâmica contínua para promover discussões no grupo de trabalho, sempre buscando a interdisciplinaridade.

Dolzan (2004) enfatiza a necessidade de adequação nos procedimentos metodológicos para a conceituação de produtos e serviços, favorecendo uma melhor qualificação do design de moda.

Destaca-se a importância da adequação metodológica para a criação de ferramentas que possibilitem a organização e a sistematização das atividades do projeto. Isso se gera uma sintonia com o potencial tecnológico, dentro do contexto sócio-cultural em que o projeto está inserido.

A atividade inicial do projeto foi o desenvolvimento de trabalhos em oficinas de caráter pedagógico, nas quais foram trabalhados aspectos relacionados à identificação junto aos participantes na busca e identificação de problemas relacionados à realidade da comunidade.

O objetivo principal foi coletar informações que norteassem o desenvolvimento das fases seguintes do projeto, de forma a dar um direcionamento sintonizado à realidade do grupo.

Ao longo de cada oficina, foram desenvolvidas atividades que possibilitaram a identificação, coleta e armazenamento do conhecimento necessário para o desenvolvimento das etapas seguintes. Ao final de cada oficina, os resultados alcançados foram analisados em sessões de discussões entre os participantes, para a verificação do atendimento aos objetivos propostos inicialmente.

A metodologia utilizada no desenvolvimento de produtos de design visava definir a atividade profissional nos contextos social, político, econômico e cultural, procurando caracterizar junto ao participante o seu papel como profissional.

Com o intuito de atender às necessidades da realidade local e

favorecer a busca de um campo de atuação profissional futuro, foi definida uma sistemática de trabalho para conduzir à discussão e ao aprofundamento dos problemas abordados. O trabalho foi direcionado por meio de atividades que visavam desenvolver o caráter investigativo e criativo do participante.

Partindo do princípio da atividade criativa, Baxter (1998) considera a criatividade humana como uma das suas maiores habilidades e se apresenta convicto de que os jovens necessitam apenas de um estímulo para o desenvolvimento da mesma. Diante dessa premissa, na certeza de que, por meio do despertar da criatividade, se pode chegar ao desenvolvimento de novos produtos, este trabalho foi proposto.

Buscou-se uma conexão entre o potencial humano de criar e o ideal de preservação e sustentabilidade do ecodesign, desenvolvendo produtos com os materiais rejeitados na indústria do vestuário.

Foi nessa fase do projeto que surgiu a necessidade de romper o paradigma do “lixo ao luxo”, valorizando a utilização dos retalhos de tecidos no desenvolvimento de produtos de moda. Desenvolveram-se oficinas de linguagem e análise de moda, onde, por meio de exercícios diversos, foram introduzidos os conceitos de reciclagem e ecodesign.

Utilizando-se técnicas de desenho, se buscou estabelecer uma linguagem específica, partindo da realidade local dos adolescentes. Exercícios de criatividade possibilitaram o entrosamento do grupo e a identificação das necessidades a serem trabalhadas. Os mecanismo iniciais para a realização das mesmas foram a observação e análise de filmes e documentários, bem como a realização de pesquisas na Internet. Por meio destas pesquisas, os educandos buscaram o caminho apropriado para a comunicação e desenvolvimento das atividades programadas, de forma a atingir os objetivos do projeto. Os participantes atuaram como atores diretos do processo e interferiram no andamento das atividades, opinando e sugerindo alterações.

Baxter (1998) destaca a importância de se perceber a necessidade da preparação dentro de todo o processo criativo, principalmente quando se trabalha com elementos efêmeros. Os passos seguintes, a incubação e a iluminação, se dão por meio da proposta de desenvolvimento de produtos, ou seja, o projeto de novos produtos com o material disponível.

4.4.1 Passos Metodológicos

A metodologia usada neste trabalho foi subdividida em três etapas, a saber:

1. Conhecimento pessoal e inter-pessoal: nesta primeira etapa, os participantes se relacionaram com a problemática pessoal, a partir de atividades que levaram ao auto-conhecimento. Foram trabalhados o conhecimento do próprio corpo, a identificação das habilidades individuais e das limitações, a expressão das insatisfações pessoais e das aspirações, a dificuldade em se exporem e a conscientização do lugar que ocupam junto ao grupo social ao qual pertencem.

2. Gerenciamento das informações e alternativas para a solução do problema: Na segunda etapa, ou etapa intermediária, ocorre o gerenciamento das informações e alternativas para a solução do problema. A partir das constatações que ocorreram na fase anterior, por meio dos exercícios realizados, foram propostos estudos de problematização, com a orientação de um profissional da área da Psicologia

3. Execução: Na terceira etapa ou etapa final, se deu a execução propriamente dita, onde foram desenvolvidas as alternativas de abordagem e as propostas de soluções para as questões identificadas na primeira fase.

Bordenave (1998) no prefácio da obra de Berbel (1998) a respeito da metodologia da problematização, destaca a mesma como uma das manifestações do construtivismo pedagógico, fazendo parte da realidade e com a finalidade de compreendê-la e de construir o conhecimento capaz de transformá-la.

Utilizando a realidade como subsídio para encarar novas relações, novas verdades e novas soluções, os protagonistas da aprendizagem se tornam os próprios agentes através dos quais, por meio da descoberta e da participação grupal, se cria autonomia na iniciativa. Desta forma, se desenvolve a capacidade de perguntar, consultar e experimentar, estabelecendo-se as

características da consciência critica.

4.4.2 Oficinas

As oficinas foram estabelecidas numa seqüência lógica, buscando primeiramente conduzir o indivíduo a uma observação no ambiente onde ele está inserido, com as diferentes características familiares, porém sem perder o contexto de conjunto.

A proposta seguinte foi de fazer com que cada participante tomasse consciência de seu próprio espaço dentro do grupo e junto à comunidade. A idéia foi fazer com que cada um percebesse a realidade pessoal, que faz de cada ser humano uma célula insubstituível no Universo e, portanto, portador de uma série de particularidades que o torna importante no conjunto e capaz de contribuir.

Posteriormente, o grupo foi motivado a identificar as potencialidades de cada um, enquanto conjunto de habilidades necessárias para a realização de um trabalho coletivo.

Finalizando, foram observadas as limitações de cada um e as possibilidades de trabalhar no sentido de serem transpostas as barreiras pessoais. Com a colaboração do grupo, foi promovida a auto-estima e a auto-segurança, pro meio da valorização das habilidades pessoais. Isto ajudou a remover pequenas barreiras e obstáculos provenientes, muitas vezes, da falta de espírito empreendedor e de medo de se expor à opinião dos demais. As oficinas realizadas foram as seguintes:

4.4.2.1 Oficina Linguagem Do Corpo E Da Moda

O objetivo desta oficina foi desenvolver atividades para o conhecimento do próprio corpo. Castilho (2002) estabelece uma articulação entre o corpo e a moda, a qual está implicitamente ligada a práticas sociais e estéticas de usos e costumes.

À medida que se passa a entender moda como uma construção

de linguagem que se manifesta sobre o corpo, enquanto suporte das roupas, se entende a necessidade de representar significados culturais que interajam e representem a concepção plástica do traje no mundo contemporâneo.

O vestuário impõe-se por meio de uma estrutura plástica, fruto de relações entre a matéria-prima e a textura. Age como uma forma subjetiva de comunicação, expressando muitas vezes uma realidade virtual que revela diferentes aspectos do comportamento humano.

Uma das principais características da comunicação humana é a adoção do corpo como linguagem, com interferências pela sobreposição de materiais que executam construções de novas formas e volumes, alterando seu significado original. A roupa fala pelo usuário e revela facetas de sua personalidade, as quais, muitas vezes são exteriorizadas e observáveis pelo simples ato da constatação do visual exterior.

Esta oficina foi desenvolvida com a realização de atividades práticas compostas de exercícios de desenho de contorno do corpo (Figura 29), e o uso de técnicas de colagem, recortes das características de cada participante, de maneira a tornar possível a expressão máxima do próprio corpo e de seus limites, bem como do conhecimento do espaço e da linguagem pessoais.



Figura 29 – Exercícios de desenho de contorno do corpo
[Fonte: Autora]

Nesta seqüência, com as condições dadas aos participantes, foi possível que cada um realizasse seu auto-retrato. Nesta fase foram contornadas e superadas muitas das dificuldades de comunicação próprias dos adolescentes.

Como etapa conclusiva, os participantes desenvolvem exercícios

de observação e discussão dos auto-retratos, bem como, foi feita uma avaliação a respeito da participação individual pelo grupo.

Cada participante, de maneira espontânea, se apresentava para o grupo se utilizando do auto-retrato (Figura 30), por ele elaborado, e se submetia aos comentários dos colegas. Para cada comentário, era garantido ao participante o direito de uma réplica, caso este achasse necessário esclarecer algum aspecto mal interpretado.



Figura 30 – Auto-retrato
[Fonte: Autora]

A dinâmica estabelecia que o participante não procurasse justificar sua opinião, caso algum colega viesse a discordar dele. Buscava-se uma forma de adaptação do jovem frente a situações que não são inerentes ao seu ponto de vista. Dessa forma, o participante percebe que nem sempre consegue agradar a maioria ou atender as expectativas de todos.

4.4.2.2 Oficina de desenho de observação e desenho de moda

Segundo Edwards (2003) aprender a desenhar é mais ou menos como aprender a praticar um esporte ou tocar um instrumento musical. Uma vez assimilados os fundamentos, qualquer avanço no que tange à perícia se baseia na prática e nas técnicas. Por meio desta oficina, busca-se construir uma linguagem a partir da realidade local, utilizando o conhecimento gerado no universo que se constitui o *habitat* destes adolescentes.

Jones (2002) destaca a importância do desenho de observação

como agente facilitador da aprendizagem do desenho, particularmente da anatomia, conjunto de músculos, ossos e ligamentos, que trabalham criando a harmonia dos movimentos e valorizando o estudo dos volumes e da forma.

Saltzman (2004) enfatiza a importância do estudo da anatomia para o desenho de moda. O corpo é regido pelas leis da gravidade, devendo apoiar seu peso na terra e compensar a sua distribuição nos movimentos, por meio da forma e da postura, o que se traduz numa aparência esteticamente agradável.

Os princípios do desenho de moda fazem parte da estética, e se tornam um meio de linguagem que pode comunicar ou não os signos de uma nova coleção. A proposta de trabalhar a divisão do corpo humano em cânones, sendo a medida da cabeça o parâmetro de medida do eixo vertical e horizontal do corpo, mantidas as variações em função da idade e do sexo, revela a harmonia do conjunto, proporcionalmente distribuído.

Jones (2002) destaca a importância da proporção da figura humana no campo da arte em geral, inclusive no campo da moda, servindo como ferramenta para criar efeitos visuais do conjunto. Já Castilho (2005), define a roupa como uma arquitetura têxtil que marca o papel do indivíduo na sociedade e o corpo assume, no decorrer da história, sua forma idealizada.

A proposta de trabalhar esses conceitos tem como fundamento diferenciar as formas do corpo humano e suas proporções. Por meio do desenvolvimento da percepção em relação às característica de cada elemento reunindo as diferentes formas, se expressa um conjunto marcado pelo equilíbrio. A roupa vem revestir este conjunto harmônico, e como complemento, deve se compatibilizar com as formas do corpo humano, ressaltando-as e valorizando-as naquilo que elas apresentam de valores estéticos mais significativos.

Nesta oficina foram realizados exercícios de desenho, procurando despertar o gosto do aprendiz pela técnica do desenho de observação. A metodologia empregada de caminhar passo a passo com o participante, introduzindo desafios de grau de dificuldade progressivos, de forma a motivá-lo a cada etapa.

Foi considerada a importância de despertar em cada um o potencial disponível e possível de ser explorado e o seu desenvolvido a partir da

observação de pequenos detalhes. Gradualmente, foram inseridas técnicas de desenho e reveladas, passo a passo, as ferramentas a serem utilizadas para expressar volume, espaço e figura, como se verifica nas imagens da Figura 31.



Figura 31 – Técnicas de desenho
[Fonte: Autora]

4.4.2.3 OFICINA DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

Saltzman (2004), no desenvolvimento de seu pensamento construtivo, define o desenho de moda como a associação da matéria-prima, ou seja, o tecido com o corpo, implicando na interação entre a vestimenta e a anatomia. Quando esta interação ocorre de maneira harmônica, resulta no produto esteticamente agradável, muito embora estes conceitos possam evoluir ao longo das décadas.

No desenvolvimento de produtos de moda, especialmente a vestimenta, há necessidade deste suporte estrutural, que se denomina “manequim”, cuja função é viabilizar o desenvolvimento do produto em cada um dos projetos propostos. O manequim é composto de um dorso sólido, recoberto de tecido, podendo apresentar regulagem em sua altura. Seu exterior é dividido em oito partes verticais, que possuem a função de orientar as medidas verticais do corpo, e linhas horizontais que dividem o tronco em quatro partes, o que facilita a modelagem tri-dimensional, também chamada de “*moulage”* .

O processo de *moulage* caracteriza a criação fiel aos contornos do corpo humano e garantem um resultado satisfatório do processo de criação. Esta arte tão bem dominada pelas mãos femininas e masculinas ao longo de séculos, muito embora o papel dos estilistas tenha despontado como alternativa

de intenso valor criativo. Criando se a necessidade da construção dos suportes, manequins para o desenvolvimento futuro das técnicas de moulage, desenvolveu se as oficinas onde os jovens adquirirão a conscientização do espaço do corpo.

A oficina de criação dos manequins foi desenvolvida nas 4 etapas descritas a seguir:

1ª etapa

Utilização da técnica de papelagem, ou seja, pequenos pedaços de papel rasgados e colados em várias camadas sobre modelos previamente preparados. Esta oficina possibilitou um relacionamento construtivo entre os participantes, criando sentimentos de amizade e confiança. Após a secagem das colagens, partiu-se para a etapa seguinte.



Figura 32 – Papelagem
[Fonte: Autora]

2ª etapa

Desmoldagem do corpo do manequim. Para isso foram realizados alguns testes, até se chegar à técnica que provocasse menos deformação no manequim. Finalizando, foram aplicadas camadas de verniz para melhorar a estrutura da peça e ajudar na sua proteção.



Figura 33 – Desmoldagem

[Fonte: Autora]

3ª etapa

Cobertura do manequim. Após a secagem, iniciado o trabalho de cobertura do manequim com retalhos de malha branca. Foi desenvolvido um trabalho de coordenação motora fina, já que os retalhos foram unidos dando forma ao corpo do manequim. Alguns jovens encontraram dificuldades nesta tarefa, devido à falta de coordenação motora e de habilidades em trabalhar com pequenos objetos, como a agulha de costura. (Figura 34).



Figura 34 – Cobertura do manequim – dificuldades

[Fonte: Autora]

Depois de concluída a cobertura do manequim, este foi desmontado e recoberto com plumante, conforme mostra a Figura 35, Isso facilita sua utilização no desenvolvimento da modelagem tridimensional.



Figura 35 – Colocação do plumante
[Fonte: Autora]

O passo seguinte é vestir o corpo do manequim e dar acabamento com PET (material reciclado das garrafas de refrigerante), como mostra a Figura 36.



Figura 36 – Manequim pronto
[Fonte: Autora]

4.4.2.4 Oficina pesquisa e desenvolvimento de bolsas

A proposta desta oficina foi levar o participante a perceber, em primeiro lugar, sua capacidade e condições de criar um produto que fosse original. Trabalhou-se ainda, como fonte de inspiração tudo, o material que já havia sido estudado e as ferramentas desenvolvidas por ele ao longo das atividades anteriores.

Em segundo lugar, foi mostrado ao participante o caminho para

desenvolver um produto de moda. A criação e execução das bolsas iniciou com a proposta de um tema, seguindo-se da pesquisa deste tema por meio da busca de fontes de informação. Em seguida, realizou-se o registro das informações, a análise e a interpretação destas informações segundo a leitura individual. Etapas desta oficina são apresentadas na Figura 37.



Figura 37 – Etapas da oficina Pesquisa e desenvolvimento de bolsas
[Fonte: Autora]

Nesta fase do processo foi dada ênfase à necessidade de cada um desenvolver seu próprio produto mediante a proposta de um tema único para o grupo. Dessa maneira foi possível que cada participante desse vazão à criatividade e a sua maneira de interpretar o tema proposto.

A elaboração de produtos pelo processo artesanal foi bastante incentivada, possibilitando a percepção dos participantes a respeito da cultura regional. Também foi dada importância à utilização dos retraços (sobras industriais), como matéria-prima para o processo. Foram ressaltados os aspectos de preservação ambiental com a remoção destes resíduos, reduzindo o impacto ao meio ambiente aliado ao benefício da agregação de valor. O resultado desta atividade foi uma coleção de bolsas conceituais desenvolvidas com os retraços da indústria da confecção.

Segundo o Instituto Akatu, entidade difusora do consumo sustentável e consciente, a meta do novo milênio é de que, até 2015, o maior número possível de pessoas alcance a dignidade com qualidade de vida, o que deve ser conseguido com a redução da pobreza e o manejo equilibrado dos recursos naturais. Para tal, o desenvolvimento das atividades na oficina estabeleceu um paralelo entre a criação desenvolvida na oficina e as tendências

dominantes nos centros produtores de moda de maior expressão. Foram estudados produtos apresentados nos grandes eventos de moda nacionais e internacionais, por meio de vídeos, reportagens, revistas especializadas e depoimentos de pessoas envolvidas com o design de moda.

Apresentaram-se ao longo da oficina, as mudanças e as evoluções entre as fases do processo de produção , ressaltando o papel do designer de moda e das ferramenta por ele utilizadas, como por exemplo, a reportagem “Isto é Moda” com o designer Carlos Mièle, Foi apresentado ainda, o papel da moda enquanto produto e forma de registro de manifestação de experiências humanísticas, sociais, culturais e religiosas.

Um conceito discutido foi o emitido por Palomino (2002), que define ”estar na moda” como uma implicação em trabalhar elementos complexos, que tangem valores como a imagem, auto-estima, política, sexo, estética, padrões de beleza e inovações tecnológicas. Foi enfatizado, por meio das atividades da oficina, a complexidade de sensações e sentimentos que a moda desperta, como a curiosidade dos jovens. Partindo deste pressuposto, trabalhou-se a motivação para o desenvolvimento e a criação de produtos conceituais e vestimentas.



Figura 38 – Atividades de criação de uma coleção
[Fonte: Autora]

A Figura 38 retrata as atividades de criação de uma coleção, a qual foi apresentada à comunidade local por meio de um desfile em que os próprios participantes do projeto foram os modelos. Esta atividade produziu intensa satisfação pessoal nos mesmos, bem como em seus familiares e amigos presentes, deixando claro o despertar da criatividade nos trabalhos apresentados. A Figura 39 apresenta lances do desfile..



Figura 39 – Desfile
[Fonte: Autora]

4.5 RESULTADOS ATINGIDOS

O trabalho atingiu plenamente o objetivo geral proposto, que foi de ampliar o universo do ser humano, particularmente de adolescentes na faixa etária entre 14 e 17 anos. Os resultados foram alcançados mediante um processo educacional com o propósito de levar o educando a protagonizar conscientemente sua própria história e realizar a mudança dos paradigmas sociais identificados ao longo do processo.

Foi realizada, com pleno êxito, a motivação do jovem no que diz respeito ao reconhecimento e a valorização do próprio corpo, da própria identidade e do espaço ocupado por ele na sociedade. Muitos jovens, que apresentavam um comportamento bastante arredio e introspectivo, revelaram um grande amadurecimento e uma liberação incontestável em termos de relacionamento. Verificou-se considerável desinibição nos contatos sociais, particularmente nas atividades que envolveram contato com o público, bem como maior facilidade na expressão e defesa dos próprios pontos de vista. Esse último aspecto ficou bastante evidenciado e se manifestou de forma progressiva.

Um dos comportamentos que evoluiu à medida em que as reuniões de interação foram acontecendo, foi o enfrentamento das próprias limitações. A percepção de que estas encontram eco no outro, que apresenta limitações semelhantes as suas, melhorou a auto-estima e a auto-confiança. Como conseqüência imediata, foram observadas iniciativas de auto-exposição,

fato que se refletiu no comportamento individual frente ao grupo, e no desempenho do grupo como um todo.

Um aspecto de grande importância que foi amplamente trabalhado em cada participante, foi a valorização das próprias habilidades. O objetivo era fazer o participante entender que cada indivíduo possui habilidades específicas, ou sejam, particularidades próprias insubstituíveis e únicas.

Houve uma tomada de consciência no sentido de que cabe a cada um, dentro do grupo, manifestar e fazer valer os aspectos de sua própria personalidade. Foi percebida a necessidade da participação como forma de contribuição para o bem e o desenvolvimento do conjunto.

Àqueles que consideravam sua participação secundária ou adotavam uma postura omissa,, foi esclarecida a importância de sua parcela de contribuição, imprescindível, quando se trata do desenvolvimento do bem comum, do serviço em equipe ou da criação coletiva. Deste modo, foi possível verificar diversas manifestações de talento criativo.

Houve progressos consideráveis quanto ao enfrentamento das próprias barreiras, culminando com a exposição ampla frente à comunidade local quando da realização dos desfiles dos produtos. Ao apresentarem as próprias criações, bolsas, figurinos de teatro, roupas-conceito, os jovens se viram perante a comunidade reunida, como atores do processo de produção na forma concreta.

A metodologia adotada no projeto colaborou para desenvolver no jovem um perfil adequado para o seu engajamento social e profissional. Ao se deparar com situações inusitadas, o mesmo acaba desenvolvendo um conhecimento específico, o qual se acumula em seu subconsciente e serve como carga para enfrentar uma possível situação futura de entrevista, treinamento ou atuação profissional.

A maioria, ou quase totalidade dos jovens que ingressou no projeto, não apresentava qualquer espécie de conhecimento de processos e metodologias referentes ao universo do Design de Moda. Desta forma, foi considerado um grande ganho, o acúmulo de conhecimentos nesta área, pela participação em estudos, leituras coletivas, discussões e debates a respeito do tema.

Para estes jovens, que traziam consigo a concepção de que participariam de uma espécie de curso de corte e costura, houve um avanço considerável em termos de evolução e de percepção a respeito do que vem a ser um designer de moda. A expressão máxima deste conhecimento refletiu-se na pessoa de uma das participantes, que foi aprovada no exame vestibular para o curso de graduação em Moda da UEL, tendo apresentado um ótimo desempenho na prova de habilidades específicas.

Dentre as diversas habilidades desenvolvidas,a elaboração do figurino de teatro para a peça “O fantástico mistério de Feiurinha”, do autor Pedro Bandeira, demonstrou a assimilação das técnicas de desenho por meio do estudo da figura humana. Foram verificados resultados surpreendentes, uma vez que os próprios participantes do grupo alegavam, inicialmente, que não seriam capazes de desenhar.

Ficou comprovado que, quando os jovens recebem a motivação de forma adequada e lhe são fornecidas as ferramentas precisas no momento oportuno, é possível quebrar este paradigma. Desse modo, foi constatado pelo grupo que as barreiras só são intransponíveis quando não ocorre o empenho necessário para tal.

1ª etapa - Pesquisa e desenho dos figurinos

Com a proposta da elaboração dos figurinos para a peça de teatro do Grupo de Teatro Amador do Cesomar, os educando realizaram uma pesquisa de imagens e formas sobre o tema proposto. Em seguida, deu-se início ao desenvolvimento do figurino, por meio do desenho de cada personagem, como se pode verificar na Figura 40.



Figura 40 – Pesquisa e desenho dos figurinos

[Fonte: Autora]

2ª etapa - Apresentação prévia

Com o figurino definido, foi marcada a apresentação para o diretor da peça e os atores, que deram seu aval para o próximo passo. Na Figura 41 tem-se imagens da reunião entre criadores e atores. Foi um momento importante para os participantes da oficina, que se viram na posição de designers, discutindo e opinando junto aos componentes do grupo.



Figura 41 – Reunião entre criadores e atores

[Fonte: Autora]

3ª etapa - Tomada de medidas para a confecção

Aprovados os figurino, deu-se início aos trabalhos de tomada de medidas dos atores para a confecção das roupas, conforme mostra a Figura 42.



Figura 42 – Tomada de medidas dos atores

[Fonte: Autora]

4ª etapa - Adequação dos retraços ao figurino

A execução das peças exigiu dos participantes o contato com os retraços e a adaptação do material disponível às necessidades do figurino. Foi neste ponto que se trabalhou a importância dos retraços como material nobre para a elaboração do produto de moda, como podemos verificar na Figura 43.



Figura 43 – Adequação dos retraços ao figurino

[Fonte: Autora]

5ª etapa - Execução das peças

Após a adaptação ao material, iniciou se a execução do figurino propriamente dita, sendo necessário o exercício da costura manual e mecânica. Foi realizado um trabalho de adaptação ao uso das máquinas de costura, já que para vários dos participantes se tratava da primeira experiência com as mesmas. Alguns possuíam conhecimento sobre costura, mas outros não conseguiam

sequer colocar a linha na máquina. Por meio de exercícios foram rompidas as barreiras referentes à costura. A construção dos modelos e as sessões de prova promoveram a integração dos participantes das oficinas com os atores, como se verifica na Figura 44.



Figura 44 – Execução e prova das peças
[Fonte: Autora]

6ª etapa - Apresentação do figurino

Com a conclusão do figurino, houve a sua apresentação na forma de um desfile para a comunidade local e uma apresentação especial para o autor do livro, Pedro Bandeira, que visitou o projeto quando esteve na cidade proferindo palestras. A Figura 45 registra os eventos.



Figura 45 – Apresentação dos figurinos nos eventos
[Fonte: Autora]

A realização das oficinas, em particular, trouxe um retorno muito positivo a esta autora, bem como aos participantes do projeto e à direção do Centro Social Marista. Este resultado possibilitou, inclusive, que o projeto fosse indicado para representar a cidade de Londrina na feira de economia solidária e Trabalhos promovida pelo Colégio Marista, realizada na cidade de Curitiba.

5 CONCLUSÃO

O trabalho atingiu plenamente o objetivo geral proposto, de ampliar o universo do ser humano, particularmente de adolescentes na faixa etária entre 14 e 17 anos, mediante um processo educacional com o propósito de levar o educando ao protagonismo de sua própria história, gerando a mudança dos paradigmas sociais.

Foi obtido um excelente resultado em termos de motivação do jovem no que diz respeito ao reconhecimento do próprio corpo, da própria identidade e do espaço que ocupa na sociedade. Muitos jovens, que apresentavam um comportamento bastante arredio e introspectivo, revelaram um grande amadurecimento e uma liberação incontestável em termos de relacionamento social e expressão de seus próprios pontos de vista.

Outro aspecto que ficou bastante evidenciado e se manifestou de forma progressiva, foi a facilidade em expressar os próprios pontos de vista, comportamento que foi evoluindo na medida em que as reuniões de interação foram acontecendo. O fato de tomar consciência de que as próprias limitações encontram eco no outro, e que o outro apresenta limitações semelhantes as suas, fez com que crescesse a auto-estima e a auto-confiança fosse tomando maiores proporções, fatos que se refletiram no comportamento de cada indivíduo frente ao grupo e no desempenho do grupo como um todo.

Um aspecto de grande importância e que foi amplamente trabalhado, foi a valorização das próprias habilidades, fazendo o participante entender que cada indivíduo possui particularidades próprias, insubstituíveis e únicas, cabendo a cada um, dentro da impessoalidade do grupo, fazer valer os aspectos de sua própria personalidade, quando está em questão a contribuição para o bem e o desenvolvimento do conjunto.

Para muitos, que consideravam a sua participação secundária ou adotavam a atitude de se omitirem, ficou claro que a cada um compete uma parcela de contribuição a qual é imprescindível quando se trata do desenvolvimento do bem comum, do serviço em equipe ou da criação coletiva. Isto induziu um desabrochar de talentos, atitudes e iniciativas. Houve progressos consideráveis quanto ao

enfrentamento das próprias barreiras, culminando com a exposição ampla frente à comunidade local, quando da apresentação das próprias criações, bolsas, figurinos de teatro, roupas-conceito, atuando como atores do processo de apresentação das peças nos desfiles.

A metodologia adotada no projeto colaborou para desenvolver no jovem um perfil adequado para o seu engajamento social e profissional, uma vez que o mesmo, ao se deparar com situações inusitadas, acaba por desenvolver um conhecimento específico que se acumula em seu subconsciente e serve como carga para enfrentar uma possível situação futura de entrevista, treinamento ou atuação profissional.

A maioria, ou quase totalidade dos jovens que adentraram o projeto, o fizeram sem apresentar qualquer forma de conhecimento de processos e metodologias referentes ao universo do Design de Moda. Desta forma, foi considerado um grande ganho, o acúmulo de conhecimentos nesta área, através da participação em estudos, leituras coletivas, discussões e debates a respeito do tema.

Para estes jovens, que traziam consigo a sugestão de que participariam de uma espécie de curso de corte e costura, houve um avanço considerável em termos de evolução e de percepção a respeito do que vem a ser um designer de moda. A expressão máxima deste conhecimento se refletiu na pessoa de uma das participantes, que foi aprovada no exame vestibular para o curso de graduação em Moda da UEL, tendo apresentado um ótimo desempenho na prova de habilidades específicas.

Dentre as diversas habilidades desenvolvidas, há de se destacar a assimilação das técnicas de desenho por meio do estudo da figura humana, com resultados que chegaram a surpreender os próprios participantes do grupo. Diante a alegação inicial da maioria deles, de que não seriam capazes de desenhar, ficou a comprovação de que, quando o jovem recebe a motivação de forma adequada e lhe são fornecidas as ferramentas precisas no momento oportuno, é possível se quebrar este paradigma e provar para os mesmos que as barreiras só não são transponíveis quando não ocorre o empenho necessário para tal.

Outro paradigma quebrado foi o de que a criação artesanal era coisa

das avós e que não seria possível inseri-las no Mundo *Fashion*, por lhes faltar o devido *"glamour"*. Foi constatada esta possibilidade pelos participantes, os quais desenvolveram uma intensa produção artesanal, inserindo estes produtos em criações de intensa beleza e elevado grau de bom gosto, abrindo as portas para a concepção da produção de artigos artesanais com valor agregado.

A percepção de que o descartável pode vir a ser utilizado como matéria-prima para a produção de artigos de primeira linha, caso seja embutida uma certa dose de criatividade no processo de design, levou estes jovens a estudarem o perfil de cada rejeito ou retraço de tecido, buscando e identificando diferentes formas de usos através da reciclagem. É muito importante que o conceito de sustentabilidade seja incorporado à formação destes jovens, uma vez que a política sócio-econômica do país deve ser direcionada cada vez mais para esta área e com este enfoque. Portanto, foi excelente o resultado do trabalho desenvolvido visando identificar junto à comunidade possíveis fontes de materiais alternativos, atualmente descartáveis.

Os participantes assimilaram o conceito de que é preciso e é possível promover o desenvolvimento de produtos através da reciclagem, do ecodesign e da sustentabilidade.

Por fim, ficou incorporado ao comportamento do grupo a necessidade de se desenvolver a retro-alimentação de todo processo criativo, num exercício de auto-crítica e de abertura para receber as críticas construtivas, enquanto etapa de aperfeiçoamento e de melhoria de qualidade do produto final.

Concluindo, o trabalho atingiu os objetivos propostos e se apresenta como um instrumento eficaz, tanto do ponto de vista de ferramenta do ecodesign como de construção e valorização do futuro profissional da indústria da confecção e do design de moda.

Como sugestão para trabalhos futuros, se aponta para a necessidade de formação específica junto ao grupo na área do empreendedorismo, bem como o aprofundamento das idéias já sinalizadas quanto à organização e instituição de uma cooperativa.

REFERÊNCIAS

ABRAVEST. Setor do vestuário. **Net.** Disponível em <http://www.abravest.org.br>. Acesso em: 15 jan. 2006.

ABREU, A. R. P. **O Avesso da moda:** trabalho a domicílio na indústria de confecção. São Paulo: Hucitec, 1986.

ANDRADE, P. O significado das roupas e o design de moda. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8, 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2005. 1 CD-ROM.

ANDREASEN, A. **Ética e marketing social.** São Paulo: Futura, 2002.

AKATU, M. H. As metas do milênio e o consumo consciente. **Net.** Disponível em: <http://www.akatu.org.br>. Acesso em: mai. 2006.

BACK, N. **Metodologia de projeto de produtos industriais.** Rio de Janeiro: Guanabara Dois, 1983.

BRAGA, J. **História da moda:** uma narrativa. São Paulo: Anhembi-Morumbi, 2004.

BALLON, P. **A moral da Máscara.** Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

BAUDOT, F. **Moda do século.** São Paulo: Cosac & Naif, 2000.

BAXTER, M. **Projeto de produto:** guia prática para o desenvolvimento de novos produtos. São Paulo: Blücher, 1998.

BECKETT, W. **História da pintura.** São Paulo: Ática, 1997.

BELTRAME,G. **Il Disegno Del figurino di Moda.** Firenze: Editoriale Paradigma, 1990.

BENÂIN, L. **Issey Miyake.** (Coleção Universo da Moda). São Paulo: Cosac & Naify, 1999.

BIANCHI, A. **Plantando o Axé:** uma proposta pedagógica. São Paulo: Cortês, 2000.

BRITTAIN, J. **Guia prático**: trabalhos de agulha. Porto: Cia Editora do Minho, 1993.

BONSIEPE, G. **Design:** do material ao digital. Florianópolis: SENAC/SC, 1997.

BORDENAVE, J. Prefácio. In: BERBEL, N. (org). **Metodologia da problematização:** esperiências com questões do ensino superior. Londrina, PR: EdUEL, 1998.

BURSZTYN, M. (org). **Ciência, ética e sustentabilidade.** Desafios para o novo milênio. São Pualo: Cortez / Unesco, 2001.

CALDAS, D. **Observatório dos Sinais:** teoria e prática da pesquisa de tendência. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.

CASTILHO, K. **A moda do corpo o corpo da moda.** São Paulo: Esfera, 2002.

_____. O design de Moda, o re-design do corpo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8, 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2005. 1 CD-ROM.

CARELLI, W. Meu amigo Livio Rangan. **Rev Vogue Brasil**, s.d.

CONCEIÇÃO, J. **Terra de Quilombo.** Salvador: Projeto Ilê Aiyê, 2000.

DENIS, R. C. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Blücher, 2000.

DOLZAN, J. **Metodologia do design de moda:** uma proposta. [Texto não publicado]. Florianópolis: Udesc, 2004.

DROSTE, M. **Bauhaus Archiv.** Berlin: Bauhaus-Archiv Museum, 1994.

EDWARDS, B. **Desenhando com o lado direito do cérebro.** Rio de Janeiro: Ediouro, 1984.

_____. **Exercícios para desenhar com o lado direito do cérebro.** Rio de Janeiro, Ediouro, 2003.

DURAND, C. Moda luxo e economia. In: Moda Brasil. s.ed., 1988.

FRANÇA, R. Design e artesanato: uma proposta social. **Rev Design em Foco**, v. II, n. 2, jul./dez. 2005.

FEGHALI, M. K.; DWYER, D. **As engrenagens da moda.** Rio de Janeiro: Senac, 2001.

FERREIRA, E. L. **Corantes naturais da flora brasileira:** guia prático de tingimento com plantas. Curitiba: Optagraf, 1998.

FERRON, W. M. **Fazer roupa virou moda:** um figurino de ocupação da mulher. São Paulo, 1996. Tese (Doutorado em História da Economia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade São Paulo, São Paulo.

FISCHER-MIRKIN, T. **O código do vestir:** os significados ocultos da roupa feminina. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

GOMBRICH, E. H. **A história da arte.** Rio de Janeiro: LTC, 1999.

GOMES, L. V. N. **Criatividade:** projeto, desenho, produto. Santa Maria: SchdS, 2001.

GROPIUS, W. **Bauhaus:** Novarquitetura. São Paulo: Perspectiva, 1972.

HIRANO, S. **Pesquisa social, projeto e planejamento.** São Paulo: Queiroz, 1979.

HOLANDA, F. **Zuzu Angel a Força do Anjo.** Rio de Janeiro: Luck Artes Gráficas. S/d.

HOLLANDER, A. **O sexo e as roupas:** a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

KUYPER, J. Design é uma arte social. **Rev Aldeia Humana.** Florianópolis: Senai/Lbdi. 1995.

KAMINSKI, P. C. **Desenvolvendo produtos com planejamento, criatividade e qualidade.** Rio de Janeiro: LTC Editora, 2000.

KÖHLER, C. **História do vestuário.** São Paulo: Martins Fontes, 2001.

JONES, S. J. **Diseño de moda.** Barcelona: Blume, 2002.

_____. **Fashion design** - Manual do estilista. São Paulo: Cosacnaify, 2005.

LAVER, J. **A roupa e a moda:** uma história concisa. São Paulo: Cia da Letras, 1990.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras: 2001.

LIPOVETSKY, G. **O luxo eterno.** São Paulo: Companhia das letras, 2004.

LUKE, A. F. **Eco-Design:** progetti per un futuro sostenibele. Itália: Logos, 2003.

LUNGE, A, F. **Corpo e imaginário social.** Florianópolis, 2002. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

MAY, Rollo. **A coragem de criar**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 15. impr. s.d.

MALAGUTI, C. Ecodesign. **Net.** Disponível em: <http://cgecon.nre.gov.br.groups/ecodesign/newsletter-02-01>. Acesso em jul. 2003.

MASi, D. **O ócio criativo.** Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

MATTAR, H. Responsabilidade Social: a empresa além do produto. Instituto akatu. **Net.** Disponível em: <http://www.akatu.net/conheça/visualizarconteudo.asp?info/D=815>.

MELLO e SOUZA, G. **O espírito das roupas.** 4. ed. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

MENDES, M. Desenvolvimento sustentável. **Net.** Disponível em <http://educar.sc.usp.br.biologia/textos/m_a_txt2.html.>.

MOUTINHO, M. R. **A moda no século XX.** Rio de Janeiro: Senac, 2000.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis.** São Paulo: Edusp, 2002.

MELLO, S. **Responsabilidade social corporativa e sustentabilidade.** Bureau Veritas para o Brasil, 2003.

MUNARI, B. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo: Martins Fontes, 2002.

MORIN, F. **A quietude da terra, vida cotidiana, arte contemporânea e projeto axé.** Bahia: Museu de arte moderna da Bahia, 2000.

O´HARA, G. **Enciclopédia da moda.** São Paulo: Cia das Letras, 2002.

OSTROWER, F. Criatividade e processo de criação. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

PALOMINO, E. **A moda.** São Paulo: Publifolha, 2002.

PAULVÉ, D.; BOYÉ, M. **Moda.** Milano: Fabbri Editori, 2000.

PERAZZO, L. F; MÁSLOVA, T. V. **Teoria e prática do saber.** São Paulo: Senac, 1997.

QUELUZ, M. (org) **Grupos de Estudo de Design cultura.** Curitiba: Editora Sol, 2005.

RIBEIRO, M. Ética e sustentabilidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8, 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2005. 1 CD-ROM.

RICH, S. **O papel do Gestor de design de moda no mercado globalizado.** Florianópolis, 2004. Tese (Doutorado), Universidade Federal de Santa Catarina e Universidade Estadual de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

ROBBINS, L. **O despertar na era da criatividade.** São Paulo: Gente, 1995.

RODRIGUES, I. **O Rio que virou Moda.** Rio de Janeiro: Memória Brasil,1994.

SALTZMAN, A. **El cuerpo diseñado.** Sobre la forma en el proyeto de la vestimenta. Buenos Aires: Paidós, 2004.

SEBRAE. **Cara brasileira:** a brasilidade nos negócios, um caminho para o “made in Brazil”. Brasília: Edição Sebrae, 2002.

SCHIAVO, M. Centro do conhecimento. O valor do design. **Net.** Disponível em: <http://www.comunicarte. com.br/design10/centvalor.html>.

SOBRAL, S. Tendência do design. In: LEAL, J. **Um olhar sobre o design brasileiro.** São Paulo: Instituto Unicemp / Imprensa Oficial do Estado, 2002.

TAMBINI, M. **O design do século.** São Paulo: Ática, 1999.

TREPTOW, D. Inventando moda - Planejamento de coleção. [Texto não publicado]. Brusque, SC, 2005.

<http://santamoda.com.br.artigo003>. Acesso em: 26 set. 2005.

<http://designbrasil.org.br/portal/desoignimpresa/ecodesignnews.jhtm/?idartigo=595>. Acesso em fev. 2006.

<http://www.ileaiye.com.br>. Acesso em: 06 jan. 2006.

<http://www.fernandalevy.com.br>. Acesso em: 06 jan. 2006.

<http://www.projetoaxe.org.br>. Acesso em: 06 jan. 2006.

<http://www.vol.com.br/modabrasil/biblioteca/grandes no,es/index.htm_ acesso 16 mar. 2006.

< www.londrina.pr.gov.br.educação>. Acesso em: 10 mar. 2006.

< www.adp.org.br>. Acesso em: 12 fev. 2006.

<http//imagens.google.com.braervicios el correodigital.com>. Acesso em 09 jul. 2006.

<http://www.abdl.org.br/article/print/104>. Acesso em: 06 jan. 2006.