

ENSINO DE DESIGN DE MODA

Experiências, Reflexões e Desafios

Danielle S. Simões-Borgiani
organizadora



Bagai



AVALIAÇÃO, PARECER E REVISÃO POR PARES

Os textos que compõem esta obra foram avaliados por pares e indicados para publicação

Catálogo na Publicação (CIP)
Aline Grazielle Benitez – Bibliotecária - CRB - 1/3129

L589 Ensino de design de moda: experiências, reflexões e
1 ed. desafios [livro eletrônico] / organizadora Danielle
Silva Simões-Borgiani. – 1.ed. – Curitiba-PR,
Editora Bagai, 2022.
PDF.

Bibliografia.

ISBN: 978-65-5368-063-0

1. Design de Moda. 2. Ensino. 3. Covid-19.

I. Borgiani, Danielle Silva Simões.

05-2022/106

CDD 370.1

Índice para catálogo sistemático:

1. Ensino: Design de Moda. 370.1

Proibida a reprodução total ou parcial desta obra sem autorização prévia da **Editora BAGAI** por qualquer processo, meio ou forma, especialmente por sistemas gráficos (impressão), fonográficos, microfílmicos, fotográficos, videográficos, reprográficos, entre outros. A violação dos direitos autorais é passível de punição como crime (art. 184 e parágrafos do Código Penal) com pena de multa e prisão, busca e apreensão e indenizações diversas (arts. 101 a 110 da Lei 9.610 de 19.02.1998, Lei dos Direitos Autorais).



<https://doi.org/10.37008/978-65-5368-063-0.13.05.22>

Este livro foi composto pela Editora Bagai.



www.editorabagai.com.br



[/editorabagai](https://www.instagram.com/editorabagai)



[/editorabagai](https://www.facebook.com/editorabagai)



contato@editorabagai.com.br

DANIELLE SILVA SIMÕES-BORGIANI
organizadora

ENSINO DE DESIGN DE MODA:
experiências, reflexões e desafios



1.^a Edição - *Copyright*© 2021 dos autores
Direitos de Edição Reservados à Editora Bagai.

O conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade do(s) seu(s) respectivo(s) autor(es). As normas ortográficas, questões gramaticais, sistema de citações e referencial bibliográfico são prerrogativas de cada autor(es).

<i>Editor-Chefe</i>	Cleber Bianchessi
<i>Revisão</i>	Os autores
<i>Projeto Gráfico</i>	Mirai Produção Editorial
<i>Imagem da capa</i>	Andreia Caroline Batista da Silva
<i>Capa</i>	Danielle Simões-Borgiani
<i>Finalização da capa</i>	Alexandre Lemos
<i>Conselho Editorial</i>	Dr. Adilson Tadeu Basquerote – UNIDAVI Dr. Anderson Luiz Tedesco – UNOCHAPECÓ Dra. Andréa Cristina Marques de Araújo - CESUPA Dra. Andréia de Bem Machado – UFSC Dra. Addressa Grazielle Brandt – IFC - UFSC Dr. Antonio Xavier Tomo - UPM - MOÇAMBIQUE Dra. Camila Cunico – UFPB Dr. Carlos Luís Pereira – UFES Dr. Claudino Borges – UNIPIAGET - CV Dr. Cledione Jacinto de Freitas – UFMS Dra. Clélia Peretti - PUCPR Dra. Daniela Mendes V da Silva – SEEDUCRJ Dr. Deivid Alex dos Santos - UEL Dra. Denise Rocha – UFC Dra. Elnora Maria Gondim Machado Lima - UFPI Dra. Elisângela Rosemeri Martins – UESC Dr. Ernane Rosa Martins – IFG Dra. Flavia Gaze Bonfim - UFF Dr. Helio Rosa Camilo – UFAC Dra. Helisamara Mota Guedes – UFVJM Dr. Humberto Costa – UFPR Dr. Jorge Carvalho Brandão – UFC Dr. Jorge Henrique Gualandí - IFES Dr. Juan Eligio López García – UCF-CUBA Dr. Juan Martín Ceballos Almeraya - CUIM-MÉXICO Dra. Karina de Araújo Dias – SME/PMF Dra. Larissa Warnavin – UNINTER Dr. Lucas Lenin Resende de Assis - UFLA Dr. Luciano Luz Gonzaga – SEEDUCRJ Dr. Luiz M B Rocha Menezes – IFTM Dr. Magno Alexon Bezerra Seabra - UFPB Dr. Marciel Lohmann – UEL Dr. Márcio de Oliveira – UFAM Dr. Marcos A. da Silveira – UFPR Dra. María Caridad Bestard González - UCF-CUBA Dra. Nadja Regina Sousa Magalhães – FOPPE-UFSC/UFPe Dra. Patricia de Oliveira - IF BAIANO Dr. Porfírio Pinto – CIDH - PORTUGAL Dr. Rogério Makino – UNEMAT Dr. Reginaldo Peixoto – UEMS Dr. Ricardo Cauica Ferreira - UNITEL - ANGOLA Dr. Ronaldo Ferreira Maganhotto – UNICENTRO Dra. Rozane Zaionz - SME/SEED Dra. Sueli da Silva Aquino - FIPAR Dr. Tiago Tendai Chingore - UNILICUNGO – MOÇAMBIQUE Dr. Thiago Perez Bernardes de Moraes – UNIANDRADE/UK-ARGENTINA Dr. Tomás Raúl Gómez Hernández – UCLV e CUM - CUBA Dr. Willian Douglas Guilherme – UFT Dr. Yoissell López Bestard- SEDUCRS

SUMÁRIO

O ENSINO DA HISTÓRIA E ESTÉTICA DA PRODUÇÃO DOS ESTILISTAS INTERNACIONAIS E A SUA AÇÃO FORMADORA EM TEMPOS DE PANDEMIA COVID-19.....	10
---	-----------

Maria Teresa Lopes Ypiranga

MODA E MEMÓRIA: EXPERIÊNCIA DE CURSAR UMA DISCIPLINA ESPECIAL ONLINE	21
---	-----------

Gutianna Michelle de Oliveira Dias | Simone Grace de Barros

ENSINO REMOTO DE COLEÇÕES DO VESTUÁRIO NO CURSO DE DESIGN/UFPE-CA DURANTE PANDEMIA DO COVID-19: RELATO DE EXPERIÊNCIA	32
--	-----------

Danielle Silva Simões-Borgiani | Joice Arielly Costa Salles

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO CURSO SUPERIOR EM DESIGN DE MODA: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA	41
---	-----------

Lais Helena Gouveia Rodrigues | Samantha Grasielle Camara Pimentel | Karina Carla de Araújo Fernandes | Luiz Clério Duarte Júnior

O ENSINO DE DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIOS DE MODA EM MEIO AO CENÁRIO PANDEMICO: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA ..	52
--	-----------

Selma Maria Barbosa dos Anjos

REAPROVEITAMENTO DE RESÍDUOS TÊXTEIS: APLICANDO UPCYCLING NA INDÚSTRIA CALÇADISTA	60
--	-----------

Jacqueline da Silva Macêdo | Laura Maria Abdon Fernandes | Ana Carolina Monteiro Gonçalves Agra | Daniella Priscila de Mélo Magalhães | Andréa Fernanda de Santana Costa

AS COMPETÊNCIAS DO MODELISTA DE VESTUÁRIO INDUSTRIAL	72
---	-----------

Icléia Silveira | Valdecir Babinski Júnior | Lucas da Rosa | Luciana Dornbusch Lopes

MODA SUSTENTÁVEL: ESTUDO DE VIABILIDADE PARA APLICAÇÃO DE CORANTES NATURAIS EM TÊXTEIS DE ALGODÃO	88
--	-----------

Daniella Priscila de Mélo Magalhães | Jacqueline da Silva Macêdo | Ana Carolina Monteiro Gonçalves Agra | Laura Maria Abdon Fernandes | Andréa Fernanda de Santana Costa

PROJETO INTEGRADOR COMO METODOLOGIA ATIVA NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS NO CURSO SUPERIOR EM DESIGN DE MODA: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA	102
--	------------

Samantha Grasielle Camara Pimentel | Karina Carla de Araújo Fernandes | Luiz Clério Duarte Júnior | Iris Brenda Mendes | Tenafae da Silva Lordêlo

REFLEXÃO-NA-AÇÃO NO ENSINO DE DESIGN DE MODA: O PAPEL DE DISTINTOS ATORES SOCIAIS NA CRIAÇÃO DE PRODUTO 113

Alice Sukiennik | Vitória Cumerlato | Celso Scaletsky

A FORMAÇÃO POR COMPETÊNCIAS E O ESTUDO DA SEGMENTAÇÃO DO MERCADO DE MODA ATRAVÉS DE VISITA TÉCNICA EM EMPRESAS DO VESTUÁRIO LOCALIZADAS EM SHOPPING DO RECIFE..... 126

Paava de Barros de Alencar Carvalho Filgueira | Ana Priscila do Ó Tidey

DEMETRA: CONSOLIDAÇÃO DE EXPERIÊNCIA PRÁTICA DO COMPONENTE MODA EM REVISTA DO CURSO DE DESIGN | UFPE 138

Simone Barros | Maria Tereza Poças | Hans Waechter

VOGA EMPREENDER EM MODA: UMA PONTE PARA O MERCADO DE MODA..... 148

Anete Sales Sales da Paz Ramos da Silva | Camila Brito de Vasconcelos | Daniela Vasconcelos de Oliveira | Dario Brito Rocha Júnior | Karina Carla de Araújo Fernandes | Paava de Barros de Alencar Carvalho Filgueira

SOBRE A ORGANIZADORA..... 162

ÍNDICE REMISSIVO 163

APRESENTAÇÃO

Embora a adaptação, mudança e transformação sejam características intrínsecas ao ato de ensinar, até então não havíamos sentido uma necessidade tão emergencial quanto a pandemia nos causou. O impacto inicial de cessar os espaços de trocas e aprendizados físicos, foi um marco impulsionador na reflexão de docentes que se entregam nas suas práticas cotidianas com afinco. Afora pensar na condição da sala de aula e nas possíveis consequências que a pausa traria, houve também a questão emocional, mexida pelo desconhecido que foi o início da pandemia do Covid-19.

Logo veio o novo desafio: o ensino remoto. Adaptar as casas, transformar os espaços domésticos muitas vezes sem estrutura de *home office*, para minimamente estabelecer um contato de aula online através de ferramentas digitais. Muitas questões foram levantadas: professores muitas vezes sem preparo para ensino online; alunos e professores sem condições domésticas de propiciarem um ambiente para aulas online; ambos abalados emocionalmente, entre outros fatores que convergiam para um resultado negativo da experiência.

Por outro lado, houve uma característica sublime que sobressaiu muitas vezes, a de se desafiar para conseguir. Houve aluno assistindo aula do celular, pois não tinha computador em casa; houve professor se desdobrando para aprender como fazer uma aula remota envolvente. Não me posiciono aqui que essa tenha sido a melhor condição, não, não foi. Mas há de se reconhecer e destacar as experiências que tiveram êxito nesse momento tão delicado e difícil que todos os docentes e os alunos passaram. Algumas instituições de ensino deram suporte aos professores e alunos, do ponto de vista de equipamentos, mas não foi a realidade de muitos. Num cenário ideal, uma política pública poderia ter suprido para todos uma oferta da educação factível na ocasião do ensino remoto.

Nos dias atuais, vivenciamos o ensino híbrido (presencial e remoto) e em algumas instituições, a volta do totalmente presencial já aconteceu. Como professores, nunca mais seremos os mesmos. Os desafios árdus da pandemia, nos colocaram a repensar práticas, desenvolver mais empatia, e, para os positivistas, podem ser vistos como um momento de se ressignificar como professor. Quanto esse momento te fez refletir sobre a sua prática? Sobre as suas exigências? Sobre a sua conduta? Sobre a sua escolha de continuar professor? O que foi surpreendente diante do desconhecido? Quanto você permitiu se transformar?

Como pesquisadora e professora, sempre busco novas experiências para melhorias do processo de ensino-aprendizagem na formação em Design de Moda e aqui neste livro, reunimos experiências exitosas ocorridas durante a pandemia do Covid-19 e algumas outras anteriores à pandemia, que apresentam interdisciplinaridade com maestria. Há também experiências de extensão em projetos permeados pela sustentabilidade dignos de apreciação e disseminação.

O capítulo um apresenta a experiência do ensino com adaptação da disciplina “História e estética da produção dos estilistas internacionais” para o formato remoto durante a pandemia. A docente apresenta resultados exitosos, considerando flexibilização de algumas práticas pedagógicas.

No segundo capítulo há um relato do ponto de vista da aluna acerca da disciplina Moda e Memória cursada de forma especial na pós-graduação em Design na UFPE com contribuições da coautora, a docente. São pontos de vistas interessantíssimos, apresentando como a formação pode ser transformadora para o aluno.

No capítulo três apresento um relato de minha experiência de ensino remoto, escrito em coautoria com minha monitora da ocasião. A disciplina de Projeto e Planejamento de Coleções do Vestuário foi ministrada integralmente de forma remota. No capítulo exponho todo planejamento de aulas, atividades avaliativas, e alguns resultados obtidos.

Destaca-se no quarto capítulo uma experiência interdisciplinar que tem como temática transversal a moda inclusiva. Os resultados por si só apresentam o admirável trabalho dos docentes e alunos em realizar o projeto.

Outra experiência ocorrida durante a pandemia é a relatada no quinto capítulo. A professora apresenta diversas adaptações que fez na sua disciplina acessórios de moda para modalidade remota, que são de “tirar o chapéu”, uma vez que a disciplina é majoritariamente prática, e contava com os laboratórios equipados no ambiente presencial.

Logo em sequência, o capítulo seis também trata de acessórios, desta vez, com foco em calçados. O projeto de extensão propôs o reaproveitamento de resíduos têxteis, utilizando-se do *upcycling* para indústria calçadista.

No capítulo sete os autores apresentam competências para o modelista de vestuário industrial. Apontam reflexões necessárias para serem adotadas em formação, destacando a tríade: conhecimento, habilidade e atitude.

O capítulo oito apresenta um estudo de viabilidade para uso de corantes naturais em têxteis de algodão. Há de se destacar nesse estudo o primor metodológico do estudo.

Outra experiência relatada que envolve a sustentabilidade e interdisciplinaridade, é apresentada no capítulo nove. Neste, os professores compartilham seus instrumentos de acompanhamento e condução do projeto.

Uma discussão sobre a formação, é apresentada no capítulo dez, onde se apontam os atores sociais com ativos no processo criativo para desenvolvimento de produtos. Traz à tona a questão da cocriação.

No capítulo onze apresenta-se a formação por competências e uma prática de ensino e extensão realizada com atividade de campo com temática de segmentação de mercado e mercados de luxo da moda.

O capítulo doze, apresenta um relato da consolidação da DEMETRA, uma revista de moda, construída através da disciplina Moda em Revista. Uma atividade envolvente e interessante para formação por aproximar informação, comunicação e design, propiciando ao aluno, conhecimentos de editorial de moda.

O último capítulo apresenta um projeto interdisciplinar que tem o empreendedorismo como principal aporte e estimula nos alunos concluintes a prática mercadológica.

Findo esta apresentação, convidando a leitura que não precisa ser linear, ela pode ser apreciada de acordo com os interesses do leitor. Desejo que estas experiências sirvam como *insight* para outras e que esta obra, permita que sua prática docente seja sempre revista, aprimorada, superada e que principalmente, lhe traga satisfação em realizá-la com afinco.

A organizadora

O ENSINO DA HISTÓRIA E ESTÉTICA A PRODUÇÃO DOS ESTILISTAS INTERNACIONAIS E A SUA AÇÃO FORMADORA EM TEMPOS DE PANDEMIA COVID-19

Maria Teresa Lopes Ypiranga¹

INTRODUÇÃO

Os pormenores discutidos nesse capítulo, atinentes a disciplina de História e Estética da Produção dos Estilistas (HEPE) são relativos à sua oferta nos anos de 2020, 2021 e 2022, mesmo período em que a sociedade estava num processo global de pandemia do Covid-19. A disciplina tem a sua ação formadora organizada em diversos temas relevantes e transversos a história da moda, mas com um recorte em particular que se fundamenta em dois argumentos centrais, o processo histórico e a valoração estética que se organizaram e se consolidaram como moda e cultura material nas sociedades europeias, notadamente a francesa, dos séculos XIX e XX.

A base das ilações e análises propostas no curso buscaram pela avaliação do espírito do tempo e dos comportamentos humanos a eles atrelados, em associação ao entendimento de como a emancipação feminina foi consonante a esse contexto, e como ela também se organizou como um valor estético que permitiu as mulheres terem na sua aparência um lócus de negociação de importantes pautas libertárias que estavam sendo vivenciados econômica, social e culturalmente.

Esses argumentos visam proporcionar aos alunos o entendimento do sentido da produção e da valoração social e cultural dos estilos, historicamente, dentro dos campos do design e da comunicação, que permitiram, cada um a seu tempo, a construção das vanguardas e vigências tanto de pensamentos quanto de aparências proporcionais as demandas de gênero, considerando a moda, como uma atuação comunitária que até hoje resvale e vigora na dinâmica social e antropológica das sociedades globais da contemporaneidade.

Para compor o seu bojo instrumental e teórico trabalha-se como conteúdo programático, para o desenvolvimento do processo de ensino e aprendizagem da

¹ Pós-doutoranda em Semiótica (SORBONNE UNIVERSITÉ – Paris 1). Doutorado em Design (UFPE). Professora adjunta (UFPE). CV: <http://lattes.cnpq.br/6667848685706302>

disciplina, os seguintes argumentos:

1. A história do estilismo e como essa ordenação profissional e social se consolidou, com o passar dos dois séculos, como sistema de moda e como fenômeno cultural de busca incessante pelo novo;
2. Os estilistas (homens e mulheres) que impulsionaram, com o seu olhar particular, os comportamentos de moda e como suas criações passaram a ser arquétipos da representação social, econômica e distintiva² das sociedades da época em que vigoraram;
3. As influências estéticas e inovadoras da moda europeia que comprometeram a comunicação social e as mudanças aparentes dos corpos e comportamentos femininos, em cada década;
4. E por fim, as questões de gênero que estavam postas como agentes fundantes na sociedade, e que se configuram como ação para a emancipação e libertação feminina e assim colaboraram para o desenho de corpos e aparências.

De posse do entendimento de que conteúdos formativos são adotados e em que circunstâncias eles foram aplicados se pode entender que essa é uma disciplina que foi pensada e ricamente produzida a partir de imagens e textos históricos, mas que para ela ter sentido, a participação do aluno é fundamental. Principalmente, na hora de serem realizadas as trocas de saberes na sala de aula. Daí se consistiu um grande desafio a transposição desse conteúdo presencial para as plataformas digitais e dinâmicas de aulas síncronas e assíncronas ofertadas pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE em seu período pandêmico e de ensino remoto.

Assim, foi preciso fazer grandes mudanças de ordem mesmo pragmática que possibilitaram construir uma nova relação de ensino e aprendizagem, agora pautada menos na exposição teórica por parte da professora e mais no engaste de ideias a partir de imagens, cujo intuito foi de trazer o aluno para mais perto do conteúdo, tornando dessa forma, o conteúdo mais convidativo. Um exemplo foi fazer a transferência para eles das relações de pesquisa e da produção das imagens utilizadas no ambiente virtual de aprendizagem, outro recurso foi a produção de resenhas e a discussão das mesmas e a apresentação de mais seminários, cujas discussões foram mais pontuais, como no caso dos arquétipos femininos percebidos e estabelecidos pelos estilistas e até mesmo a produção de croquis semanais, de inspiração nos discursos estéticos trabalhados em sala de aula.

Com essas atitudes se pode observar que os alunos estiveram mais presentes, sendo protagonistas nas principais tomadas de decisão da disciplina e por

² Bourdieu, P. (2007)

consequente menos distanciados pelo meio digital que se colocou, e isso pode ser constatado pelas dúvidas frequentes e exposições de argumentos feitas durante a semana, com perguntas pelo WhatsApp e Google Classroom e pela comunicação intensa na sala de aula.

O CONTEXTO DE ENSINO E APRENDIZAGEM NA PANDEMIA: DESAFIOS E A NECESSIDADE DE NOVAS POSTURAS

A incorporação das ferramentas digitais Google Meet e Google Classroom nas dinâmicas diretas de ensino e aprendizagem da UFPE se constituíram em um desafio particular para os conteúdos de design de moda, suscitando posturas mais proativas e colaborativas por parte de todos os envolvidos. O primeiro recurso didático, cuja finalidade é de ser uma plataforma de videoconferência, na prática funcionou como ponto de encontro e de trocas síncronas, proporcionando um contato muito distanciado e sem a qualidade da permanência diante dos fatos a serem discutidos; já o segundo, que centralizou em um único espaço toda gestão de aprendizado e ensino das turmas, funcionou como o repositório e a memória da disciplina e, portanto, gestor da vida assíncrona de professora e alunos, gerando um prolongamento na via útil das aulas, uma qualidade na oferta de conteúdos como filmes e séries, mas que por um outro lado e em dada medida, trouxe um certo acomodamento por parte dos alunos, uma expectativa falsa de que tudo estivesse disposto lá, sem precisar da dinâmica da sua colaboração.

A utilização de ambos permitiu o entendimento de que se estava diante de uma mudança de paradigma muito grande nas relações de troca para a aprendizagem, no sentido de que os conteúdos que estavam pautados anteriormente na correspondência direta de falas, gestual e olhares e na presença como elo e conectividade, passara, de uma hora para outra, a ter a sua realidade mediada por uma ambiência digital, distanciado e contendo a invasão da privacidade doméstica, passando a ser um fato ponderado que suscitou novos comportamentos por parte dos dois lados, numa relação ambivalente, mas que precisava ser vivenciada obrigatoriamente devido a vida pandêmica.

Por mais que se solicitasse aos alunos a abertura das janelas foi mantendo-as fechadas que a maior parte do conteúdo foi lecionado, esse tipo de sala de aula digital proporcionou a invisibilidade dos rostos, corpos e das realidades tão distintas de cada aluno, e isso, logo num curso de design de moda onde a aparência e a criação no próprio corpo são fatos comuns e importantes para o cotidiano

e a constituição profissional dos alunos. Isso, particularmente, se colocou como um outro desafio, pois os exemplos discutidos a partir das indumentarias dos próprios educandos, ação que acaba os incluindo na aula, foram os primeiros a sair de cena, a roupa da professora e o seu gestual também, e com isso, muito das trocas realísticas que a presença ajuda a incorporar foi perdida.

A INCORPORAÇÃO DE MUDANÇAS NA PRÁTICA DA DISCIPLINA

Para superar a aridez do espaço de aula digital foram incorporadas algumas mudanças no decorrer da disciplina. Mudanças essas que permitiram uma participação maior dos alunos, convocando-os a mostrar a sua opinião e exibir suas habilidades e ideias. A primeira e mais significativa, pela intensa colaboração deles, foi a inserção dos **desenhos de croquis**, que foram solicitados aos alunos após uma explicação no Google Meet dos valores dos estilistas e das épocas em que vigoraram. Eles tinham uma semana para escolher um estilista e fazer um croqui inspirado na sua proposição visual e apresentar na aula decorrente. Essa atividade permitiu também que os alunos falassem sobre os contextos socioculturais e aprofundassem temas discutidos anteriormente, se configurando como uma parte da aula bem participativa e dinâmica.

A segunda mudança inserida foi a incorporação da **análise de arquétipos femininos**, atividade que consistiu em se compreender os estereótipos de mulheres elaborados e dados sentido pelos estilistas, a partir de suas concepções de estilo. O romantismo de Dior, os empoderamentos de Chanel e Saint Laurent, o surrealismo de Schiaparelli e a liberdade de Vionnet, foram alguns conceitos observados e trabalhados pelos alunos em seus desenhos. O entendimento desses arquétipos foi muito importante para que eles compreendessem como era sociedade da época e como ela recebia e ao mesmo tempo demandava os ideais de mulher estimulados pelos estilistas.

Como forma de cobrar uma participação mais teórica dos alunos foram introduzidas as **resenhas de textos para discussões** em sala de aula, que consistiram numa forma de manter o aluno interessado na parte teórica da disciplina, e que não ficasse toda a exposição da teoria na responsabilidade do professor. Simulando uma sala de aula invertida, os alunos precisavam ler os conteúdos dos textos, disponibilizados no início do semestre, e resenhá-los em casa, para que pudessem expressar na sala de aula as ideias contidas neles. Esse foi o conteúdo que teve um menor número de participantes, mas ainda assim surtiu efeito com apresentações valorosas e diminuindo muito a quantidade de plágios.

A DISCUSSÃO E O APROFUNDAMENTO DAS QUESTÕES DE GÊNERO E EMANCIPAÇÃO FEMININA

Nesse contexto tão comprometido, que englobou a disciplina que foi lecionada, a realidade pandêmica e a necessidade de confinamento e ensino remoto, um fator que saltou aos olhos, foi o aumento dos números relativos à violência doméstica e feminina, muito decorrente da permanência das pessoas em casa e do tempo de convivência familiar, devido aos decretos dos governos nacional e estaduais de confinamento e *lockdown*.

Assim, muitas vezes, os alunos ao se verem diante dos sistemas de opressão social que a moda ao longo do tempo respondeu e demandou das mulheres acabavam fazendo relações e apontando questões que se arrolam com a dinâmica de abuso da atualidade, citando números e questionando valores como o patriarcalismo, a construção social do olhar opressor do homem sobre o corpo da mulher e a falta de liberdade que as mulheres tinham no início do século XX e as semelhanças com o confinamento por determinação política no concernente a saúde pública e pandêmica dos dias atuais.

Dessa maneira, fez-se a opção por um aprofundamento no recorte de gênero que já existia, mas que permitisse agora o diálogo – corpo feminino e violência – e que contemplou questões como: a construção simbólica da aparência feminina e como ela está associada a cultura do estupro, as referências estéticas dos últimos cem anos de moda e como elas ainda estão presentes incentivando a violência/opressão feminina e outros temas associados as dinâmicas de gênero e a emancipação, no sentido de que a discussão viesse a atender pontos relativos ao conteúdo e ao mesmo tempo permitissem o debate das diversas visões associadas ao corpo feminino e como ele é um espaço diverso de poder, e que muitas vezes atende a manipulação enquanto imagem e objeto da moda.

Outra discussão importante, perpassada pelas questões de gênero, se deu não mais no âmbito da violência, mas sim acerca dos processos de significação histórica que o desenho do corpo feminino obteve, ao sofrer a influência dos fenômenos de moda, desenvolvidos ao longo dos últimos cem anos. Ao observar-se a linha do tempo abaixo pode-se elaborar uma discussão mais aprofundada de como a mulher lutou, a partir da sua aparência e de cada balizagem de estilo: altura da saia, marcação da cintura, profundidade do decote, entre outros, para ter o poder de representar em seu corpo as suas variabilidades e dinâmicas socioculturais em cada época, construindo assim, na sua aparência um local de resistência e de empoderamento, sendo também um espaço para a sua história e de seus processos emancipatórios.



Fonte: Michael Tambini – Do livro: O Design do Século

Para que fossem superados os hiatos de aprendizagem que surgiram devido as novas questões apresentadas pelos alunos, foram incorporadas de maneira transversal novas autoras que se destacam no *front* das questões de gênero, sendo elas: Judith Butler (1993), Michelle Perrot (2017) e Joan Scott (1989). Essas autoras foram adicionadas a partir de leituras de vários textos que foram disponibilizados via Google Classroom, logo no início do semestre e que foram, ao longo das aulas, sendo discutidas no Google Meet.

Assim, depois de decorridas as análises textuais e as discussões pertinentes, os alunos puderam entender que a luta pela emancipação feminina foi e é travada em todos os campos da sociedade e historicamente teve na moda, notadamente na imagem feminina, um espaço importante de embates e conquistas. Outro ponto importante, foi a compreensão de que essas lutas acabam ocorrendo em diversos espaços, e que um deles é o próprio corpo feminino e a sua aparência como tornou evidente a argumentação teórica e a ação pragmática que fora incrementada na disciplina.

AS LINHAS DO TEMPO HISTÓRICO COMO ARGUMENTOS PARA REFLEXÃO DO QUE É SER MULHER EM SEU TEMPO HISTÓRICO

Um outro recurso didático importante, e portanto, uma mudança inserida nas aulas, que aqui merece ser destacado como tendo um efeito muito positivo entre os alunos foi a utilização das linhas do tempo, para dar visualidade à discussão da ação e da exemplificação dos olhares estéticos masculinos e femininos como proposição de moda. O uso delas tornou mais evidente como cada tempo e estilista promoveu uma proposição para a aparência feminina, criando o seu arquétipo, e em efeito resposta há como cada época empreendia o sentimento de se ser uma mulher.

Abaixo segue a segunda linha do tempo, pois a primeira foi apresentada no item escrito anteriormente:



Fonte: da autora, LOPES, M.T. (2016)

A segunda linha do tempo, disposta acima, é relativa à produção estética do que foram chamados de os quatro modernos, Lopes, M.T. (2016), com as proposições de Frederick Worth, Paul Poiret, Christian Dior e Yves Saint Laurent, e evidencia o que o olhar masculino desses quatro estilistas propôs como estilo para as mulheres na ocasião. Essa linha assume uma trajetória de significação que parte de uma ordem opressora do vestir e segue em negociação estética, até migrar para uma aparência mais emancipatória, inclusive que abraça a calça comprida como objeto de moda para as mulheres. Destacando assim, Saint Laurent, que propunha o empoderamento feminino, a partir de uma mimese com a ordem visual e de poder masculina.

Já na linha do tempo abaixo, a terceira ofertada, se pode destacar a criação do olhar feminino para as experiências de vida e os corpos femininos:



Fonte: da autora, LOPES, M.T. (2021)

Essa linha, também apresentada em sala de aula, buscou representar e, portanto, favorecer as discussões que evidenciassem as proposições estéticas de mais quatro estilistas, só que agora todas sendo mulheres, mostrando a resposta feminina e assim o seu protagonismo de gênero, como criadoras de uma aparência que atendeu as repercussões, no corpo das mulheres, de um contexto social, econômico e cultural de início e meados do século XX. Esse rebate proposto pelas estilistas teve o intuito de atender, a entre outros temas, a saída da mulher do confinamento da ambiência doméstica e sua entrada, muito ainda de forma tímida no mercado de trabalho.

As quatro estilistas apresentadas são Gabrielle Chanel, Elza Schiaparelli, Madeleine Vionnet e Jeanne Lanvin, que vão cada uma a seu momento, introduzir na ergonomia das roupas e por conseguinte na estrutura aparente e na estética feminina, questões como mobilidade, conforto, inovação, liberdade e, portanto, uma ordem mais empática ao cotidiano feminino e, portanto, emancipatória, e com isso, fazer com que a própria mulher seja a produtora de sentidos para o seu vestir. O olhar feminino sobre o corpo e as vicissitudes femininas. Passando assim a incorporar questões como a da negação de experiências opressoras de suas indumentarias, como fora o caso dos contundentes espartilhos e o seu prejuízo de mobilidade corpórea e bem-estar geral.

Outro fator destacado foi o domínio do subir e descer dos recentes carros, metrô e locomotivas a vapor, o sentar e levantar dos postos de trabalhos em ateliês e fábricas, a datilografia, o atender de telefones e o frenesi da locomoção pelas ruas que serão todos incrementos gestuais que irão ser inseridos no cotidiano de homens e mulheres, no período entre e pós-guerras, e que tiveram consequências, notadamente, no corpo das mulheres. Esses aportes de inovação na sociedade serão fundamentais para fazer ruir a égide e o assujeitamento, por exemplo, da silhueta “S”. Essa constatação faz compreender que a percepção dessas mulheres estilistas, e a sensibilidade delas para o que acontecia com as outras mulheres que estavam sob esse contexto tecno-tecnológico, foram fundamentais para incluir no vestir feminino o rompimento, por exemplo, com a imobilidade das roupas e a profusão de ornamentos, permitindo assim a retirada do ato de vestir do patamar das comorbidades para as mulheres.

Conjuntamente, as três linhas do tempo tiveram o objetivo de esclarecer a relação da passagem do tempo em relação a ação humana para a composição de modas e do vestir, trazendo esses atos como campo do pensamento artificial e

estilístico. Elas ainda oportunizaram destacar como a mulher precisou negociar medida a medida e com cada marcação de estilo para se consolidar como gênero capaz de autogestão e de produção da sua autoimagem.

Essas linhas do tempo ainda proporcionaram o entendimento de que foi importante acontecer o protagonismo feminino, para que as mulheres pudessem ter liberdade ao e para vestir. Sair, esteticamente, da posição de atendimento as proposições valorosas do olhar masculino foi fundamental para que elas pudessem se posicionar como gênero numa sociedade patriarcal e opressora quanto ao ethos feminino.

Em parceria com os alunos, se pode compreender então que foi a partir da participação da própria mulher como figura proeminente na concepção e produção da sua indumentaria, que do ponto de vista da produção estética dos estilistas, as mulheres puderam fazer da sua imagem um fato histórico – roupas, significados e aparência, todos juntos.

E essas estilistas, assim o fizeram ao incorporar nas roupas, a partir de modelagens inovadoras, a subjetividade contida nos questionamentos valorosos de um sistema de sujeição da mulher à ordem patriarcal e machista vigente. Essa ordem se valia na época e em muitos casos se vale até hoje, do corpo das mulheres para tornar real e tangível os anseios e expectativas de feminino dos homens, mas que, infelizmente, em sua essência não considerava questões como a saúde feminina, seu bem-estar, o desejo e escolhas das mulheres como elementos essenciais para a composição da moda e do vestir feminino.

Podendo-se concluir então que será a conquista pelas mulheres, no campo da moda, da retração do olhar masculino enquanto fundamentalismo estético que recai sobre o vestir feminino, que permitirá a elas, por exemplo, respirarem melhor ao conseguirem abolir o espartilho ou terem uma locomoção mais confortável nas ruas ao subirem o embainhado de suas saias, evidenciando assim o diálogo importante que existe entre o corpo das mulheres, a moda e os diversos estágios históricos da emancipação feminina.

CONSIDERAÇÕES FINAIS E ALGUMAS REFLEXÕES

A primeira consideração a ser feita se refere a importância da disciplina para a formação dos alunos de comunicação e design, no sentido de permitir que eles possam discutir questões que permeiam os processos históricos e estéticos que manejaram a produção de moda do século XX, e por conseguinte, as visibilidades

e invisibilidades das questões de gênero, notadamente, ao que concerne as relações da emancipação feminina. Esse corte no processo de ensino e aprendizagem proporcionou uma contemporização do conteúdo, abrindo um leque formativo maior e mais condizente com a realidade deles em tempos pandêmicos.

Outro ponto de mudança foi a aposta em ampliar a adoção de atividades práticas com a finalidade de melhorar a relação de ensino e aprendizagem, um viés adotado que surtiu um efeito positivo, deixando os alunos mais presentes e mais participativos, tornando-os protagonistas em suas falas, habilidades e colocações, principalmente, quando eles apresentavam seus croquis e faziam a discussão da correlação do que havia sido aprendido anteriormente.

Assim, fica o aprendizado de que as relações de se ensinar e aprender estão imbricadas à sociedade que se é vivida, e, portanto, estão sujeitas as interferências da realidade que as abraça. Nesse sentido, mudanças em sentidos variados foram fundamentais para que a disciplina de HEPE pudesse ocorrer na dinâmica árida dos tempos da pandemia de Covid-19. Tempos esses que empreenderam o ensino remoto como uma das formas de controle do aumento do número de casos. Nesse contexto, residiu o senso das modificações aqui narradas, compreendendo um esforço para deixar o conteúdo mais atrativo para os alunos e assim superar a esterilidade do ambiente digital de ensino.

Por fim, pode-se então refletir que a revisão pedagógica das relações de ensino e aprendizagem foi de suma importância quando se quis manter viva e atual as relações de interesse e busca pelo conhecimento, tanto por parte dos alunos, quanto da professora. Por isso foi fundamental para todos que as mudanças adotadas refletissem as questões emergentes que todos estavam vivendo. Não foi fácil trazer a realidade trágica para uma disciplina que em sua maior parte fala das relações de belo que a história da moda suscitou, mas ver como as sociedades desenham os corpos femininos a qualquer tempo, no final, se tornou essencial para que todos pudessem mitigar as agruras e tragédias ocorridas na sociedade nesses anos pandêmicos, ficando assim à necessidade de adaptação dos conteúdos como a pedra fundamental para se dar prosseguimento às rotinas de ensino e, por conseguinte, a vida dos estudantes de design de moda da UFPE.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São. Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

BUTLER, Judith. **Bodies that matter**. On the Discursive Limits of “Sex”. New York: Routledge, [1993].

LOPES, M.T. **A formação do olhar, o design de moda e a história da moda como argumento para a emancipação feminina**. In: 6o Seminário Moda Documenta & 3o Congresso Internacional de Memória, Design e Moda, 2016, Curitiba - PA. Anais Moda Documenta, 2016.

LOPES, M.T. **A formação do olhar, o design de moda e a história da moda como argumento para a emancipação feminina**. In: 6o Seminário Moda Documenta & 3o Congresso Internacional de Memória, Design e Moda, 2016, Curitiba - PA. Anais Moda Documenta, 2016.

LOPES, M.T. **Michelle Perrot, capitalização da beleza feminina e a história das mulheres como argumentos para o empoderamento feminino**. In: 16o Colóquio de Moda, 2021, Edição On-line. Anais Colóquio de Moda, 2021.

PERROT, Michelle (2017). **Minha história das mulheres**. [trad. Angela M.S Correa], – 2 ed. 4 reimpressão – São Paulo: Contexto.

SCOTT, J. **Gender: a useful category of historical analyses. Gender and the politics of history**. New York, Columbia University Press. 1989.

MODA E MEMÓRIA: EXPERIÊNCIA DE CURSAR UMA DISCIPLINA ESPECIAL ONLINE

Gutianna Michelle de Oliveira Dias³

Simone Grace de Barros⁴

INTRODUÇÃO

A pandemia mundial ocasionada pelo COVID-19 mudou toda a dinâmica das sociedades no mundo, muitos países, para diminuir a velocidade de propagação da doença, adotaram o isolamento social como medida de proteção individual e coletiva. No Brasil, essa medida foi tomada e acompanhada por mudanças em todos os setores da nossa sociedade. Na educação não poderia ter sido diferente, transformando a rotina do ensino e aprendizagem de todo o país e em todos os níveis de formação. Foi preciso um esforço coletivo entre educadores, educandos e, no ensino fundamental, da família para que a formação de milhares de pessoas (crianças, jovens e adultos) não fosse mais uma vítima do vírus. Uma velha amiga precisou vir para salvar o ano escolar de todos: a Educação a Distância. E não poderia ser qualquer modalidade, precisava ser on-line e que possibilitasse a interação entre todos os participantes.

Ante os desafios colocados pelo cenário mundial, a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) também precisou se adaptar para que os cursos de graduação, extensão e pós-graduação da instituição dessem seguimento de forma remota. Nesse sentido, a proposta de nosso texto é apresentar um relato de experiência (RE), contado através da perspectiva, de uma discente que cursou a disciplina “DES968 - Tópicos em Design, Cultura e Artes I - Moda e Memória”, na categoria de aluna especial (não regular) no programa de Pós-Graduação em Design (PPGDesign) da UFPE, campus Recife.

Nesse momento peço licença ao leitor para escrever em primeira pessoa pois, tratando-se de um RE, a escrita fluirá de maneira mais intimista, dessa forma desejo, mesmo que sutilmente, aproximá-los da minha experiência.

Cursar uma disciplina como aluno especial significa, via de regra, um recurso

³ Especialista em Negócios de Moda (UnP). CV: <http://lattes.cnpq.br/7546227781691906>

⁴ Pós-doutorado em Design de Moda (UBI - Portugal). Doutorado em Design (UFPE). Professora (UFPE). CV: <http://lattes.cnpq.br/7164428104501210>

que a universidade disponibiliza para a sociedade, no qual uma pessoa pode se inscrever e cursar um componente curricular eletivo em programas de pós-graduação da instituição, mesmo sem ter sido aprovado em um mestrado ou doutorado. Para isso, o candidato(a) deve passar por um processo de seleção, a depender dos critérios de cada universidade. Sendo aprovado será matriculado no curso como aluno da universidade e cursar aquela disciplina durante um semestre.

Sou graduada em Design de Moda, entusiasta dessa área e interessada em todo assunto que a permeia. Submeti minha inscrição como aluna especial à linha de pesquisa que tivesse relação com moda, fiz os procedimentos requeridos pela universidade e fui selecionada para a disciplina da professora Simone Barros, intitulada Moda e Memória. A título de organização de escrita escrevo esse RE dividindo em dois momentos: o primeiro, de ordem prática, explicarei como as aulas funcionaram - os momentos síncronos e assíncronos; o segundo, de ordem teórica, onde pontuarei, de acordo com o conteúdo ministrado, quais foram os ápices da construção de conhecimentos, gerando novos aprendizados.

DINÂMICA DAS AULAS

As aulas síncronas aconteciam via Google Meet, uma vez na semana, o conteúdo era uma combinação de aprofundamentos teóricos com textos sugeridos pela professora e práticas que permeassem a moda e a memória.

Os textos eram enviados através da plataforma *Strateegia*⁵. A plataforma consiste em organizar as jornadas de alunos e professores de maneira colaborativa e criativa. Em nossa disciplina usávamos para manter os debates de forma assíncrona, organizando os conteúdos por aula dando a possibilidade de incluir textos, links de matérias, sites, fotografias, além da oportunidade de escrever comentários acerca do tema que estava em voga. Assim, o uso da *Strateegia* possibilitou a construção do conhecimento de forma compartilhada entre os participantes do processo de ensino-aprendizagem de maneira assíncrona.

Retomando para as aulas síncronas, a interação se dava de maneira fluida onde a turma explanava experiências de vida que poderia contribuir com a discussão levando em consideração os assuntos contidos nos textos. Relacionado as práticas de aulas, tivemos dinâmicas diversas, desde analisar fotos de família até mesa redonda (on-line) com pesquisadoras convidadas que contribuíram de

⁵ Strateegia é uma plataforma colaborativa para produzir, gerar projetos de maneira criativa e em rede - <https://strateegia.digital/pt/>

maneira genuína com nosso aprendizado.

Para o embasamento teórico a docente sugeriu cinco artigos pilares: “As roupas com documentos nas narrativas históricas”, “Moda e Indumentária aplicada ao estudo da museologia”, “Proposta de catalogação para acervo de indumentária do museu da imigração de São Paulo”, “Por uma museologia do vestuário: Patrimônio, Memória, Cultura” e “Patrimônio de moda e têxteis: virtualização de acervos e contribuições para o conhecimento”, esses artigos contribuíram para os debates em sala e foram de extrema relevância para o debate teórico apresentado no próximo tópico.

A seguir, dá-se o que chamei no início do texto como o segundo momento de ordem teórica. Nele irei aprofundar as discussões feitas em sala de aula de acordo com as minhas perspectivas de aprendizado, tanto da construção do conhecimento, quanto das reflexões inferidas a mim ao ser apresentada aos conteúdos trabalhados.

FOTOGRAFIA DE FAMÍLIA, O QUE ELAS NOS DIZEM

No campo da moda as fotografias podem nos dizer muitas coisas, segundo Merlo e Rahme, (2015) “as fotografias, mais do que comprovarem passagens verídicas de nossas vidas, são o retrato de épocas e situações, contendo outras “verdade” ou razões.”, (MERLO; RAHME, 2015, p. 132), diante disso, temos a fotografia como um importante documento de análise de modas de uma determinada época.

Numa das primeiras práticas feita em sala de aula, foi proposto apresentar uma fotografia que fosse um tanto quanto representativa para nós. Foi uma temática muito interessante, inclusive para mim que até aquele momento não era de analisar fotografias, digamos que eu não tinha o hábito de olhar fotografias e analisá-las nas perspectivas de moda.

Diversas e diferentes imagens foram apresentadas pelos colegas de sala: fotografia de um vestido de primeira comunhão que era passado entre as primas da família; fotografia de um colega quando criança onde já se via que ele era uma “pessoa de moda”, afinal, segundo ele, estava vestido muito estiloso para a época. Eu, apresentei duas fotografias: uma de minha bisavó paterna, Maria do Carmo e outra de um tio e uma tia, também paternos, meu tio Jacinto Dias e tia Lucia Dias.

Antes de apresentar as fotografias gostaria de comentar o processo para ad-

quiri-las, pois elas tiveram que ser mandadas via WhatsApp, pois moro em uma cidade diferente da maior parte da minha família. Ao mobilizar a todos com esse pedido de mandarem fotos antigas da família para um trabalho da universidade, me deparei com a primeira vez que vejo uma de minhas bisavós, foi um momento muito marcante e emocionante para mim, pois não tive oportunidade de conhecê-la com vida. Imediatamente fiz uma ligação com a memória, não a conheci pessoalmente, mas aquela imagem me trouxe várias memórias. Silva (2016) fala:

Assim, a imagem fotográfica amplia os campos de pensamento das coisas reunidas ali, acentuando a apresentação da memória. Revela processos de produzir, significar e dominar qualquer tipo de compreensão que a pessoa pode ter de si e dos outros. (SILVA, 2016, p. 182).

De fato, ao ver aquela imagem meu pensamento foi ampliado, olhar como ela se vestia e se comportava no quintal da sua casa. A fotografia dos meus tios foi outro momento excepcional, pois meu pai deu detalhes inclusive sobre o corte de cabelo deles, segue abaixo as fotografias:

Figura 1. Fotografia da minha bisavó à esquerda e meus tios à direita



Fonte: Arquivo de família da autora

Na imagem à esquerda apresento-lhes minha bisavó dona Maria do Carmo, foto tirada pelo meu pai em julho de 1966 no Sítio Alencar, Município de Iguatu-CE. Ela está com um vestido de comprimento até a altura dos joelhos, um decote em formato de V, mangas até o cotovelo e uma chinela de dedo. No

quintal da sua casa pés de mamoeiro um gatinho perto e em suas mãos um mamão que provavelmente ela acabará de colher.

Na imagem à direita temos meu tio Jacinto e minha tia Lucia, tirada no ano de 1963 no Sítio Tatajuba, Município de Icó-CE. Ele com 6 anos, vestido com uma camisa de botão, um short com bolsos na frente, apesar da fotografia ser preto e branco podemos ver que a roupa dele é de uma cor bem escura em contraste com o da minha tia Lucia que na época tinha 4 anos. Ela estava com um vestido claro com alguns babados na saia que possivelmente eram de rendas. O cenário é composto por algumas vegetações além de uma haste cilíndrica que provavelmente seria um poste de energia elétrica.

Meu tio parece bem à vontade com as mãos dentro do bolso do short, enquanto minha tia faz uma cara como se estivesse incomodada com o sol. Uma coisa que também chama atenção na fotografia é o corte de cabelo, segundo meu pai, todas as crianças daquela época tinham o mesmo corte e geralmente quem cortava eram pessoas da própria família, no caso deles foi o meu pai que cortou. Ele, ao me contar sobre a foto disse que meu tio Jacinto tinha o cabelo um pouco áspero, e riu ao falar, foi uma lembrança interessante e um ar de afetividade encontrou nossa conversa, a contar do ano da foto que foi em 1963, já se passaram 59 anos, e meu pai resgatou essa memória afetiva.

As fotografias carregam e ativam memórias, esse exercício executado em sala foram ativadas não só as minhas, mas também as memórias de outros membros da família como por exemplo meu pai, Merlo e Rahme (2015) colocam:

[...]fica mais claro pensar o papel da fotografia e dos objetos em geral como portadores de memória - aqui seu próprio objeto. A imagem fotográfica reforça-se com registro, conexão com determinada situação, espaço e tempo. As fotos e outros artefatos passam a ser considerados biográficos, já que ao serem selecionados para contar histórias tornam-se insubstituíveis. (MERLO; RAHME, 2015, p. 119)

De fato, com toda essa dinâmica aplicada em aula pode entender a importância da fotografia como biografia, registro e conexão, não só para entender a moda de uma época, mas como também, carregar e ativar memórias.

No próximo capítulo segue mais uma prática de aula, relacionado a importância da museologia e como é na prática a catalogação de um objeto.

CATALOGAÇÃO, ETERNIZANDO NOSSOS ACERVOS

Uma prática que a professora nos propôs introduzindo o conteúdo com um artigo de Palhares e Silva (2019), tinha como objetivo apresentar uma proposta de catalogação de uma peça de indumentária. O intuito era de ajudar os pesquisadores a recuperarem informações de forma detalhada e eficaz.

Através desse capítulo teríamos um modelo para fazer a catalogação de uma peça de indumentária à nossa escolha. Fiz em dupla com o colega Wudson Marcos, escolhemos uma bolsa de crochê com corda feita pelo coletivo de mulheres do grupo Nós que abraçam 6. Ao término da catalogação, seguindo a planilha sugerida no artigo de embasamento teórico, apresentamos à turma na aula seguinte. Abaixo segue a fotografia da bolsa catalogada:

Figura 2. Fotografia bolsa de crochê



Fonte: Arquivo pessoal da autora

Essa foi a bolsa que catalogamos. Feita de corda, com duas cores (bege e amarela), e uma alça de elos em acrílico. Para efeito de espaço e por ser uma planilha um tanto quanto extensa, não irei incluí-la aqui, porém é importante saber que ela tem itens de extrema importância relacionadas às informações da peça catalogada, desde a data adquirida, passando pelos materiais que ela foi confec-

⁶ Nós que abraçam é um coletivo de mulheres que se reúnem em uma comunidade rural do Jucuri no Município de Mossoró- RN, lá é ensinado a técnica de crochê, desse aprendizado elas produzem alguns produtos que são comercializados- @nosqueabracam

cionada com os mínimos detalhes, dimensões, até mesmo um relato da história daquela peça, ou seja, tudo que se sabe dela, quem usou? quem fabricou? onde foi comprada? Muitos detalhes que possibilitam de certa forma validarem uma peça dessa como um verdadeiro patrimônio.

Através desses registros museológicos, podemos documentar nosso patrimônio e se orgulhar do nosso passado. Benarush (2015), faz uma afirmação bastante relevante, “Não há como se orgulhar do passado se não conhecermos. Tão importante quanto extinguir a mentalidade de que no Brasil só se copia e não se cria, é banir a frase “Brasil, um país sem memória””. (BENARUSH, 2015, p. 109), o que reforça a importância de se preservar a memória desse patrimônio.

Para concluir esse capítulo e pensando como essa experiência contribuiu com o meu olhar em relação a catalogar e, até mesmo, preservar peças que não necessariamente precisam estar em museus. Percebi que o simples fato de registrar uma peça de roupa que está na família há algum tempo com alguns dados importantes sobre ela, futuramente, pode servir como patrimônio histórico para o nosso país.

No capítulo seguinte, irei descrever um pouco da situação dos museus digitais que temos no Brasil.

MUSEUS DIGITAIS NA ERA COVID-19, O QUE MUDOU?

Foi sugerido, em sala, investigar o que mudou nos museus digitais que temos no Brasil, embasado por um artigo de Felippi, Rüttschilling e Perry (2017), intitulado “Patrimônio de moda e têxteis: virtualização de acervos e contribuições para o conhecimento”. Onde as autoras discorrem sobre o que elas encontraram sobre moda e têxteis nas páginas da internet de alguns museus do Brasil. A critério delas foram analisados cinco museus: Museu Histórico Nacional do Rio de Janeiro (MHN); Museu de Artes de São Paulo (MASP); Museu Paulista da USP conhecido também como Museu do Ipiranga; Museu Imperial e o Museu da Indumentária e da Moda (MIMO). Desses, os quatro primeiros têm o espaço físico, o último é apenas digital.

A prática foi revisitar as páginas dos museus analisados no artigo de Felippi e colaboradores (2017) e procurar o que mudou no período de 4 anos, ou seja, até 2021. Essa prática me veio como uma avalanche de conhecimento, pois o artigo, que foi tomado por base, em si já corrobora bastante com o tema que eles se propõem a abordar, sugiro inclusive fortemente a leitura.

Visitei todas as páginas a fim de comparar o que mudou desde 2017, ano

que o artigo foi publicado, até 2021, ano que estávamos retomando, aos poucos, as atividades cotidianas que foram interrompidas pela pandemia. Foi analisado no artigo as seguintes questões: como o acervo de moda e têxteis era apresentado nas páginas da internet? Tinham informações suficientes sobre as peças? A busca era fácil? As fotografias eram de boa qualidade?

Infelizmente, ao fazer a comparação percebi que não tiveram mudanças nesse período de 4 anos. O que foi analisado em 2017 continua da mesma forma em 2021, diante disso, deixo aqui uma lacuna de pesquisa para entender: por quais motivos os nossos museus ainda não entregam uma melhor experiência para os visitantes online? Especialmente tendo sido um dos setores mais afetados com a crise gerada pela pandemia.

Deixo uma ressalva para o MIMo, que já nasceu inteiramente online, e me surpreendeu positivamente, além de ter imagem com acervo de indumentária e de fotografias de família, existe uma categoria de exposições temáticas disponíveis, fotografias e a temática da exposição. Um exemplo foi a exposição: Jeans: Cotidiano e subversão.

No próximo tópico apresento uma mesa redonda que tivemos com duas pesquisadoras convidadas, Vera Felippi e Nina Sargaço, sobre conservação de acervos de moda, dinâmica de uma das aulas.

CONVERSANDO SOBRE CONSERVAÇÃO DE ACERVOS DE MODA

Moda estudada como patrimônio histórico, este foi o assunto abordado em uma mesa redonda entre nossa turma e as pesquisadoras Nina Sargaço⁷ e Vera Felippi⁸. Nina Sargaço, é colecionadora de artes têxteis domésticas, intitulado sua coleção como “Coleção Nina Sargaço”; como faz questão de pontuar, seu propósito é resgatar os métodos de ensino dos saberes e fazeres manuais feitos com agulhas que, infelizmente, foi um tanto deixado de lado em nosso país. Em seu discurso, percebe-se o quanto a colecionadora é orgulhosa do trabalho que desenvolve e o quanto sua coleção é rica em peças de moda: roupas, chapéus, crochês, tricôs, bordados, livros e revistas que ensinam os saberes e fazerem manuais. E com esse propósito de colecionar artigos de moda, ela vai tramando sua história e da sua coleção, deixando um legado e uma valiosa contribuição tanto

⁷ Perfil no Instagram onde a colecionadora e pesquisadora Nina Sargaço divulga sua coleção @colecacao_ninasargaco

⁸ Site com acesso ao livro Decifrando Rendas e as publicações da Professora Vera Felippi <https://www.verafelippi.com/>

para o design quanto para a cultura no Brasil, e acima de tudo, preservando de maneira admirável a memória da moda.

Vera Felippi é Doutora em Design pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, autora do livro: “Decifrando rendas: processos, técnicas e história”. Nesse livro a pesquisadora traz um panorama onde apresenta a história e o processo de confecção de rendas no Brasil. Elas dão uma contribuição enorme para nosso patrimônio, de acordo com suas expertises. Fausto Viana (2016) alerta:

São tempos de crise, é verdade. Mais nenhuma crise se compara à que vivia a França na época da sua dominação pelos nazistas. De lá, veio um belo exemplo: mas com Paris dominada, com Hitler desejando levar as *maisons* de alta costura para Berlim, para fazer dela o novo polo da moda mundial, havia uma equipe de intelectuais que se reunia no apartamento de Jean Vilar para que eles planejassem a vida depois da ocupação militar da França. (VIANA, 2016, p. 57)

Essa equipe no Brasil, com certeza, já tem dois membros que contribuem com o Design e o patrimônio têxtil brasileiro. Entendi que, de algum ponto, é preciso começar a cuidar mais desse patrimônio, sair do estado de inércia e pensar o caminho para deixar esse legado para as próximas gerações.

A conversa foi uma experiência inigualável, já estávamos quase no final do semestre, foi um verdadeiro arremate do que estudamos. Escutar, aprender e entender um pouco da história das rendas e dos bordados brasileiros, debater sobre as regiões do Brasil que ainda possuem na sua cultura o saber do fazer, o Bordado de Caicó-RN, que já é patrimônio da cidade, foi alvo de observação. Compreender um pouco mais das riquezas têxteis do país e meu lugar nessa história, fez-me refletir, pois assim como Nina e Vera também posso contribuir em eternizar esse patrimônio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A saber o período de instabilidade mundial, é fato considerar desafiador acelerar as modificações de um sistema de ensino. Mudanças nunca são fáceis e em condições tão incertas viver em um período pandêmico, se torna ainda mais árduo. Desse modo, considero a experiência de cursar uma disciplina online singular, visto que, as dinâmicas das aulas com os encontros síncronos e assíncronos foram, no meu entendimento, agregadores para minha vida acadêmica.

O fato de ser online não impediu de entender aprofundar e explorar diversos

assuntos que discorrem sobre a moda e a memória. Não só isso, mas conhecer pessoas (colegas de turma) que se interessam pelo assunto onde se dispõem a estudar pesquisar e trocar informações sobre a temática, contribuiu de maneira prazerosa e única.

A respeito do conteúdo apresentado foi extremamente agregador, pois conheci outros autores que teorizam e discutem assuntos que fazem parte dos meus estudos desde a graduação. Gostaria de pontuar não só o conteúdo, mas o que os estudos apresentados me fizeram refletir, por exemplo, como as fotografias podem ser um vetor de afetividade, principalmente em um período como uma pandemia onde estávamos à procura do máximo de acalento diante de tantas notícias ruins que nos eram apresentadas.

Entender o processo museológico e estudá-lo me levou a uma virada de pensamento sobre sua importância. Afinal, as roupas e acessórios de moda são o que nós temos de material palpável para conhecer e entender determinada época. Além da tradicional prática de museologia, usar a internet para divulgar os museus se mostrou de suma relevância e expôs um ponto de atenção para essa demanda, que é divulgar nos meios digitais o nosso patrimônio museológico e com isso conseguir disseminar de maneira ampla e acessível para mais pessoas.

Ademais, conhecer as convidadas que dedicam seu tempo ao estudo da moda pautado na perspectiva da memória fechou o ciclo de aprendizado e possibilitou pensar e refletir sobre a temática que, infelizmente, ainda é pouco explorada no mundo acadêmico. Por fim, poder ter tido essa experiência, mesmo em um ambiente virtualizado, proporcionou-me conhecimentos significativos para minha trajetória acadêmica, apesar de saber que as aulas presenciais têm seus benefícios, principalmente na esfera social, considero as aulas online uma oportunidade que tive de construir e agregar mais conhecimento às outras atividades que desenvolvo no cotidiano.

REFERÊNCIAS

BENARUSH, M. K. Por uma museologia do vestuário: patrimônio, memória, cultura. In: MERLO, M. (Ed.). **Memórias e museus**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2015. p. 99–111.

FELIPPI, V.; RÜTHSCHILLING, E.; PERRY, G. Patrimônio de moda e têxteis: virtualização de acervos e contribuições para o conhecimento. **Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 6, n. 12, 2017.

MERLO, M.; RAHME, A. M. A moda e o museu: uma experiência no espaço digital. In: MERLO, M. (Ed.). . **Memórias e museus**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2015. p. 113–133.

PALHARES, M. C.; SILVA, A. D. B.; OLIVEIRA, F. M. DE. Proposta de catalogação para acervo de indumentárias do Museu da Imigração de São Paulo. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, p. 94–123, 2019.

SILVA, J. Curadoria como resistência: potência de existir. In: MERLO, M. (Ed.). . **Museus e moda: acervos, metodologias e processos curatoriais**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2016. p. 173–183.

VIANA, F. Museu de moda ou de indumentária precisa ser tão grande? In: MERLO, M. (Ed.). . **Museus e moda: acervos, metodologias e processos curatoriais**. [s.l.] Estação das Letras e Cores Editora, 2016. p. 37–59.

ENSINO REMOTO DE COLEÇÕES DO VESTUÁRIO NO CURSO DE DESIGN/UFPE-CA DURANTE PANDEMIA DO COVID-19: RELATO DE EXPERIÊNCIA

Danielle Silva Simões-Borgiani⁹

Joice Arielly Costa Salles¹⁰

INTRODUÇÃO

Com a pandemia do Covid-19 adaptações emergenciais em todas as redes de ensino foram realizadas a fim de promover a continuidade das atividades de forma remota ou semipresencial, em alguns casos. Na Universidade Federal de Pernambuco – Campus do Agreste, após um período de suspensão total das atividades de ensino, retomou-se o ensino remoto como semestre experimental em 2020.3. Posteriormente a essa primeira experiência positiva e com os ajustes necessários, em 2021, foi retomado o semestre 2020.1 que havia sido cessado em sua primeira semana de aula quando houve a primeira suspensão de atividades em Pernambuco.

No curso de design da UFPE-CA, a oferta das disciplinas para o semestre 2020.1 foi 100% remota, mesmo os professores podendo optar pela modalidade semipresencial, caso fosse necessário utilizar alguma instalação de laboratório ou espaço do Campus como ambiente pedagógico. Sem dúvida, houve um grande desafio por parte dos docentes em adaptar suas disciplinas de forma emergencial para o ambiente virtual, seccionando as mesmas em atividades síncronas e assíncronas, readaptando atividades, processos avaliativos e buscando por material bibliográfico apenas digital, para que os alunos pudessem ter acesso.

Vendo pelo lado positivo, essa adaptação, embora emergencial e sem planejamento preliminar, impulsionou o que já estava latente: o avanço do ensino por meios digitais e uma maior autonomia do aluno. Para Justino (2020) a superação dos desafios impostos leva a um novo patamar de ensino no Brasil, com referência de outros países que são exemplos nesta modalidade de educação. Ainda, completa que a autonomia do aluno, participação ativa e comprometimento são fundamentais para o bom funcionamento (JUSTINO, 2020).

⁹ Doutora em Design. Professora Adjunto (UFPE). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8995-9880>

¹⁰ Bacharel em Design (UFPE). CV: <http://lattes.cnpq.br/1208636905331245>

Um ponto que temos que destacar no cenário como um todo, é que infelizmente, por ter sido emergencial e apesar dos esforços, a prática pode ter ampliado a exclusão. Saraiva, Traversini e Lockmann (2020) citam pontos possíveis de exclusão as condições de realização das atividades nas casas de estudantes, questões de alimentação e a dificuldade de acesso a rede. Acrescentamos ainda a dificuldade com equipamentos para essa conexão, seja computador de mesa, notebook, celular... muitas vezes ausência de câmera ou microfone também são obstáculos para participação ativa dos alunos.

Moreira, Henriques e Barros (2020) comentam que tais mudanças precisam de muita flexibilidade e inovação pessoais e coletivas para adaptação. Destaca ainda que é necessária uma política de formação docente no tocante a apropriação digital.

Sendo a educação digital em rede, um processo que se caracteriza pela conectividade, rapidez, fluidez, apropriação de recursos abertos é necessário desencadear processos educativos destinados a melhorar e a desenvolver a qualidade profissional dos professores que, claramente, neste momento, foram pegos de surpresa (MOREIRA, HENRIQUES E BARROS, 2020, p. 362).

Corroborando a necessidade de suporte ao docente a fala de Salmon (2000) quando ao professor cabe desempenhar a “função de motivador, de criador de recursos digitais, de avaliador de aprendizagens e de dinamizador de grupos e interações online” (SALMON, 2000).

Não distante deste cenário provocado pela pandemia do Covid-19 e adaptação emergencial foi a experiência na disciplina Planejamento e Projeto de Coleções ministrada na modalidade remota. Apesar da reconfiguração emergencial, houve flexibilidade, busca por processos inovadores e motivadores para relação ensino aprendizagem e muita adaptação as aulas. Aqui será descrita de forma detalhada a fim de compartilhar essa experiência e favorecer a discussão.

MATERIAIS E MÉTODOS

A disciplina foi ministrada de forma remota. A carga horária síncrona foi de 12h, o equivalente a 20% da carga horária total da disciplina. Os encontros síncronos de exposição oral dialogada realizaram-se através do Google Meet e tiveram duração de 2 horas cada um. As 48h restantes foram realizadas em práticas assíncronas distribuídas em estudos dirigidos, síntese crítica, esquema, lista de

exercícios e questionários, produção física digitalizada, leitura, vídeo e portfólio. Essas atividades foram planejadas de forma diversificada para dinamizarem os momentos assíncronos e favorecer um melhor ensino-aprendizagem, considerando a instabilidade das redes e acesso à internet, dificuldade de concentração no ambiente doméstico entre outros fatores comuns relatados por alunos em outras ocasiões.

Metodologia Avaliativa

Partindo dos pressupostos de Inteligências Múltiplas de Gardner (1994) o processo avaliativo permeia várias abordagens, seja a teórica, seja a desenvoltura no desenvolvimento prático, seja o investigativo.

No primeiro processo avaliativo, disposto na Tabela 1, houve 3 aferições de conhecimento para compor a nota global. Uma atividade foi de ponto extra, sendo descartada para contagem, caso o aluno obtivesse 10 pela soma das outras 2.

Tabela 01. Esquema de composição de nota do primeiro e segundo processos avaliativos disposto em plano de aula.

PRIMEIRO PROCESSO AVALIATIVO				
Atividade	Instrumento	Conteúdo	Importância Da Atividade	Pontuação
Criticidade e Análise de coleções do vestuário	Questionário/ Formulário	Coleções unididade e mix.	Despertar no aluno o senso crítico sobre coleções do vestuário e práticas contemporâneas.	5,0
Criticidade e Análise de princípios e elementos de design no vestuário	Lista de Exercícios	Princípios e elementos de design	Estimular a identificação de princípios e elementos de design no vestuário.	5,0
Pesquisa de mercado local	Postagem de pdf resumo da empresa	Levantamento de empresa de mercado local com detalhamento de segmento, público, tendências, materiais.	Aproximar o aluno de empresas locais, ampliando sua visão da região que está inserido.	1,0

SEGUNDO PROCESSO AVALIATIVO				
Atividade	Instrumento	Conteúdo	Importância Da Atividade	Pontuação
Desenvolvimento de coleção unida- de a partir de elementos de estilo e design definidos	Caderno de Coleção	10 peças da coleção para empresa local (PE), incluindo croquis digitais ou manuais com visão frente e costas e zoom de detalhe (quando necessário), apresentação de público (estilo de vida), release da coleção, cartela de cores, evidenciar em texto ou no croqui princípios e elementos de design.	Estimular a prática de desenvolvimento de coleções aplicando diretrizes de Simões-Borgiani (2018) ou outra de acesso digital.	10,0

Fonte: Elaborado pelas autoras.

A aferição de nota do segundo processo avaliativo foi através de atividade única, conforme disposto na Tabela 01. Foi uma estratégia para mensurar o desenvolvimento prático dos conteúdos ministrados na disciplina.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com a divisão da carga horária em aulas síncronas e assíncronas, definiu-se como seriam distribuídos os conteúdos e atividades, conforme Tabela 02.

Tabela 02. Distribuição de conteúdo em encontros síncronos ou atividades assíncronas.

Conteúdos Síncronos	Conteúdos Assíncronos
<ul style="list-style-type: none"> • Coleção – contexto, definições, histórico Definições Contemporâneas. Exemplos. • Desenvolvimento de produtos de moda. Apresentação de metodologias para desenvolvimento de coleções do vestuário: Simões-Borgiani (2018), Simões (2009), Sorger e Udale(2014), Frings(2014), Jones (2005), Treptow (2013). • Princípios e elementos do design (Simões-Borgiani, 2018) Princípios: Repetição, Ritmo, Gradação, Radiação, Contraste, Harmonia, Equilíbrio, Proporção. Elementos: Linha, Cor, Textura, Padronagem, Silhueta e Forma. • Proteção legal aos produtos da moda/vestuário. • Aplicando as diretrizes de Simões-Borgiani em coleções. • Debate e Reflexões sobre coleções contemporâneas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudo dirigido – coleções contemporâneas. • Estudo dirigido – Estilos de Vida - Modernizadores, Satisfeitos, Crédulos, Realizadores, Batalhadores, Experimentadores, Criadores, Lutadores (AUTOR, ano). • Atividade Prática - Análise de Mercado • Ficha técnica do produto – importância para prototipagem da coleção. • Leitura Complementar - Alta Costura

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Para cada um destes encontros, a estagiária e a monitora tinham atividades pré-definidas que giravam entre registro de frequência, suporte às dúvidas de alunos, mediação com a docente para dúvidas ou problemas além da função da estagiária ou monitora, bem como, organização da aula a ministrar. Acrescenta-se ainda que o detalhamento de cada aula, atividades, leitura complementar e informações relevantes foram disponibilizadas com antecedência aos alunos, conforme modelo da aula 02 disponível na Tabela 03.

Tabela 03. Detalhamento de aula.

Aula 02	Coleção – contexto, definições, histórico Definições Contemporâneas. Exemplos.	Síncrona. 13h00 às 14h50 no <i>Meet</i> .
	Estudo dirigido – coleções contemporâneas. Leitura complementar: SIMÕES-BORGIANI, D. S. Reflexões sobre coleções do vestuário e proposição de terminologias: coleções-unidade e coleções-mix. In: 11 Colóquio de Moda, 2015, Curitiba, <Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/ARTIGOS-DE-GT/GT05-DESIGN-DE-MODA-TEORIA-E-CRITICA/GT-5-REFLEXOES-SOBRE-COLECOES-DO-VESTUARIO-E-PROPOSICAO-DE-TERMINOLOGIAS.pdf >	Assíncrona

Fonte: Elaborada pelas autoras.

A estagiária docente, por ser advogada e aluna do Mestrado em Propriedade

Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação na UFPE, foi demandada de produzir uma aula abordando a proteção legal na moda. Esta aula foi extremamente bem acolhida pelos alunos, diante da carência do conhecimento sobre proteção intelectual dos ativos intelectuais. Já a monitora, realizou uma aula de roteiro sobre o planejamento de coleções na forma de checklist para dar suporte aos alunos no desenvolvimento de seus projetos finais. A aula também foi muito bem aceita pelos alunos.

No ambiente virtual assíncrono, a monitora e estagiária docente também tiveram atividades que foram respectivamente: incluir indicação de texto sobre definição da alta costura e fórum sobre casos de jurisprudência envolvendo propriedade intelectual em produtos de moda.

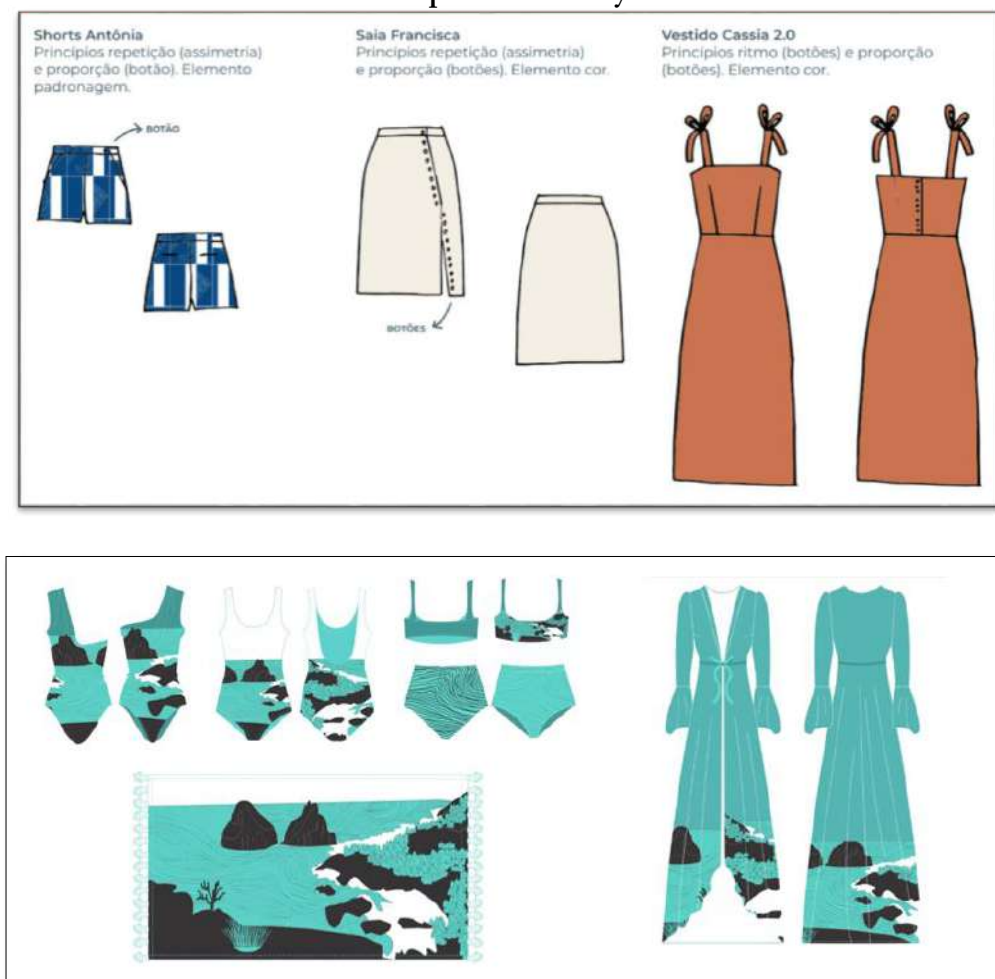
O relato de uma aluna demonstra sua percepção da disciplina e sensação de conhecimento adquirido após a conclusão:

Vim deixar uma contribuição registrada acerca da experiência com a disciplina, e parabenizar <a professora> e <a monitora> pela construção. <A professora> como sempre muito clara e objetiva quanto à ministração das aulas e passagem dos conteúdos, e <a monitora> por sua vez, extremamente solícita e atenta, dando todo o suporte que precisamos ao longo das aulas e construção do projeto final da disciplina. <a estagiária> por sua vez, não sendo da área de design trouxe contribuições importantíssimas que serviram sem dúvida para expandir nossos horizontes para a questão jurídica das criações e do quanto isto merece a atenção das marcas e criadores. Gratidão demais por tudo. Estou saindo da disciplina com bastante conhecimento prático agregado, que sem dúvida me serão úteis (já estão sendo) para a minha jornada enquanto empreendedora de moda, onde, durante a pandemia eu enxerguei possibilidade de renda através da internet. Empreender digitalmente vai muito além de “divulgar produtos e realizar vendas”, e quando se trata de moda, planejar estrategicamente o que será vendido e para quem será vendido, é a chave mestra para o sucesso. Muito obrigada por tudo. (Aluna, postagem no ambiente virtual em 20 de abril de 2021. Os nomes foram suprimidos do original e trocados por <a professora>, <a monitora> e <a estagiária>).

Apesar da adaptação necessária ao sistema remoto diante dos agravantes da pandemia do Covid-19, percebe-se que o desafio foi superado por professora, monitora, estagiária e alunos, uma vez, que ao final da disciplina constatou-se êxito no conteúdo assimilado. Essa percepção se deu tanto pelo discurso verbal

dos alunos, com segurança e aprofundamento nos argumentos e considerações construídas sobre o conteúdo, bem como, através das atividades entregues e desenvolvidas com êxito. As Figuras 01 apresenta algumas das peças desenvolvidas em duas coleções distintas que foram apreciadas com nota máxima por atender todos os critérios avaliativos com primor evidenciando inclusive o uso de princípios e elementos de design nos produtos.

Figura 01. Acima: Croquis da coleção Vivayê desenvolvido pela aluna Fernanda Oliveira. Abaixo: Croquis da coleção moda praia Turistar desenvolvido pela aluna Thays de Lima.



Fonte: Fernanda Oliveira e Thays de Lima, 2021.

Durante as aulas síncronas houve empatia em relação a presença dos alunos,

que era obrigatória, porém, por diversos momentos os alunos não conseguiam acompanhar a aula inteira por falta de internet, dificuldades de conexão e em um caso, falta de energia.

O uso do ambiente do *Google Classroom* como sala virtual e repositório de material de estudo e avaliativo serviu também para os alunos enviarem perguntas de suas eventuais dúvidas e com bastante agilidade foram respondidas ou pela docente ou pela monitora. Ainda como suporte didático utilizou-se um grupo no *WhatsApp* Criado pela monitora, e serviu para enviar alguns lembretes para os alunos, tirar algumas dúvidas, e resolver questões pontuais. O contato pelo *WhatsApp* foi muito eficaz para o acompanhamento dos alunos no trabalho final, em que por diversas vezes durante a execução eles iam tendo dúvidas e prontamente eram respondidos pela monitora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adaptação da disciplina planejamento e projeto de coleções para o ensino remoto foi um desafio alcançado com êxito, seja pelo bom desempenho dos alunos, seja pela flexibilização e aprendizagem para equipe de ensino (docente, estagiária e monitora).

Como relatamos, foi fundamental a agilidade nas respostas para manter a boa interação e evitar o desestímulo por parte de alunos. Também se destaca a disponibilidade de orientação para os projetos, suporte no ambiente do Classroom e constante estímulo para motivação dos alunos por parte da equipe. Um ponto que acreditamos ter sido positivo também juntando a todo o contexto, foi a aula síncrona com duração máxima de 2 horas. Nesse tempo houve boa interação, diálogos, construção de conhecimento de maneira positiva. Talvez mais tempo em frente a uma tela, tornasse muito cansativo e pudesse favorecer perda de foco no assunto.

Sempre antes de iniciar nova aula a docente retomava a discussão anterior e ou exemplificava com casos reais. Outro ponto positivo para adaptação da disciplina foram as fontes de indicação para estudo. As principais foram um e-book e artigos de autoria da própria docente, o que facilitou aos alunos terem os recursos para estudar online.

Ao encerrar a experiência, ouvir o relato dos alunos da satisfação e do conteúdo aprendido, bem como, poder confirmar isso pelos exercícios avaliativos e atividades desenvolvidas foi satisfatório e encorajador para novas experiências na mesma modalidade.

REFERÊNCIAS

JUSTINO, G. **Após percalços, educação pode ter legado positivo com superação durante a pandemia.** GAÚCHAZH, Porto Alegre, 15 maio 2020. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/educacao-e-emprego/noticia/2020/05/apos-percalcoseducacao-pode-ter-legado-positivo-com-superacao-durante-a-pandemiacka8v2r0o002g-015n6h3yarv5.html>. Acesso em: 25 jun. 2020.

SARAIVA, K., TRAVERSINI, C., LOCKMANN, K. **A educação em tempos de COVID-19: ensino remoto e exaustão docente.** Práxis Educativa, Ponta Grossa, v. 15, e2016289, p. 1-24, 2020 Disponível em: <https://doi.org/10.5212/PraxEduc.v.15.16289.094>.

MOREIRA, José António Marques; HENRIQUES, Susana; BARROS, Daniela. **Transitando de um ensino remoto emergencial para uma educação digital em rede, em tempos de pandemia.** Dialogia, São Paulo, n. 34, p. 351-364, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/Dialogia.N34.17123>.

SALMON, G. E-Moderating. **The Key to Teaching and Learning Online.** London: Kogan Page, 2000.

GARDNER, H. **Estruturas da Mente** - A teoria das inteligências múltiplas. 1ª ed., Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.

Nota: este capítulo foi atualizado e adaptado do originalmente publicado nos Anais do II Congresso Online Internacional de Educação - CONIED. SIMÕES-BORGIANI, D.S.; SALES, J. A. C. Ensino Remoto de Coleções do Vestuário: Relato de Experiência. In: **Congresso Online Internacional de Educação**, 2021, online. Congresso Online Internacional de Educação, 2021.

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO CURSO SUPERIOR EM DESIGN DE MODA: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA

Lais Helena Gouveia Rodrigues¹¹

Samantha Grasielle Camara Pimentel¹²

Karina Carla de Araújo Fernandes¹³

Luiz Clério Duarte Júnior¹⁴

INTRODUÇÃO

Segundo o IBGE (2010), aproximadamente 45 milhões de brasileiros possuem algum tipo de deficiência. Desta forma, a busca e procura da população por peças específicas para pessoas portadoras de deficiências vem aumentando consideravelmente, visto que procuram por opções mais variadas e processos mais flexíveis para a facilidade do vestir e despir do vestuário. Assim, a moda inclusiva nos últimos anos, cresceu e teve uma visibilidade que antes não se tinha e nem tampouco um grande alcance como anteriormente.

Diante destas considerações, foi desenvolvido um projeto de vestuário, com os alunos do primeiro módulo do curso de tecnologia em design de moda, pela Faculdade Senac Vinculada a Caruaru, cujo culminou no resultado do projeto integrador, considerando o suporte das seguintes unidades temáticas do módulo: Modelagem tridimensional, História e estética da Indumentária; Ergonomia Aplicada ao vestuário, Tecnologia têxtil e Desenho de Moda. Cada unidade contribuiu com especificações para o desenvolvimento do projeto, visando a facilidade do vestir e despir do usuário com mobilidade reduzida.

O projeto Integrador tem em seu objetivo, integrar os conhecimentos e disciplinas estudadas em um determinado período ou conjunto de módulos, aplicando

¹¹ Doutora e Mestre em Design (UFPE). CV: <http://lattes.cnpq.br/3118783612217279>

¹² Mestre em Design (CESAR). CV: <http://lattes.cnpq.br/9764874406871830>

¹³ Mestrado em Comunicação e Marketing (UFP - Portugal).
CV: <http://lattes.cnpq.br/7893615843717568>

¹⁴ Especialista em Docência do Ensino Superior. FacSenac.
CV: <http://lattes.cnpq.br/3926130469335006>

os conhecimentos e teorias estudadas, proporcionando aos estudantes a oportunidade de práticas profissionais que os mesmos possam vir a desenvolver em suas futuras carreiras com experiências como profissionais.

Portanto, o trabalho realizado na Faculdade Senac Pernambuco, vinculada a Caruaru, visa o desenvolvimento de produtos com enfoque na moda inclusiva a partir de um projeto integrador entre as disciplinas ministradas no primeiro período do curso de Tecnologia em Design de Moda, levando em consideração a deficiência do mercado consumidor no atendimento e desenvolvimento de produtos de Moda Inclusiva.

DESENVOLVIMENTO

A moda Inclusiva tem o objetivo de facilitar o dia-a-dia do usuário, levando em consideração soluções, usabilidade e inovações ergonômicas, a fim de proporcionar a seu usuário uma peça com ótima vestibilidade, seja nos materiais utilizados ou na anatomia da peça.

A moda para todos ou moda inclusiva é um conceito que vem sendo estudado nas marcas e empresas do setor têxtil e de vestuário, visando inovações no vestuário, relacionadas a modelagens, acabamentos, funcionalidade, materiais, sempre focando na ergonomia, conforto e uso das peças, com facilidade do vestir e despir do usuário.

Lida (2016), afirma que a ergonomia é uma disciplina voltada para o bem-estar e funcionalidade de um bom desempenho de um produto com seu usuário. Desta forma, a mesma deve fornecer ferramentas que propiciem o conforto e melhor usabilidade para as roupas que interagem com o usuário, sejam elas inclusivas ou convencionais. Observando os critérios especiais necessários para cada uma das deficiências, além de outras possíveis aplicações criativas para a solução das dificuldades do público-alvo escolhido.

A moda inclusiva é vista como uma grande barreira para as industriais de confecções. Sejam elas grandes confecções ou empresas pequenas, uma vez que os investimentos para a produção do segmento, levaria tempo, estudos, custo e mão-de-obra qualificada, logo a insegurança por parte dos empresários para investimento neste nicho de mercado.

A mobilidade não está ligada apenas ao vestuário, mas também relacionadas a diversos ambientes. De acordo com o SEBRAE (2018), por ser um grupo menor no enquadramento industrial, os pequenos negócios de vestuário também devem começar a pensar em criar oportunidades para esse público, desenvolvendo modelos específicos e ampliando a capacidade de inclusão deles.

Diariamente, convivemos com grupos, tribos e pessoas com algum tipo específico de deficiência, sejam em faculdades, mercados, transportes públicos, bancos,

entre outros lugares. Assim, levando em consideração essa dificuldade e demanda do mercado, este trabalho busca apresentar o projeto desenvolvido com alunos do primeiro módulo do curso de moda, objetivando o planejamento de uma minicoleção de moda inclusiva, voltada para deficientes que aborda referências históricas e ergonômicas, resultando no desenvolvimento físico do melhor produto de vestuário de cada equipe para apresentação dos conceitos aprendidos e estudados em sala de aula pelos alunos, podendo incluir as pessoas com deficiências no cenário da moda e despertando o olhar dos alunos de graduação para a resolução e solução de problemas voltados a dinâmica profissional do Designer de Moda.

De acordo com o edital 2017 do projeto integrador da faculdade Senac - PE, a proposta do projeto integrador é agregar os conteúdos das disciplinas de cada um dos módulos semestrais por qual passam os alunos do curso tecnologia em design de moda por meio do desenvolvimento de um projeto que alie conhecimentos técnicos específicos da área de moda, sustentabilidade e inovação social, intensificando a relação professor-aluno por meio da troca de conhecimentos que vão além do conteúdo exposto em sala de aula, objetivando a formação de um profissional com formação cidadã e crítico-reflexiva. Se faz importante ressaltar que cada um dos módulos possui um tema específico: 1º módulo – Moda inclusiva, 2º módulo – Sustentabilidade, 3º módulo – consumo e 4º módulo – Mercado e empresa.

Dessa forma, o estudo foi caracterizado por uma pesquisa descritiva, consistindo na descrição das atividades desenvolvidas com alunos de curso de graduação, levando em consideração as situações e diretrizes metodológicas para desenvolvimento de projeto integrador. Assim, o presente trabalho buscou descrever as práticas pedagógicas, desenvolvidas no decorrer do projeto integrador do primeiro semestre letivo de 2018, do curso de Tecnologia em Design de Moda, da Faculdade Senac Caruaru - PE, com práticas didáticas voltadas a cunho inclusivo, objetivando o planejamento de uma minicoleção de moda inclusiva, trabalhando referências históricas e ergonômicas, com a construção de um modelo real de um dos looks escolhidos durante o processo, além do desenvolvimento de um artigo científico relatando a experiência vivida por cada um dos grupos durante o semestre. O projeto desenvolvido foi orientado pela disciplina de História e Estética da Indumentária, com duração total de 80hs direcionado a uma turma com 21 alunos.

Como exposto, apesar de apenas uma das disciplinas do módulo liderar o processo de desenvolvimento do projeto integrador, cada uma das disciplinas que compõem o módulo teve sua contribuição na construção do projeto, tendo sido

crucial para o alcance dos resultados. A participação de cada uma das disciplinas pode ser melhor observada na tabela a seguir:

Quadro 1 – Contribuição de cada uma das unidades temáticas do módulo 1 para o desenvolvimento do projeto integrador.

Unidade Temática	Objetivo Específico
História e Estética da Indumentária	Contribuir para a reflexão da construção do vestuário do ponto de vista da história, bem como fornecer elementos estéticos para a criação de uma minicoleção.
Desenho de Moda	Subsidiar o desenvolvimento dos croquis de uma minicoleção de moda inclusiva. Os croquis serão desenhados utilizando as ferramentas do desenho de moda estilizado.
Modelagem Tridimensional	Construir a modelagem adaptada às necessidades especiais do vestuário.
Tecnologia Têxtil	Fornecer ferramentas para identificação de tecidos adequados às necessidades especiais do vestuário.
Ergonomia aplicada ao Vestuário	Fornecer ferramentas para o planejamento e desenvolvimento de uma minicoleção de moda inclusiva. Essa minicoleção deverá atender às necessidades especiais do vestuário de um determinado público alvo.
Metodologia Científica	Subsidiar o desenvolvimento de uma pesquisa científica a partir da proposta de moda inclusiva, alinhada com a temática de história e estética da indumentária.

Fonte: Edital Projeto integrador, Faculdade Senac, PE (2017).

Os procedimentos deste projeto buscaram organizar o alcance do objetivo principal em quatro etapas principais, conforme estrutura abaixo:

1. Distribuição de grupos, sorteio dos temas pelo professor responsável pelo projeto Integrador e escolha das deficiências a serem trabalhadas por cada um dos grupos;
 2. Apresentação da estrutura do projeto, cronograma e atividades que devem ser desenvolvidas no decorrer do semestre pelos alunos, objetivando a apresentação de produto final;
 3. Pesquisas, entrevistas e imersão no universo inclusivo, a fim de gerar alternativas para o desenvolvimento do produto de vestuário e construção do artigo, com o suporte disciplinas temáticas;
 4. Finalização do projeto e do artigo com o desenvolvimento do protótipo confeccionado e apresentação para banca avaliadora com resultados e dificuldades alcançadas pelo grupo, no decorrer das atividades do semestre.
- Se faz importante ressaltar que o desenvolvimento do artigo científico foi

realizado na disciplina de metodologia científica, onde o professor responsável utilizou-se da adaptação da ferramenta *Canvas* para estruturação dos elementos principais que o compõe. Desse modo, não caberia sua descrição completa devido a extensão do presente trabalho, o relato apresentado aqui, limita-se, portanto, a descrição do processo de desenvolvimento do artefato de moda, por meio da integração dos conteúdos das seis disciplinas cursadas pelos alunos durante o semestre.

Os procedimentos listados anteriormente foram organizados em um cronograma de projeto que contempla o processo durante todo o semestre, tendo por foco o desenvolvido do look composto por peças inclusivas a ser apresentado na culminância do projeto, como pode ser melhor observado no cronograma a seguir:

Quadro 2 – Cronograma do projeto integrador 2018 do módulo 1 do curso de design de moda.

N.	Conteúdo a ser trabalhado	Atividades realizadas
1	Escolha do tema e construção de repertório estético sobre a época escolhida. Escolha de cores da coleção.	Desenvolvimento de painel de inspiração sobre a época escolhida e cartela de cores.
2	Construção de repertório teórico sobre a deficiência escolhida.	Leitura de artigos sobre a deficiência escolhida. Listagem das principais dificuldades dessas pessoas do ponto de vista da moda. Lista das possíveis soluções para esses problemas.
3	Escolha de tecidos e aviamentos	Construção de tabela de tecidos e aviamentos.
4	Escolha elementos de estilo e modelagens e início do desenvolvimento dos croquis	Construção de raves (desenhos rápidos) sobre modelagens, decotes, cinturas, tipos de mangas e etc.
5	Desenvolvimento e finalização dos croquis	Desenvolvimentos dos croquis com os looks completos (peças de cima – top, peças de baixo – bottom ou peça inteira – vestidos, macacões e etc.)
6	Pré-apresentação do Projeto Integrador	Entrega de relatório escrito sobre os passos já desenvolvidos e apresentação em Power Point para a banca.
7	Feedback das apresentações	Entrega das observações feitas pelos professores.
8	Aperfeiçoamento da ideia escolhida	Correções e aperfeiçoamento do croqui escolhido.
9	Modelagem	Elaboração da modelagem do look escolhido.
10	Construção da peça	Construção/corte e costura do look escolhido.

11	Ajustes da peça	Prova do modelo e possíveis ajustes.
12	Finalização da peça e da apresentação	Construção da apresentação e finalizações necessárias no look a ser apresentado.
13	Finalização do artigo científico	Revisão técnicas e finalização do artigo científico
14	<i>Apresentação do Projeto Integrador</i>	<i>Entrega do artigo finalizado e apresentação em Power point sobre o passo-a-passo do projeto.</i>
15	Feedback do Projeto Integrador	

Fonte: Própria (2018).

Como relatado anteriormente, em relação ao acompanhamento do projeto, a orientação geral ficou a cargo do professor responsável pela disciplina líder do projeto, nesse caso História da arte e estética da indumentária. O conteúdo da disciplina foi subdividido em 10 momentos históricos principais, sorteados para os 7 grupos formados pelos alunos. Estes momentos históricos foram o tema de inspiração para o desenvolvimento da micro coleção, sendo de escolha do grupo a deficiência com qual desejariam trabalhar.

Importante ressaltar que os conteúdos relacionados aos objetivos específicos de cada uma das disciplinas que integram o módulo 1, foram esclarecidos pelos respectivos professores durante o curso de suas disciplinas. Trazendo para cada uma das unidades temáticas a possibilidade de discussão de conteúdos relevantes a aplicação prática da disciplina na construção de produto com vista a inclusão. As atividades realizadas e a contribuição das disciplinas no aperfeiçoamento do projeto deviriam ser entregues ao professor líder do projeto semana a semana para o efetivo acompanhamento do andamento do processo. Para tanto, foi desenvolvido um relatório de acompanhamento que consistiu na relação das atividades a serem realizadas de acordo com o cronograma anteriormente exposto (quadro 3), as atividades realizadas pelos alunos durante essas semanas (exemplo. Visita ao deficiente para prova da roupa, conversa com o deficiente para compreensão das suas reais dificuldades e etc.), as disciplinas que contribuiriam em cada uma das semanas de atividade e a assinatura e/ou possíveis considerações dos professores que contribuiriam para o processo em cada etapa. Segue modelo do relatório com o exemplo da primeira semana:

Quadro 3. Exemplo do relatório de acompanhamento desenvolvido para o projeto integrador 2018 do módulo 1 do curso de design de moda.

	Atividades a serem realizadas	Descrição das atividades	Disciplinas que contribuíram	Assinatura / considerações do professor
Semana 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desenvolvimento de painel de inspiração sobre a época escolhida; 2. Desenvolvimento de cartela de cores. 	<i>Espaço a ser preenchido pelo grupo</i>	<i>Espaço a ser preenchido pelo grupo</i>	<i>Espaço a ser preenchido pelos professores que contribuíram durante essa semana.</i>
Semana 2				

Fonte: Própria (2018).

Como apresentado no cronograma (quadro 3) foram realizadas duas apresentações: a primeira para acompanhamento e apresentação parcial do projeto para o professor líder e demais alunos, objetivando o nivelamento dos conteúdos estudados durante o processo, sendo apresentado um pequeno relato impresso das fases já cumpridas até o momento, além da apresentação em *slides* para melhor visualização das etapas.

A segunda apresentação objetivou o relato completo do processo e apresentação do look construídos pelos alunos para uma banca formada por três professores da unidade e para os demais colegas de sala, nesse momento, o documento impresso entregue para finalização das notas foi artigo científico construído na disciplina de metodologia científica que descreve todo o processo de construção das peças, além das pesquisas bibliográficas acerca da moda inclusiva e deficiência específica trabalhada pelo grupo e demais entrevistas e encontros com o público-alvo utilizado. Os trabalhos deveriam ser entregues e apresentados em data previamente marcada, confirme o cronograma já apresentado.

Ambas as apresentações duraram em média 20 minutos em ordem definida por sorteio, sendo a nota obtida na apresentação final adicionada à nota segundo processo avaliativo, com o peso definido pelos professores para cada disciplina. Para a disciplina de História da arte e estética da indumentária, por exemplo, o projeto integrador teve peso 7, ou seja 70% do valor total da nota para o segundo processo avaliativo. Esta nota foi obtida com base na avaliação dos professores que fizeram parte da banca avaliadora, obedecendo os seguintes critérios:

- Artigo científico: Estrutura, Desenvolvimento, Consistência e coerência do conteúdo, Adequação teoria e prática, Relevância do estudo para desenvolvimento profissional do aluno e Formatação do trabalho;
- Apresentação: Postura, Apresentação pessoal, Recursos audiovisuais, Segurança na exposição oral, Presença de todos os componentes do grupo, Linguagem utilizada, Organização da apresentação, Utilização do tempo e Criatividade;
- Avaliação individual: Assiduidade/pontualidade, Criatividade, Comprometimento, Espírito de equipe, Cumprimento dos prazos, Cumprimento das exigências, Questionamentos e Habilidade de focalizar objetivos.

Foram desenvolvidos projeto de excelente condição ergonômica em relação ao vestir, com grande informação de moda e forte adequação ao mercado consumidor da região, sendo assim, produtos com grande potencial para construção e venda real das peças. O exemplo a seguir ilustra muito bem a efetiva relação dessas condições no projeto de moda realizado:

Imagem 1 - Peças desenvolvidas para pessoa com membro inferior amputado com tema Egito antigo e peça desenvolvida para cadeirante com tema Era vitoriana.



Fonte: Própria (2018).

Desde roupas para o dia – a – dia até trajes para ocasiões especiais como vestidos de noiva, as escolhas foram feitas pelos alunos não só com base nas informações teóricas de moda, mas também pela profunda preocupação com o público escolhido e atenção as suas reais capacidades e limitações. Como é o caso da cadeirante que, devido a um acidente de moto, perdeu seu futuro marido, os movimentos das

pernas e teve seus reflexos e fala comprometidos, não podendo, assim, realizar o sonho de casar-se vestida de noiva. Para realização do seu sonho, foi desenvolvido pelos alunos, não só o vestido, mas também todos os acessórios para que ela entrasse vestida de noiva na sala de aula, durante a apresentação do trabalho.

Com um enfoque mais científico, mas não menos preocupado com o design, um dos resultados construídos também aborda um tema relativamente novo para a ciência do estado: O problema das crianças com microcefalia, que se deu no segundo semestre de 2015, iniciando especificamente no Nordeste, tendo como causa o surto do Vírus Zika. Assim as primeiras crianças portadoras desta deficiência hoje estão com cerca de 2 a 3 anos de idade, pouco sabendo a respeito do tratamento a médio e longo prazo. Com base em pesquisas realizadas com fisioterapeutas e médicos que trabalham na área, o grupo descobriu uma adaptação ergonômica realizada pela mãe um dos bebês portadores da doença, onde é colocado pedaço de tecido entre as pernas para melhorar a resistência dos músculos dessa região. Essa solução foi inserida no projeto de forma muito inteligente, aliando condições médicas importantes à uma construção estética bastante agradável, como visto no croqui (desenho) da peça a seguir. Além disso, o grupo criou ainda um sapatinho de sola com texturas, que ajuda no desenvolvimento dos reflexos por meio dos pés, como veremos abaixo:

Imagem 2 – Croqui da peça desenvolvida para crianças com microcefalia, tema império (Peça para aumento da resistência das pernas em destaque) Sapatinho com texturas desenvolvido para crianças com microcefalia, tema império (Texturas do sapatinho em destaque).



Fonte: Própria (2018).

Devido a extensão do presente trabalho, apenas os três projetos acima descritos puderam ser melhor apresentados, todavia foram desenvolvidos muitos outros com resultados igualmente relevantes, aliando design, informação de moda contemporânea e preocupação em relação à ergonomia e condições ideais de uso das roupas pela pessoa deficiente, o que demonstra relevância de iniciativas como a realizada pelo projeto integrador desenvolvido na construção de cidadão mais engajados e profissionais de moda cada vez mais preocupadas com as reais capacidades e limitações de seus usuários.

CONSIDERAÇÕES

Foi percebido de forma clarificada a crescente atenção dada pelos alunos as reais capacidades e limitações das pessoas utilizadas para o desenvolvimento do projeto integrador. Indo além do conteúdo que poderia ser somente trabalhado pelos professores de forma expositiva em sala de aula, os alunos buscaram compreender cada uma das deficiências utilizadas como referência para construção das peças, analisando de forma aprofundada quais as possíveis contribuições do design de moda para melhoria do dia – a – dia dessas pessoas, chegando até a realizar sonhos, como o caso do grupo da cadeirante que tinha o sonho de vestir-se de noiva. Esse projeto especificamente, já teve convite confirmado para o maior evento de noivas realizado no interior do estado durante o mês de outubro.

Além da relevância emocional e pessoal, para todos os envolvidos no processo de construção do projeto integrador (deficientes, alunos e professores), houve também um relevante avanço científico na busca por adaptações do vestuário para deficiência ainda não trabalhadas no mercado de moda regional, quiçá nacional, como o desenvolvimento de roupas para crianças com microcefalia, adaptando soluções desenvolvidas pelo ramo da fisioterapia na construção de peças com contribuição efetiva para melhoria da resistência dos músculos da perna de bebês com essa deficiência. Essa observação em relação as contribuições médicas das roupas desenvolvidas foram aliadas a grande informação de moda, tendo assim, peças esteticamente agradáveis e sofisticadas e com efetiva contribuição para melhoria da saúde dessas crianças.

Percebe-se, portanto, que muito mais que construir roupas com contribuições ergonômicas, o projeto integrador foi fonte de grande aprendizado prático para formação de profissionais de moda integrados às preocupações contemporâneas em relação à real e efetiva inserção das pessoas com deficiência na sociedade e,

principalmente, no mercado de moda global. Esse tipo de perspectiva, traz a luz da formação superior a preocupação não só da formação de profissionais capacitados, mas também de indivíduo preocupados com sua função no mundo, cientes de suas obrigações enquanto cidadãos e da sua capacidade de mudar as condições limitantes vigentes em se tratando de pessoas com deficiência, objetivo consonante com os ideais da faculdade Senac pregados durante toda sua formação.

REFERÊNCIAS

GARCIA, V. 45 milhões de brasileiros com deficiência: censo 2010 reforça desafio do Brasil em dar uma vida digna aos deficientes. In: Deficiente ciente, 2011. Disponível em: Acesso em: 11 jul. 2018.

IIDA, Itiro. Ergonomia Projeto e Produto. São Paulo: Edgard Blucher, 3 ed., 2016.

MUNIZ, Aressa Joel Joel. Moda Inclusiva é sinônimo de autonomia para pessoas com deficiência. Disponível em: <http://reporterunesp.jor.br/2018/04/10/moda-inclusiva-deficiencia/> Acesso em: 11 jul. 18.

SEBRAE. Boletim de Tendências. Moda Inclusiva: Mercado e Acessibilidade. Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/moda-inclusiva-mercado-e-acessibilidade/> Acesso em: 09 jul. 18.

Nota: este capítulo foi atualizado e adaptado do originalmente publicado nos Anais do XVI Congresso Internacional de Tecnologia na Educação. RODRIGUES, L. H. G.; PIMENTEL, S. G. C.; FERNANDES, K. C. A.; DUARTE JÚNIOR, L. C. DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO CURSO SUPERIOR EM DESIGN DE MODA. In: Anais. XVI Congresso Internacional de Tecnologia na Educação, Recife, 2018.

O ENSINO DE DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIOS DE MODA EM MEIO AO CENÁRIO PANDÊMICO: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA

Selma Maria Barbosa dos Anjos¹⁵

INTRODUÇÃO

O Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Faculdade Senac Pernambuco oferta cinco módulos para a integralização do mesmo. No quinto e último módulo, na unidade temática “Acessórios”, é oferecida aos estudantes de graduação uma experiência completa nas bases teóricas e práticas da produção de acessórios de moda, dentre os quais destacam-se bolsas e calçados. O ensino destes itens durante a graduação é de grande importância, pois, mesmo que tenham as mesmas bases de informação das roupas, todo o processo de modelagem, produção e acabamento se dá através de técnicas específicas.

Na verdade, os acessórios são uma parte muito importante do traje. Complementam o chamado look, dando um acabamento ao visual da pessoa, muitas vezes, transformando-se na peça principal. É possível ver nas ruas pessoas com uma roupa básica, usando uma bolsa ou sapato que se destacam. Nesse caso, o acessório adquire uma importância maior do que a roupa. (FEGHALI; DWYER, 2001, p. 94).

Dessa forma, além de seguirem no curso munidos de conhecimento histórico e social a respeito dos acessórios, os discentes adquirem o domínio para a confecção destes itens, o que acontece devido à aplicabilidade prática desenvolvida na disciplina, gerando curiosidade e estimulando competências para a construção do pensamento crítico.

As aulas práticas feitas em laboratório, de alguma forma podem despertar curiosidade nos alunos, levando-os a um interesse pelo assunto abordado. A estrutura do laboratório pode facilitar na aprendizagem, sendo que nessas aulas os alunos têm a chance de interagir com montagens de instrumentos

¹⁵ Especialista em Fashion Design (FBV). CV: <http://lattes.cnpq.br/4017715163521696>

específicos, pois geralmente eles não têm um contato em um ambiente com caráter mais informal do que o ambiente da sala de aula (LEITE; SILVA; VAZ, 2008).

Para KÜLLER & RODRIGO (2012) o processo de aprendizagem pode ser definido como uma forma segura de adquirir competências.

O que distinguirá a situação de aprendizagem dos desafios reais da existência, do trabalho e da convivência é o fato de que, na aprendizagem, a vivência é controlada e protegida. Nela, a consequência do erro ou do acerto é uma oportunidade de reflexão e de melhoria. A situação de aprendizagem deverá permitir o ensaio descompromissado com resultados imediatos, a reflexão constante sobre a ação e a experimentação repetida e aperfeiçoada. (KÜLLER & RODRIGO, 2012, p. 6).

Nos primeiros meses de 2020, com a pandemia de COVID-19, inúmeras instituições de ensino precisaram adaptar rapidamente o modelo presencial físico e todo o planejamento daquele ano para os meios digitais, devido ao contexto de distanciamento social. Diante disso, na Faculdade Senac Pernambuco, o cenário de novas aprendizagens tornou-se um desafio não só para os professores, mas também para parte dos discentes, uma vez que os encontros remotos – síncronos ou assíncronos – exigiam condições e equipamentos tecnológicos adequados para a realização das atividades em casa, o que pode ser pontuado como mais um desafio para toda a sociedade durante o cenário de pandemia.

A unidade temática de “Acessórios”, portanto, também apresentou suas dificuldades e limitações para a adequação emergencial ao novo formato do processo de ensino-aprendizagem. O presente capítulo busca compartilhar a experiência nesse processo, a fim de registrar os aprendizados e enriquecer o debate acerca das novas modalidades de ensino no cenário atual.

DESENVOLVIMENTO

Para a realização das atividades teóricas e práticas na disciplina, os estudantes são orientados a partir de uma metodologia projetual, com a qual desenvolvem um planejamento estratégico para a construção de uma coleção com a identidade de sua marca.

Para isso, ao tomar como base as tendências de moda, deve-se fazer uso das

tecnologias de comunicação e levar em conta o público consumidor, a identidade da marca, os materiais, equipamentos e outros elementos envolvidos no processo de criação, produção e comercialização da coleção. Assim, o projeto entra em desenvolvimento e o aluno é avaliado conforme sua produção na disciplina.

Normalmente, as avaliações são realizadas com base nas atividades desenvolvidas em sala de aula, através de atividades práticas. Portanto, se dá por duas etapas: na primeira avaliação, é solicitado que os discentes apresentem todo o processo de pesquisa com base no método projetual e, em seguida, a segunda avaliação do semestre é feita a partir da análise da peculiaridade do projeto desenvolvido. Dessa forma, para a construção adequada dos acessórios, o aluno precisa, por exemplo, adquirir um amplo entendimento da modelagem dos pés para a execução de calçados como uma modelagem de parte do corpo humano que precisa “ser vestido”. Similarmente, a planificação de volumes, cálculo da área, modelagem, montagem e acabamentos são fatores essenciais para a execução da bolsa por parte do discente que está sendo avaliado.

Contudo, nos anos de 2020 e 2021, diante do cenário mundial de isolamento causado pela pandemia de COVID-19, doença provocada pelo novo coronavírus, os conteúdos ministrados pela unidade temática, de acordo com seu plano de ensino, precisaram passar por uma adaptação para a nova realidade do Ensino Remoto Emergencial (ERE) em ambiente virtual. Esse conceito foi definido por Behar (2020) como um formato de ensino caracterizado pelo distanciamento de professores e alunos e que foi adotado de forma temporária nos diferentes níveis de ensino por instituições educacionais, para manter as atividades acadêmicas durante a pandemia. Dessa forma, o ensino a distância das produções dos acessórios de moda tornou-se um novo desafio para a docência, que precisou adaptar todo o plano de ensino já existente para a nova modalidade em vigor.

Podemos dizer que o que iria talvez ocorrer na educação em uma década acabou acontecendo de forma “emergencial” em um, dois ou três meses. Os professores estão aprendendo mais do que nunca a criar aulas online, testando, errando, ajustando e se desafiando a cada dia. Cabe enfatizar que as atividades remotas emergenciais não são só videoaulas. Nesse tipo de atividade, o professor tem que participar ativamente do conteúdo, interagindo ao vivo com seus alunos e organizando tarefas para serem realizadas e postadas ao longo da semana na plataforma selecionada pela instituição. (BEHAR, 2020, p. 3).

Nos primeiros meses do semestre letivo de 2020.1, houve dificuldades por parte da instituição de ensino, da docência e dos discentes para a adequação ao novo cenário, culminando numa suspensão temporária das atividades dessa e de outras disciplinas. Os entraves se deram majoritariamente devido à necessidade de acesso de qualidade à internet, aparelhos eletrônicos em bom estado de funcionamento, domínio das principais ferramentas online e adaptação das dinâmicas das casas e famílias.

Após um período necessário para os ajustes à nova modalidade de ensino, a disciplina de “Acessórios” foi ministrada integralmente de forma remota no semestre de 2020.2 para uma turma de 24 alunos matriculados com carga horária de 80 horas, distribuídas em vinte encontros com duração de 4 horas cada. Desse total, apenas 16 horas corresponderam às atividades teóricas, enquanto as 64 horas restantes se deram de forma prática, o equivalente a 80% da carga horária total da disciplina, o que reitera a importância dessa modalidade. Os encontros realizaram-se através do Google Meet, por meio do qual a execução das atividades por parte dos alunos tornou-se possível diante da orientação dada em tempo real nas aulas remotas, através das quais eles recebiam o passo a passo de como modelar e montar seu acessório em questão.

A falta de material adequado para executar a atividade no ambiente fora da sala de aula apresentou-se como um dos maiores entraves para o seguimento das atividades. Diante disso, foram pensadas algumas estratégias para inovar e facilitar o processo ensino-aprendizagem. Em relação aos calçados, como a primeira fase da modelagem é igual para todos os modelos (sendo, portanto, denominada como base referencial), os alunos foram orientados a experimentar, em casa, as peças e os materiais nos seus próprios pés durante as atividades remotas. Portanto, através da plataforma Google Meet, grande aliada do ensino a distância durante o período, eram feitas as demonstrações de como envelopar a fôrma dos pés com plástico filme PVC, para que os alunos conseguissem acompanhar todo o processo de execução. Em seguida, usava-se a fita adesiva (crepe) para fazer a modelagem em cima do pé, criando o modelo desejado. A figura 01 apresenta o passo a passo para o desenvolvimento e execução do acessório de moda e como a atividade foi feita durante o ensino remoto.

Figura 01 – Calçado. A e B: Envolvimento na fôrma do pé com o plástico filme PVC para desenvolvimento da modelagem; C: Para o desenvolvimento da modelagem, os alunos foram orientados a envolver a fita crepe em todo o pé ou fôrma do pé com filme plástico (PVC); D: Molde desenhado em cima da fita crepe; E: Cabedal (molde finalizado), em seguida planificado para o corte no tecido e montagem; F: Peça (alpargatas) montada e finalizada de acordo com o modelo criado.



Fonte: acervo da autora – arquivos disponibilizados pelos discentes.

No segundo acessório produzido nas aulas, o objetivo é construir um design autoral com matéria prima e acabamentos de qualidade. Como é confeccionado manualmente e com ferramentas manuais, o seu processo de construção é muito mais demorado que o industrial, tudo isso com acompanhamento e orientação da professora durante as aulas práticas.

Portanto, antes de darmos início a confecção da bolsa, foi solicitado aos alunos uma pesquisa histórica relacionada a esse acessório, para que os alunos percebam a importância da utilização do mesmo, se aprofundando desde o início da existência e sua importância para o uso. Assim, após o aprofundamento teórico acerca das bases socioculturais da bolsa, bem como sua importância e relevância históricas, pode-se ter início, por parte dos estudantes, o processo de aprendizagem técnica e consequente produção deste item.

Para dar início à construção desse acessório, primeiramente o que se deve fazer é definir o modelo e tamanho, para desenvolver a modelagem no papel. Com

o modelo já definido, os alunos escolhem os materiais que mais se relacionam ao modelo. Foi solicitado aos discentes o desenvolvimento de uma bolsa versátil e inovadora contendo os seguintes itens: tecido principal, forro, alça, zíper, porta celular, porta chaves, bolso interno, bolso externo, ser versátil, ficha técnica da bolsa e insumos. A figura 02 apresenta a modelagem da bolsa feita em papel e, em seguida, finalizada com as três versões em um só produto.

Figura 02 – Bolsa. A, B e C: Molde em papel com modelo definido para a montagem; D, E e F: Bolsa versátil em tecido finalizada.



Fonte: acervo da autora – arquivos disponibilizados pelos discentes.

As estratégias apresentadas acima foram, portanto, a forma mais adequada de adaptação da disciplina “Acessórios” ao formato remoto, a fim de proporcionar aos discentes do último módulo do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Faculdade Senac Pernambuco, uma boa experiência durante o cenário de pandemia. Após a conclusão da disciplina, uma das alunas demonstrou o êxito de sua experiência pessoal por meio de um breve relato:

Cursei a disciplina de Acessórios com <a professora> no curso de Design de Moda na Faculdade Senac, em 2020. Em plena pandemia, tivemos que assistir aulas remotas no ambiente virtual e, para uma disciplina totalmente prática, foi grande a dificuldade, principalmente a falta de contato visual e pessoal com <a professora>, pois esta interação é que cria a confiança do aluno. Mas <a professora> soube conduzir as aulas minimizando nossas dificuldades, com paciência, persistência e resiliência, e conseguiu o mais importante: manter o foco do aluno no desenvolvimento da habilidade manual de construir as peças, e esquecer a completa distância que, afinal, nos unia de uma certa forma. E a superação foi através do empenho em não desistir das aulas: ela mandava o vídeo da construção da peça, acompanhava pela aula online cada passo a passo dos alunos, fazia as observações necessárias e, ao final, o aluno conseguia montar o acessório, porque as aulas eram orientadas com foco na criação e na demonstração de que nós, alunos, poderíamos construir, sim, a peça que livremente escolhemos. Foi uma experiência incrível conseguir desenhar, cortar e costurar uma bolsa completa. Eu me senti vitoriosa, porque sem a dedicação e foco <da professora>, seria mais difícil manter o entusiasmo. Agora, o ensino remoto tem, ao meu ver, muitas coisas positivas, como poder ofertar o conhecimento sem que o aluno precise sair de casa. Naquele momento da pandemia, isto foi vital para que não tivéssemos um período de tempo perdido sem as aulas. (Relato da aluna publicado em ambiente virtual em 14 de abril de 2022. Os nomes foram suprimidos do original e trocados por <a professora>).

Mesmo com as dificuldades apresentadas durante a pandemia, percebe-se que a professora e os alunos foram capazes de superar a situação de forma eficaz, o que pode ser percebido pelos *feedbacks* dos estudantes e pelas avaliações desses ao longo das atividades realizadas.

CONSIDERAÇÕES

Na disciplina de Acessórios, o aluno é orientado a executar protótipos de produtos de moda a partir do projeto desenvolvido, possibilitando um novo olhar para o mercado, a partir da compreensão dos processos envolvidos e do respeito ao padrão de qualidade estabelecido. Os protótipos são essenciais para os testes ergonômicos, funcionais e de aceitação dos produtos, e puderam ser desenvolvidos mesmo durante a pandemia e com o ensino remoto.

Durante o período em questão, as orientações feitas durante as aulas em ambiente virtual tornavam-se registros em gravações, ficando à disposição dos estudantes por meio da plataforma *Google Classroom*. Estas, sem dúvidas, representam uma das maiores aquisições da docência após a necessidade de adaptação a um novo modelo de ensino no período pandêmico, pois apresenta-se como uma grande oportunidade para que os discentes possam rever as aulas quantas vezes for necessário e esclarecer suas eventuais dúvidas a respeito da temática, o que facilita o ensino e as atividades práticas a serem avaliadas posteriormente.

A partir de 2021, com o avanço das campanhas de vacinação contra a COVID-19, as aulas presenciais começaram a ser retomadas gradualmente, de forma que pouco mais de 50% da turma – de 24 alunos matriculados – precisou continuar cursando a disciplina no formato remoto, através do *Google Meet*, por morarem com familiares portadores de comorbidades ou por alguma outra fragilidade para a retomada presencial. O restante dos discentes, alegando dificuldade de concentração e falta de materiais e equipamentos para executarem suas peças em seus lares, pôde optar por voltar a assistir às aulas no espaço físico da faculdade.

De qualquer forma, é evidente que o período de Ensino Remoto Emergencial (ERE) em ambiente virtual ensinou e aprimorou técnicas de ensino-aprendizagem para docentes e estudantes, que continuarão sendo incrementadas no ensino superior de Design de Moda pelos próximos anos.

REFERÊNCIAS

BEHAR, Patricia Alejandra. O Ensino Remoto Emergencial e a Educação a Distância. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2020. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/coronavirus/base/artigo-o-ensino-remoto-emergencial-e-a-educacao-a-distancia/>. Acesso em: 16 abr. 2022.

FEGHALI, M. K.; DWYER, D. As Engrenagens da Moda. **Coleção Senac Rio Oportunidades Profissionais**, p. 94. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2001.

KÜLLER, J. A.; DE FÁTIMA RODRIGO, N. Uma metodologia de desenvolvimento de competências. **Boletim Técnico do Senac**, v. 38, n. 1, p. 6-15, 19 abr. 2012.

LEITE, A. C. S.; SILVA, P. A. B.; VAZ, A. C. R. A importância das aulas práticas para alunos jovens e adultos: uma abordagem investigativa sobre a percepção dos alunos do PROEF II. **Ensaio-Pesquisa em Educação em Ciências**, n. 7, p. 1-16, 2008.

REAPROVEITAMENTO DE RESÍDUOS TÊXTEIS: APLICANDO UPCYCLING NA INDÚSTRIA CALÇADISTA

Jacqueline da Silva Macêdo¹⁶

Laura Maria Abdon Fernandes¹⁷

Ana Carolina Monteiro Gonçalves Agra¹⁸

Daniella Priscila de Mélo Magalhães¹⁹

Andréa Fernanda de Santana Costa²⁰

INTRODUÇÃO

A indústria têxtil e de confecções se destaca por ser considerada uma das mais poluentes do mundo. O elevado nível de geração de resíduos sólidos, em especial nas tecelagens e nas etapas de enfiado, risco e cortes tecidos nas confecções (BERLIM, 2012). Tal sistema é alimentado pela dinâmica do *fast fashion*, um modelo imediatista focado no rápido giro de produção e consumo, levantando questões referentes à sustentabilidade.

Nesse cenário, a sustentabilidade é um dos principais desafios da moda, pois são elevados os fatores de exigência para considerar um produto mais sustentável do que as demais opções disponíveis no mercado, exigindo a criação de propostas focadas em práticas que desenvolvam processos eco eficientes capazes de minimizar os impactos negativos da indústria.

Para amenizar a questão do consumo exacerbado dos produtos de moda, surge o movimento *slow fashion*, com o pensamento de uma desaceleração da produção e do consumo, e a moda sustentável que propõe oferecer novas alter-

¹⁶ Mestranda e Meio Ambiente, Universidade Federal de Pernambuco/Programa de Pós-graduação em Meio Ambiente (PRODEMA). CV: <http://lattes.cnpq.br/4453458153874010>.

¹⁷ Mestra em Design, Universidade Federal de Pernambuco/ Programa de Pós-Graduação em Design. CV: <http://lattes.cnpq.br/3984963420632616>

¹⁸ Mestra em Design, Universidade Federal de Pernambuco/ Programa de Pós-Graduação em Design. CV: <http://lattes.cnpq.br/3984963420632616>

¹⁹ Especialista em Design e Moda, Programa de Pós-Graduação em Marketing de Moda SENAI/ Departamento Regional da Paraíba; João Pessoa. CV: <http://lattes.cnpq.br/8397003978661470>

²⁰ Doutora em Biotecnologia, Universidade Federal Rural de Pernambuco / Docente Universidade Federal de Pernambuco / Centro Acadêmico do Agreste / Núcleo de Design e Comunicação. CV: <http://lattes.cnpq.br/1529389745658217>

nativas mais éticas, repensando todo o ciclo de vida do produto. Destaca-se também o movimento *upcycling*, uma das principais alternativas para reintegração dos resíduos/refugos e descartes têxteis aos ciclos de vida de outros produtos.

Diante deste cenário, a presente pesquisa teve como ponto de partida o grande volume de resíduos têxteis de denim descartados como lixo doméstico na cidade de Caruaru, considerado um relevante polo têxtil, de confecções e lavanderias de beneficiamento de jeans, na região Agreste do estado de Pernambuco - Brasil. A busca para a realização de processo e desenvolvimento de produtos com valor de moda utilizou os refugos de tecidos de denim provenientes da indústria de confecção de peças de vestuário, visando a produção de artefatos sustentáveis e de elevado valor agregado. O desenvolvimento de três protótipos de calçados utilizando resíduos/refugos de tecidos de denim foi o objetivo deste estudo.

MODA E SUSTENTABILIDADE

O mercado da moda se destaca como um dos setores que mais movimentam a economia mundial. Para Salcedo (2014), as roupas passaram a ser fabricadas de forma mais rápida com preços mais baixos para atender esse novo sistema da moda com peças que antes eram apenas distribuídas por estações e hoje chegam a ser apresentadas em algumas empresas por coleções cápsula semanalmente.

As primeiras preocupações com os impactos e as devastações provocadas ao meio ambiente pela sociedade do consumo surgiram entre os anos 60 e 70 com o alerta de ambientalistas. Em 1971, com a publicação do livro *Design para o mundo real*, de Victor Papanek, surgiu o movimento relativo ao design sustentável. Mais tarde, nos anos 80, alguns designers começaram a explorar no design de produto a eficiência ecológica. Nos anos 90, há uma crescente no mercado de consumo e consumidores, com conceito socioambiental, aparecendo o “eco design”, que busca o objetivo de evitar reduzir e eliminar os impactos que podem de qualquer forma afetar os recursos naturais. Mais recentemente, nos anos 2020, nasce um novo posicionamento onde se incluem as questões sociais em uma estratégia de inovação de produto a longo prazo (GWILT, 2015).

Atualmente são considerados três fatores principais para se obter uma moda sustentável: a sociedade, o meio ambiente e a economia. Conhecida como tripé da sustentabilidade (*Triple Bottom Line*) (GWILT, 2015). Para esse desafio, o designer tem que equilibrar medidas que atendam a esses aspectos seguindo uma abordagem holística da sustentabilidade, analisando como reduzir e minimizar qualquer possível impacto

socioambiental em todo processo produtivo da confecção do vestuário, repensando o uso e o descarte, compreendendo o ciclo de vida do produto e não deixando os valores estéticos, simbólicos e de qualidade de lado (FLETCHER e GROSE, 2011).

DENIM, JEANS E ÍNDIGO

A estrutura inicial do tecido denim era rígida em tempos passados e composta com 100% de fibras de algodão. Produzida por dois fios, trama em algodão cru e urdume na tonalidade azul índigo. O índigo é um corante extraído de plantas orientais denominadas indigóferas e *isati tinctoris*. Em 1987 os corantes sintéticos foram inseridos no processo de tingimento, pois apresentava um menor custo e processos rápido e eficiente de tingimento.

Com o passar dos anos, o denim passou a ser planejado segundo o mercado de tendências, a densidade, gramaturas, composição com fibras sintéticas se destacam até os dias atuais com a finalidade de melhorar as características sensoriais atraentes para adaptações em modelagens e questões de conforto. O desenvolvimento de novas fibras têxteis como o fio de elastano e novas cores (denominado “DIP”), quanto maior o tempo dos mergulhos no corante azul, mais intenso a cor azul no tecido, visando atender a um mercado tão amplo (OLIVEIRA, 2008).

RESÍDUOS E REFUGOS TÊXTEIS

Segundo o SEBRAE (2019), o Brasil tem uma produção de 170 mil toneladas de retalhos têxteis por ano, desse total 40% são reprocessados por empresas recicladoras e os outros 60% são descartados nos aterros sanitários – valor elevado, que poderia gerar a essas empresas uma nova renda bem como uma nova classificação de negócio sustentável. Grande parte desses resíduos são gerados nos processos de corte dos enfeitos desenvolvidos nas confecções.

Essa realidade exige um processo de transformação onde novas soluções são aplicadas à cadeia têxtil, o que tem promovido o reaproveitamento dos resíduos de tecidos, com destaque para reciclagem – que consiste na reincorporação dos materiais (geralmente de difícil tratamento) em um ciclo produtivo. Os processos de reciclagem podem ser realizados dentro da própria indústria em que os resíduos são gerados, desde a fiação até a confecção, ou mesmo após o uso pelo consumidor. No entanto, para Salcedo (2014), quando se fala em reciclar peças de roupas está se falando propriamente em um processo de reutilização e não de reciclagem, visto que os têxteis não são completamente remanufaturados.

Segundo Kazazian (2005), na reutilização, o produto atribui uma nova possibilidade, que pode ser estabelecida pela indústria ou atribuída pelo usuário no pós-consumo. Sendo assim, o reaproveitamento não contribui diretamente na finalização de um problema da geração do resíduo, mas ajuda na gestão de um material que seria descartado muitas vezes de forma inadequada. Algumas empresas desenvolvem projetos sociais e doam seus resíduos têxteis a ONGs que os reutilizam no desenvolvimento de artesanato para geração de renda, mas a grande parte que poderia ser reciclada ou reaproveitada é descartada.

SLOW FASHION

Para Salcedo (2014), o *Slow fashion* (moda lenta) não pode ser considerado como o oposto do *fast fashion* (moda rápida), seu enfoque se diferencia pela consciência dos que fazem o mercado da moda, estilistas, compradores, distribuidores e consumidores. Nesse sentido, os hábitos dos consumidores são parte importante para o *slow fashion*, que não se baseia no tempo, mas na qualidade do produto que, no final, reflete na durabilidade.

O *slow fashion* busca a maior transparência das etapas de produção em todo percurso da cadeia, do abastecimento à produção, com maior consciência dos impactos gerados pelos produtos aos trabalhadores, à comunidade e ao ecossistema (FLETCHER e GROSE, 2011). O movimento prioriza mudanças estruturais no uso de matérias-primas, na redução de poluição em toda cadeia produtiva e condições de postos de trabalho aos e a reeducação do olhar do consumidor, avaliando e considerando o impacto social e ambiental do produto.

UPCYCLING

O termo que une as palavras *up* (subir) e *cycle* (ciclo), implicando algo como “subir o ciclo” - surgiu como uma prática sustentável do movimento *slow fashion*, e consiste no método de aprimorar qualquer material ou produto que seria possivelmente descartado, resignificando algo que seria descartado, principalmente no aterros sanitários (DANELON; PANTIN, 2012). A principal matéria-prima do *upcycling* são os resíduos têxteis, que podem ser provenientes das confecções ou peças de vestuário descartadas pelo consumidor, podendo ser adquiridas em diversas fontes como brechós, bancos de resíduos, restos de coleções de marcas, sobras e retalhos de empresas de confecções (FLETCHER; GROSE, 2011). A

técnica, segundo Gwilt (2015), é aplicada no design e construção de uma nova roupa ou na reconstrução de uma peça já existente, processo que toma um tempo considerável de preparação, principalmente quando a produção é em baixa escala. Esse tempo possibilitará ao designer reunir outros elementos para uma boa composição harmônica e desenvolver processos de lavagens, desconstrução de partes que requerem um custo diferenciado ao produto finalizado.

CALÇADOS

A proteção com materiais que cobrissem o corpo e os pés foram as primeiras necessidades entre os homens e mulheres primitivos. A necessidade de se proteger do frio e do atrito entre pé e solo evidencia que a história do sapato tenha surgido ainda na pré-história fim do período paleolítico, a primeira prova indireta é datada há 40 mil anos onde as primeiras mudanças na estrutura óssea do dedo mindinho foram aparecendo, caracterizando o possível uso de algo nos pés. Referências são apresentadas ao longo de toda a história através das pinturas encontradas nas cavernas espanholas a mais de 5 mil anos ou até mesmo nas artes gregas egípcias e ocidentais (SENAI, 2015).

O sapato é um dos elementos que reflete o status e a condição financeira de seu usuário. No século XVII os aristocratas faziam uso de pantufas brocadas em tecidos sofisticados simbolizando uma vida de ócio, já seus serviçais calçavam botas pesadas em couro preto sem nenhum elemento estético. O consumo desse objeto se estende além da necessidade prática, sendo motivado por novos códigos de consumo, aspectos emocionais e de desejo. Para o público feminino, que é o principal consumidor de sapato, conforto é fundamental, mas beleza é essencial, frase que nos faz refletir sobre a fetichização e a estética (LIPOVETSKY, LERROY, 2015, p. 35). Isso explica porque saltos altíssimos, modelagens exóticas e que desrespeitam a anatomia sejam usadas em inúmeras coleções e tenham como resultado sucesso com o público consumidor (SENAI, 2015).


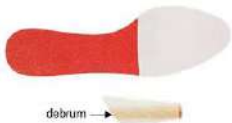

Os pés humanos possuem estrutura com terminações nervosas que se comunicam com o restante do corpo, por isso o sapato deve conter além de elementos estéticos fatores ergonômicos que promovam mobilidade eficiente ao seu usuário, o uso dos sapatos tem efeito na saúde dos pés e conseqüentemente de todo o corpo (CHOKLAT, 2012). Tal conforto pode ser proporcionado com folgas padrões, criadas na parte interna dos sapatos como elevação da biqueira,






folga entre a base do dedo do sapato e o chão, suavizando a movimentação para a caminhada. Outra folga tão importante quanto essas, é a dada entre os dedos e o final do sapato chamada simplesmente de “folga”, que possibilita o movimento do pé dentro do sapato ao exercer qualquer movimento, sendo de 10 a 15 mm. A fixação do salto deve ser bem localizada se ajustando ao tornozelo essa má localização pode gerar bolhas ao usuário (CHOKLAT, 2012).



Composto por bem menos partes que o pé, o sapato têm suas partes projetadas para a melhor adequação ao movimento. Para o desenvolvimento de um par de sapatos ergonômicos, o designer deve compreender bem as partes que o constituem e identificar a nomenclatura industrial dessas partes (Quadro 1).

Para a construção de todas as partes do calçado, é necessário o uso de formas, cujas dimensões representam as medidas dos pés de forma padronizada. As principais funções das formas são: apresentar dimensões mais próximas ao formato do pé, servir como base para criação de modelagem das partes do modelo do sapato e servir como base de montagem de todas as partes do sapato até seu acabamento. Para cada formato de sapato poderá ser utilizado um modelo específico (SENAI, 2015).

Quadro 1 – Partes que constituem um sapato

Atividades a serem realizadas	Função	Imagem
Contraforte	protege o salto do calçado e visa manter o calcanhar do pé firme.	
Entressola	Tipo de acabamento onde a base do pé faz contato com o calçado, deve oferecer conforto e pode amortecer impactos. As sandálias podem receber um debrum na parte dianteira como proteção.	
Salto	apoio elevado que deve ser construído com um material rígido e que possibilita ao usuário uma elevação em relação ao piso.	
Calcanheira	parte fixada entre a palmilha e a entressola no calçado que estará em contato com a parte inferior do pé. Produzida em couro ou tecido.	

Debrum	tipo de borda, corta-se uma tira na largura que desejar, costura -se na borda da gáspea ou de outras peças.	
Linha	no meio calçadista, sua aplicação é feita em máquinas de pesponto, com alta resistência para não romper em tensões geradas no uso do calçado.	
Alma	apoio entre o salto e a área do metatarso do pé. É posicionada no centro da palmilha de forma longitudinal, dando firmeza ao caminhar. Pode ser encontrada em materiais como aço, madeira, nylon ou couro.	
Solado	parte do sapato que tem contato direto com o chão, variam de acordo com o uso e preço do sapato. Sapatos mais finos podem receber solados de couro bovino.	
Cabedal	são as partes que estão dispostas acima da sola, pode ser dividida em parte frontal, lateral e traseira, estruturam o calçado e tem a função de proteção e conforto. Os materiais mais utilizados são o couro de origem animal, tecidos e materiais sintéticos diversos.	
Forro	são estrutura que recobrem a parte interna do cabedal. Os materiais mais utilizados são couro animal, pelica e tecido.	
Biqueira	mantém a forma e estrutura a parte frontal dos calçados fechados (sapato). São utilizados materiais termoplásticos e semirrígidos e em alguns sapatos sofisticados são feitas em couro.	
Palmilha	faz apoio ao pé, pode ser dividida em duas, palmilhas de montagem que fixa cabedal ao salto e entressola, e palmilha inteira ou sobre palmilha, que proporciona conforto ao pé podendo corrigir alterações biomecânicas.	

Capa do Salto	revestimento de proteção ao salto que facilita a troca, caso haja desgaste.	
Gáspea	Parte frontal do cabedal do sapato. Menção a toda parte que cobre desde os dedos até o peito do pé podendo ser composta por outra peça, a biqueira e forro	

Fonte: Produzido pelas autoras, 2022, quadro de imagens produzido a partir de informações contidas em Choklat (2012)

METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa experimental explorou o processo de *upcycle* para o desenvolvimento de um produto com valor de moda. Os experimentos foram realizados numa parceria com empresa de confecção, lavanderia, indústria calçadista e Laboratório de Tecnologia Têxtil - Fibras, Fios e Tecidos instalado na UFPE/CAA, para o projeto seguimos as etapas:

- 1^a **Coleta dos resíduos:** 5 quilos de resíduos de tecido denim, em composição 100% algodão, que seriam descartados pela empresa no lixo doméstico, foram coletados em uma confecção de moda infantil feminina na cidade de Caruaru / PE.
- 2^a **Inspiração:** uma análise de tendência de produto auxiliou o desenvolvimento, em que foram identificadas formas, cores e estação. definiu a inspiração nas Naked Sandals, predominante no verão 2020, nostalgia do final da década de 90 que conferiu um toque sofisticado e sexy às produções.
- 3^a **Seleção e beneficiamento de resíduos:** seguindo as inspirações, amostras foram selecionadas e enviadas para tratamento em uma lavanderia de beneficiamento de jeans, em que os resíduos/refugos passaram por processos de remoção de parte do corante índigo por meio de produtos químicos.
- 4^a **Montagem do sapato:** protótipos foram desenvolvidos em uma empresa do setor calçadista situada na cidade de Campina Grande, que pratica o *private label* na Paraíba, apresentando-se como referência na produção de sapatos femininos. Os modelos seguiram a sequências:
 - Corte do cabedal - os resíduos têxteis beneficiados passaram pela etapa de risco e corte, seguindo os moldes de cabedal de modelos das sandálias estabelecidas para produção. Nessa etapa o forro do cabedal foi modelado

em pelica sintética que recebeu uma camada fina de resina poliuretana (PU) à base de água e seguiu para a secagem em temperatura ambiente.

- Costura dos moldes do cabedal - as partes cortadas do cabedal são costuradas utilizando 'pesponto' e reforçado com uma fita para conferir uma maior estabilidade e estrutura. As bordas são dobradas e pressionadas. O cabedal é unido ao forro e costurado seguindo para o corte das aparas. Nessa etapa são colocados os fechos e feitos os furos de regulagem.
- Montagem - a sola e o salto são unidos com cola PU, recebem acabamento com forro do tecido e seguem para secagem. Após seca, a palmilha passa por lixamento mecânico na parte inferior para retirada de excessos de tecido e uniformização da superfície. Em seguida, a palmilha recebeu um molde de marcação em que são feitas no solado as marcações estruturais do cabedal. E foram fixadas manualmente a planta da forma com um prego e receberam uma camada de resina PU para fixação da parte estrutural do cabedal. Por fim, após a secagem completa da resina, foi feito mais um lixamento para uniformização da aplicação de resina PU em toda parte inferior da palmilha e recebimento da sola. Para uma melhor colagem, a sandália foi colocada em uma prensa pneumática. Finalizando o processo de montagem fez a aplicação a capa do salto ao salto, que foi fixado a palmilha por pregos.
- Acabamento: foi feita a aplicação da palmilha de conforto, finalizando com uma revisão final do sapato, avaliando toda sua estrutura, colagem, fechos e acabamentos.

RESULTADOS

As alternativas geradas no desenvolvimento das sandálias proporcionaram a criação de produtos com funcionalidade e estética compatível com as necessidades do mercado. Seguindo os conceitos identificados e destacados no painel de tendência que Choklat (2012) apresenta como um apurado de referências de produtos com os principais modelos de moldes, couros, tecidos, acabamentos e junção de materiais diversos, foi desenvolvido alternativas de produto a partir das tendências verão 2020, o estudo traz a inspiração nas *Naked Sandals* como referência de minimalismo e sensualidade.

Os resíduos têxteis foram separados e seguiram para as etapas de produção e confecção das duas alternativas de sandálias escolhidas durante a geração de

alternativas. A utilização do tecido de jeans conferiu resistência à estrutura do calçado que segundo Pezzolo (2997) e se observa a estrutura geométrica do tecido de sarja no material utilizado.

As peças criadas por meio do *upcycling* seguiram o modelo de planejamento proposto por Romero (2016) e as fases de montagem tradicional da indústria calçadista, seguindo a tendência das *naked sandals*. Observou-se que os materiais ressignificados e processados se mostraram adequados ao uso em sandálias, conferindo estrutura e estabilidade para os produtos.

A primeira peça não passou por nenhum tipo de beneficiamento no denim e buscou valorizar a estética minimalista para destacar o pé do usuário. Foi observado um melhor reaproveitamento das amostras pequenas de resíduos, para o desenvolvimento da parte frontal do cabedal e lateral de suporte de fecho. Já no segundo protótipo, as peças/vieses de tecido foram modeladas adicionando um percentual de encolhimento aos moldes. Na lavanderia de beneficiamento de jeans foram realizados dois processos de redução de cor, alvejamento utilizando hipoclorito de sódio, ressaltou áreas brancas do tecido e proporcionou um maior brilho, tendo em vista que age como um oxidante forte. Além desse, o permanganato de potássio que se combina com outros produtos e retira a cor da peça de forma gradativa. Em complemento, o tecido de jeans na cor natural e o beneficiado na lavanderia complementam o visual da sandália, que se aproxima das peças identificadas como tendência de moda nos aspectos forma e cor (OLIVEIRA, 2008).

Figura 1 – Resultado da produção dos dois modelos das sandálias



Fonte: Acervo das autoras, 2022.

CONSIDERAÇÕES

O desenvolvimento do projeto apresenta a ressignificação de um novo consumo sustentável, conectando os três pilares da moda sustentável, social, ambiental e econômica. Exercitando o olhar a responsabilidade social, proporcionando mudanças e ampliando as possibilidades do uso de resíduos. O resultado da pesquisa possibilita uma nova forma de geração de renda para comunidades que desejam utilizar os resíduos têxteis como matéria prima na produção de calçados.

Os calçados desenvolvidos atendem as tendências de moda, apresentam valor estético e simbólico além de minimização dos impactos ambientais e redução do custo de produção.

REFERÊNCIAS

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

BRASIL. **Decreto nº 7.404, de 23 de dezembro de 2010**. Regulamenta a Lei no 12.305, de 2 de agosto de 2010. Brasília, 2010. Disponível em: <shorturl.at/cghAC> Acesso em: 10 set. 2019.

CHOKLAT, Aki. **Design de sapatos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

CNTL. **Centro Nacional de Tecnologias Limpas**. 2009. Disponível em <http://www.cntl.com.br>. Acesso em: 15 jul. 2019.

CNTL. **Produção mais limpa em confecções**. Porto Alegre, CNTL/SENAI-RS. 2007.

DANELON, Fernanda; PANTIN, Simone Esmanhotto de. **Já ouviu falar em Upcycling?** Disponível em: <shorturl.at/hGIQU>. Acesso em: 25 jun. 2019.

FLETCHER, Kate.; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

GWILT, Alison. **Moda sustentável: um guia prático**. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Ed. SENAC, 2005.

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

GILLES, Lipovetsky, LERROY, Jean. **A estetização do mundo**. São Paulo, Companhia das letras, 2015.

OLIVEIRA, G. J. **Jeans a alquimia da moda**. Espírito Santo: Edição independente, 2008.

PEREIRA, D. R. **Slow Fashion: produção consciente na moda**. 2014. Disponível em: <shorturl.at/gryFP> Acesso em: 10 jan. 2020.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: histórias, tramas, tipos e usos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

ROMERO, Vanda Alves Cordeiro. **Design de bolsas**. São Paulo: Senai, 2016.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Retalhos de tecidos: no lugar do desperdício, negócios sustentáveis**. Disponível em: <<https://respostas.sebrae.com.br/retalhos-de-tecidos-no-lugar-do-desperdicio-negocios-sustentaveis/>>. Acesso em: 19 set. 2019.

SENAI. Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. **Estilista de calçados**. Editora Senai São Paulo, 2015.

AS COMPETÊNCIAS DO MODELISTA DE VESTUÁRIO INDUSTRIAL

Icléia Silveira²¹

Valdecir Babinski Júnior²²

Lucas da Rosa²³

Luciana Dornbusch Lopes²⁴

INTRODUÇÃO

Com a valorização dos recursos humanos, as organizações se voltam para a utilização de novos modelos de gestão, baseados em conceitos de competência, desempenho e compartilhamento. Nesses modelos, as ênfases na gestão do conhecimento e na aprendizagem organizacional criam oportunidades de crescimento pessoal e profissional (ROSA, 2011; SILVEIRA, 2017).

Nesse sentido, os profissionais das indústrias de vestuário, além de trabalhar métodos, técnicas e procedimentos, devem ser capazes de agir e de tomar decisões diante de situações que demandam competências específicas às funções que ocupam (ROSA, 2005; SILVEIRA *et al.*, 2013; SILVEIRA; ROSA; LOPES, 2017). Por sua vez, para se manterem competitivas no mercado, as organizações devem reconhecer e aproveitar as potencialidades de suas equipes de trabalho e proporcionar condições para que sejam colocadas em prática as competências individuais, de modo que seus colaboradores possam se comunicar e se integrar, compartilhar conhecimentos e desenvolver empatia em prol do ambiente em que se encontram (SILVEIRA, 2017).

No âmbito da modelagem de vestuário, os profissionais da organização devem interpretar as criações realizadas por designers e estilistas a partir de codificações técnico-gráficas para torná-las artefatos tridimensionais vestíveis. Nesse percurso, conceitos abstratos e diretrizes projetuais podem ser dimensionados

²¹ Doutora em Design (PUC-Rio). Professora efetiva (UDESC).
CV: <http://lattes.cnpq.br/7917562140074797>

²² Doutorando em Design (UFSC). Professor substituto (UDESC).
CV: <http://lattes.cnpq.br/3236784093903342>

²³ Doutor em Design (PUC-Rio). Professor efetivo (UDESC).
CV: <http://lattes.cnpq.br/1943713096006841>

²⁴ Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento (UFSC). Professora efetiva (UDESC).
CV: <http://lattes.cnpq.br/5234493384525427>

pelo uso da geometria descritiva para formar modelagens e moldes que, posteriormente, serão empregados no corte de materiais que vestirão o corpo de um indivíduo (ARAÚJO, 1996; MENEZES; SPAINE, 2010; SILVEIRA *et al.*, 2013; SILVEIRA, 2017).

Na visão de Osório (2007, p. 17), “a modelagem do vestuário constitui-se de um processo de transposição das medidas tridimensionais do corpo a ser vestido para um plano bidimensional [...]”. De maneira similar, Silveira (2017, p. 5) menciona que a modelagem “[...] envolve técnicas e métodos para o traçado do diagrama básico do corpo humano e da interpretação do modelo. Esse trabalho pode ser feito manualmente ou com uso de um *software* [...]”. Segundo essas autoras (OSÓRIO, 2007; SILVEIRA, 2017), os profissionais de modelagem devem, portanto, ser capazes de acionar competências específicas para realizar a construção dos moldes de acordo com os modelos pretendidos. Sobre essa questão, debruce-se este capítulo.

Com o objetivo de destacar as competências requisitadas para atuação profissional dos modelistas de vestuário em âmbito industrial, o presente capítulo trata de elaborar um modelo teórico-explicativo ancorado em uma revisão bibliográfica, narrativa e assistemática com ênfase na matriz conceitual proposta por Durand (2000). Importa destacar que a matriz de Durand (2000) apresenta três dimensões, quais sejam: (I) conhecimento; (II) habilidade; e (III) atitude.

Com base na classificação metodológica de Gil (2008), entende-se que a pesquisa realizada possui natureza básica e contempla uma abordagem qualitativa quanto ao problema proposto. Em relação ao seu objetivo, a pesquisa denota, predominantemente, um caráter descritivo, pois se utiliza de procedimentos bibliográficos acerca do assunto investigado. Como eixo temático, as obras selecionadas para compor a fundamentação teórica da pesquisa abordam conceitos sobre competências profissionais. Para análise dos dados, seguiu-se uma postura epistemológica interpretativista com foco nas relações dos pressupostos teóricos identificados no corpo de conhecimento construído.

Por fim, cabe salientar que a pesquisa se encontra vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Design de Vestuário e Moda (PPGModa) da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc), bem como ao Departamento de Moda (DMO) do Centro de Artes (Ceart) da instituição. Assim, a seguir, procede-se à contextualização das competências individuais no espaço organizacional.

COMPETÊNCIAS INDIVIDUAIS NO ÂMBITO ORGANIZACIONAL

No contexto contemporâneo, o termo competência passou a ser discutido nas esferas acadêmica, profissional, individual e organizacional. Perrenoud (2000) define competência como a mobilização correta, rápida, pertinente e criativa de múltiplos recursos cognitivos para solucionar um problema experienciado em situações análogas. Na perspectiva do autor, esses recursos podem envolver saberes, informações, valores, atitudes, habilidades, inteligências e esquemas de percepção, de avaliação e de raciocínio.

Já para Zarifian (2012), o termo competência diz respeito à inteligência prática do indivíduo para lidar com situações por meio de conhecimentos adquiridos em experiências passadas. Esses conhecimentos podem ser transformados e incrementados à medida que aumenta a complexidade das situações vivenciadas pelo sujeito. O autor afirma também que a competência depende do nível geral de desenvolvimento dos saberes individuais provocados por cada empresa mediante suas particularidades. Isso permite compreender que, no cruzamento entre sujeito e organização, a competência pode ser entendida como o conjunto único de saberes pessoais mobilizados por um colaborador na execução de sua atividade de trabalho.

Já Carbone *et al.* (2009, p. 43) concebem competência como “[...] combinações sinérgicas de conhecimentos, habilidade e atitudes, expressas pelo desempenho profissional dentro de determinado contexto organizacional, que agregam valor a pessoas e organizações”. De acordo com os argumentos dos autores, o desenvolvimento da competência depende de um mecanismo de informação sistêmico que oriente as ações de trabalho. Os autores acreditam que esse mecanismo deve ter como base as estratégias organizacionais, as quais devem estar direcionadas para o incremento à competitividade da empresa.

Da mesma forma, Chiavenato (2010) afirma que a competência, além de diferenciar a empresa em relação aos seus concorrentes, contribui para o aprimoramento dos processos internos. Em nível individual, o autor relaciona a competência com o trabalho gerencial, o preparo e a aptidão para a função que os colaboradores devem ter na realização de tarefas inerentes aos cargos que ocupam. Ademais, o autor afirma que sujeitos dotados de competência podem ser entendidos como pessoas talentosas.

Do ponto de vista da empresa, Zarifian (2012) apresenta os seguintes tipos de competência: (I) competências processuais; (II) competências técnicas;

(III) competências organizacionais; (IV) competências de serviço; e (V) competências sociais. Para o autor, as competências processuais estão relacionadas com a demanda processual de trabalho na organização; as competências técnicas correspondem às capacidades solicitadas para o cumprimento de tarefas determinadas; as competências de organização representam o planejamento do fluxo de trabalho na empresa; as competências de serviços estão associadas à soma das competências técnicas com estudos acerca do impacto do produto/serviço da empresa na vida dos consumidores; e, por fim, as competências sociais estão concatenadas com as atitudes e os comportamentos dos colaboradores e podem ser observadas a partir de três domínios, a saber: (I) autonomia; (II) responsabilização; e (III) comunicação (ZARIFIAN, 2012).

No panorama da administração empresarial, Gomes Júnior (2013) cita que os estudos sobre as competências organizacionais podem ser classificados a partir de duas vertentes: (I) estratégica, chamada de *resource based view* (visão baseada em recursos, em livre tradução); e (II) diferencial, conhecida como *core competence* (principal competência, em livre tradução). A primeira vertente mencionada pelo autor possui foco nas forças internas da empresa e visa prospectar direções, motivos e/ou limitações que possam surgir no decorrer do crescimento da organização. Já a segunda vertente está baseada nos diferenciais competitivos, sustentáveis e coletivos que a empresa apresenta diante do mercado em que opera.

Assim, diante do exposto pelos autores investigados, compreende-se que o conceito de competência está associado a uma combinação de experiências e de orientações voltadas para o desenvolvimento profissional sob a perspectiva da geração de vantagem competitiva no âmbito organizacional. Explorado o assunto, a seguir, procede-se à descrição da matriz Conhecimento-Habilidade-Atitude (CHA).

Matriz conhecimento-habilidade-atitude

Ao se debruçar sobre o termo competência, Durand (2000) estabelece três dimensões: (I) conhecimento; (II) habilidade; e (III) atitude. O autor considera que essas dimensões podem ser visualizadas como propriedades do sujeito e que podem estar atreladas com questões técnicas, cognitivas, laborais e comportamentais. O autor também menciona que a junção das três dimensões supracitadas corresponde ao que uma empresa espera e exige para a ocupação de qualquer função ou cargo. Conforme apresenta o Quadro 1, para alcançar essa ocupação, faz-se necessário se adequar a determinadas atribuições.

Quadro 1 — Matriz Conhecimento-Habilidade-Atitude

C	H	A
CONHECIMENTO	HABILIDADE	ATITUDE
Corresponde aos conjuntos estruturados de informações assimiladas pelo indivíduo que tornam possível compreender o mundo. Sendo assim, o conhecimento compreende o acesso aos dados e a capacidade de reconhecê-los como informações aceitáveis e integrá-los em esquemas preexistentes, que, evidentemente, evoluem ao longo do caminho.	Está relacionada à capacidade de agir de forma concreta de acordo com objetivos ou processos predefinidos. A habilidade não exclui o conhecimento, porém não exige um completo entendimento do porquê as capacidades, quando colocadas em ação, realmente funcionam. Sendo assim, refere-se, em parte, ao empirismo e ao conhecimento tácito.	Representa as ações compatíveis para atingir os objetivos pessoais a partir da aplicação dos conhecimentos e das habilidades adquiridas.

Fonte: adaptado de Durand (2000).

A tríade que compõe a matriz CHA apresentada no Quadro 1 também está amparada em características humanas particulares e disponíveis ao interesse e à condição de sua manifestação individual. Lopes (2007) corrobora o exposto e resume a matriz CHA da seguinte maneira: (I) o conhecimento está relacionado com as informações aprendidas no ensino formal e apreendidas ao longo da existência de cada sujeito, o que implica no uso de memória e julgamento; (II) a habilidade diz respeito a como o conhecimento pode ser aplicado de forma prática e produtiva; e (III) a atitude representa o modo como conhecimentos e habilidades influenciam a conduta individual. Gomes Júnior (2013) acrescenta que: (I) o conhecimento está relacionado com conceitos e técnicas; (II) a habilidade diz respeito às capacidades de realização; e a (III) atitude representa a postura e o modo de agir do profissional.

O postulado por Durand (2000) também pode ser complementado pelo observado na obra de Polany (2010), que acredita que o conhecimento consiste em uma construção social originada pelo contato direto do sujeito com situações reais e/ou outros indivíduos. Esse contato propicia novas experiências que, por sua vez, podem ser assimiladas às vivências já armazenadas na memória. Isso implica dizer que o conhecimento pode ser percebido como um constructo inacabado que evolui e ganha sentido quando circula publicamente e se coloca a serviço da coletividade.

Para Santos, Martins e Medeiros (2015), a competência individual pode se apresentar sob a forma de conhecimento tácito e se referir a algo inefável, isto é, difícil de articular, de colocar em palavras ou imagens. O conhecimento tácito simboliza o processo de internalização do sujeito sobre o saber fazer algo ou re-

conhecer uma situação análoga. Segundo os autores, nesse processo, os elementos técnicos podem ser exemplificados como o *know how* (saber como, em livre tradução) que instrumentaliza o indivíduo no cumprimento de suas tarefas. A partir desse argumento, Silveira (2017) destaca que o conhecimento tácito pode ser compreendido como pessoal e inerente ao indivíduo, enquanto o conhecimento explícito pode ser visto como uma forma de linguagem codificada, transmissível e simplificada que emprega meios formais para alcançar outros sujeitos.

Acerca da habilidade, Kreimer (2009) defende que se trata da capacidade pessoal de aplicar componentes de inteligência nas atividades de trabalho. De forma semelhante, Vianna (2012) sustenta que a habilidade implica no uso de *insights* (ideias, em livre tradução) e de intuição, que, ao percorrer a memória, elabora modelos mentais. O autor compreende modelos mentais enquanto estruturas cognitivas formadas pela abstração das experiências vivenciadas individualmente e estipula que as dimensões da manualidade determinam as habilidades pessoais.

Diferentemente da habilidade, a atitude está atrelada à disposição, à intenção e/ou ao desejo, o que pode influenciar o sujeito a adotar determinado comportamento em relação às demais pessoas, aos objetos e às situações em que se encontra (BRANDÃO; GUIMARÃES, 2001). De acordo com Horváth (2006), a atitude pode ser formada pela combinação de cinco elementos: (I) comunicação; (II) autenticidade; (III) confiança; (IV) motivação; e (V) ter mente aberta.

No sentido da comunicação, a atitude está relacionada com a abertura do sujeito à discussão de ideias diferentes das suas. Já em termos de autenticidade, entende-se que o indivíduo deve ter noção de suas capacidades e limitações. Na perspectiva organizacional, a autenticidade está vinculada com a atitude do profissional em cumprir o que promete. Acerca da confiança, estima-se que ela seja aplicável às relações interpessoais de trabalho, sendo relevante em situações de risco à organização. A motivação está respaldada pela valorização da tarefa em desenvolvimento, ainda que seu objetivo seja satisfação pessoal. Por fim, ter mente aberta consiste na disposição do profissional em aceitar outros pontos de vista, uma vez que não há solução absoluta e que efeitos colaterais podem ser ignorados se adotada uma única perspectiva na resolução de problemas e entraves (HORVÁTH, 2006).

Por meio do exposto, compreende-se que cabe a cada empresa definir a estratégia apropriada para o emprego das competências individuais de seus colaboradores. Essa estratégia se torna necessária para um processo de constante aprendizado, tanto individual quanto organizacional. Nesse sentido, as competências

precisam ser identificadas e avaliadas, de modo que possam evoluir conforme cada perfil profissional e em curso com o objetivo da empresa.

Para concluir, considera-se a competência individual como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes. Esse conjunto está relacionado com as capacidades física, mental e profissional de um determinado sujeito para desempenhar um dado trabalho. Ressalta-se que, no decurso do desenvolvimento desse conjunto, o colaborador viabiliza e amplia suas possibilidades de atuação em alinhamento com as vantagens competitivas priorizadas pela organização a qual está vinculado, assim como internaliza novos conhecimentos e vivências profissionais. Explorada a literatura científica acerca do assunto, a seguir, procede-se para o modelo teórico-explicativo objetivado pelos autores.

MODELO TEÓRICO-EXPLICATIVO PARA AS COMPETÊNCIAS DO MODELISTA DE VESTUÁRIO INDUSTRIAL

Rosa (2005; 2011), Silveira *et al.* (2013; 2018), Silveira (2017) e Santiago, Noronha e Zandomenighi (2020) destacam a importância de o profissional de modelagem industrial conhecer todas as etapas de desenvolvimento do produto de vestuário, em especial os pormenores referentes à cadeia de confecção, uma vez que, ao desempenhar sua função, esse colaborador responderá pela eficácia produtiva dos modelos projetados. Sobre o assunto, Silveira *et al.* (2018, p. 564) consideram que:

É a modelagem que transforma a criação do designer de moda em um produto real, sendo a etapa que define a qualidade técnica do produto e a viabilidade de sua confecção. O setor de modelagem trabalha com técnicas para o desenvolvimento de modelos do vestuário, de onde são obtidos os moldes usados para o corte do tecido. Pode-se afirmar que os conhecimentos que os profissionais da modelagem devem deter são amplos e abrangentes, envolvem os setores de criação e desenvolvimento do produto, modelagem, corte, pilotagem e confecção.

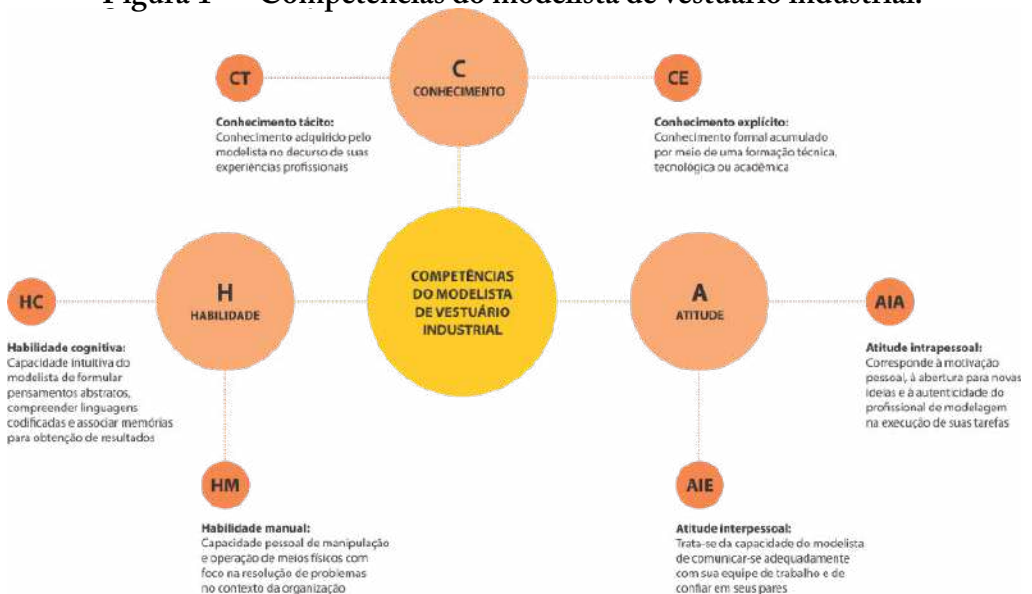
Silveira *et al.* (2018) sustentam que, em função de sua responsabilidade mediante a produção, o modelista precisa aplicar uma gama de conhecimentos diversos, desenvolver novas habilidades e ter diferentes atitudes. Isto é, o modelista deve aprimorar constantemente suas competências pessoais. Os autores também defendem que, se o profissional optar pela estagnação, a empresa em que atua poderá perder a vantagem competitiva no mercado. Em um cenário cada vez

mais voltado para a substituição das técnicas manuais por ferramentas digitais, o modelista deve se manter atualizado ininterruptamente. Planca, Merino e Merino (2016, p. 293) concordam com o exposto ao afirmar que:

Com os recentes avanços tecnológicos, a atividade de modelista sofreu alterações na sua forma de execução que passou de predominantemente manual, com a construção de diagramas em papel, até a inserção recente de softwares para construção dos mesmos diagramas [...] atualmente, as empresas e os profissionais deste setor já possuem opções de programas para realizar a modelagem tridimensional, também de forma computadorizada, agilizando e proporcionando ainda mais confiabilidade no processo de construção de moldes.

A partir do exposto pelos autores supramencionados e com base na literatura investigada no referencial teórico desta pesquisa, definiu-se que o modelo teórico-explicativo para as competências individuais dos modelistas de vestuário industrial deveria estar ancorado na proposição teórica de Durand (2000), ou seja, na matriz CHA. Para pautar a construção do modelo, elaborou-se a Figura 1 que, por sua vez, apresenta uma síntese descritiva dos conhecimentos, das habilidades e das atitudes dos profissionais de modelagem industrial.

Figura 1 — Competências do modelista de vestuário industrial.



Fonte: elaborada pelos autores (2021).

A Figura 1 apresenta como desdobramentos da matriz CHA: (I) conhecimento tácito, ligado às experiências profissionais anteriores do modelista; (II) conhecimento explícito, relacionado com a instrução formal adquirida no ensino técnico, tecnológico ou acadêmico; (III) habilidade cognitiva, que corresponde à capacidade intuitiva do modelista para resolver problemas com base em experiências passadas; (IV) habilidade manual, que diz respeito à manipulação e à operação de instrumentos, equipamentos e maquinários; (V) atitude interpessoal, associada com a maneira como o modelista se comunica e se relaciona com sua equipe de trabalho; e (VI) atitude intrapessoal, que representa as qualidades pessoais do modelista, tais como motivação, abertura para inovação e autenticidade. Com base na Figura 1, elaborou-se o Quadro 2.

Cabe destacar que para a estruturação do Quadro 2 foram estabelecidos conhecimentos relacionados à prática na área a partir das questões técnicas descritas em achados acadêmicos, a citar: Araújo (1996), Rosa (2005), Osório (2007), Menezes e Spaine (2010), Rosa (2011), Silveira et al. (2013), Planca, Merino e Merino (2016), Silveira, Rosa e Lopes (2017), Silveira (2017), Silveira et al. (2018) e Santiago, Noronha e Zandomenighi (2020). Esses conhecimentos foram desdobrados em habilidades e, por fim, em atitudes.

Quadro 2—Modelo teórico-explicativo para as competências do modelista de vestuário industrial

C	H	A
CONHECIMENTO	HABILIDADE	ATITUDE
- Formação técnica, tecnológica ou acadêmica na área de moda, vestuário, engenharia têxtil ou modelagem de vestuário.	- Ter facilidade de trabalhar com representações bidimensionais e empregar cor, geometria e perspectiva; - Ter destreza nas práticas manuais dos processos de modelagem e produção de vestuário.	- Criatividade; - Motivação; - Força de vontade; - <i>Performance</i> pessoal.
- Ter visão global da produção industrial de vestuário.	- Saber traçar o desenho técnico e explicar os pormenores dos modelos; - Dominar as etapas dos processos de confecção de vestuário; - Trabalhar em equipe.	- Comunicação; - Ter mente aberta para aprendizagem; - Colaboração; - Empatia; - Participação.

<p>- Dominar as técnicas de modelagem bidimensional e tridimensional.</p>	<p>- Saber utilizar as técnicas de modelagem manual (plana e <i>moulage</i>), bem como saber empregar as técnicas assistidas por sistemas computadorizados.</p>	<p>- Criatividade; - Motivação; - Força de vontade; - <i>Performance</i> pessoal; - Ter mente aberta para a inovação.</p>
<p>- Ter amplo conhecimento sobre materiais têxteis.</p>	<p>- Manusear e identificar os materiais têxteis (tecidos e fibras) e os tipos de acabamentos (lavagens e processos de beneficiamento); - Dimensionar o resultado da modelagem desejada e realizar adequações, caso seja necessário; - Identificar os tipos de aviamentos, suas propriedades e aplicações.</p>	<p>- Agilidade; - Tomada de decisões; - Motivação; - Liderança.</p>
<p>- Interpretar os desenhos técnicos dos modelos de vestuário e as informações das fichas técnicas dos produtos.</p>	<p>- Analisar corretamente as fichas técnicas dos produtos e reconhecer os modelos viáveis para serem produzidos pela empresa; - Realizar a modelagem dos modelos e a retirada dos moldes.</p>	<p>- Criatividade; - Motivação; - Força de vontade; - <i>Performance</i> pessoal;</p>
<p>- Dominar conhecimentos de matemática e geometria descritiva.</p>	<p>- Manipular esquadros, régua e outros instrumentos de precisão geométrica; - Calcular folgas e ajustes; - Definir ângulos, porcentagens e direções espaciais.</p>	<p>- Precisão; - <i>Performance</i> pessoal; - Autenticidade.</p>
<p>- Ter ampla noção das tabelas de medidas; - Compreender e empregar critérios ergonômicos, antropométricos e de usabilidade do produto.</p>	<p>- Usar com precisão a tabela de medidas; - Aplicar os critérios ergonômicos e anatômicos com vistas a garantir usabilidade, funcionalidade e conforto nos modelos.</p>	<p>- Precisão; - Colaboração; - Empatia; - Participação.</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Dominar as etapas do processo de confecção de protótipos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Orientar e acompanhar o processo de construção de protótipos; - Identificar e reparar defeitos nos protótipos até a sua aprovação. 	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboração; - Participação; - Liderança; - Empatia.
<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer os processos de gradação dos moldes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar ou orientar a gradação de moldes de acordo com a tabela de medidas; - Adequar os processos manuais ou computadorizados para a correta gradação de moldes; - Realizar a identificação dos moldes para o corte. 	<ul style="list-style-type: none"> - Precisão; - Agilidade; - Força de vontade.
<ul style="list-style-type: none"> - Ter clareza no encaminhamento da peça-piloto de cada modelo da coleção para a confecção. 	<ul style="list-style-type: none"> - Preencher a ficha técnica com as informações necessárias para a confecção do mostruário; - Incluir no desenho técnico as cotas e as demais especificações técnicas, bem como os dados de consumo de materiais e aviamentos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Precisão; - Agilidade; - Comunicação.
<ul style="list-style-type: none"> - Ter conhecimento das tecnologias, máquinas e equipamentos da empresa; - Conhecer a capacidade produtiva da organização. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar a capacidade produtiva da empresa e as tecnologias disponíveis (softwares e hardwares). 	<ul style="list-style-type: none"> - Ter mente aberta para a inovação; - Motivação; - Força de vontade; - Colaboração.
<ul style="list-style-type: none"> - Ter conhecimento de informática. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser capaz de realizar as funções básicas de computação; - Compreender a linguagem dos sistemas operacionais, a capacidade de armazenamento e a linguagem técnica dos programas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivação; - Força de vontade; - Ter mente aberta para a inovação.
<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer as funções e os recursos oferecidos pelos softwares de modelagem; - Saber usar adequadamente os equipamentos periféricos atrelados aos softwares de modelagem. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar problemas relacionados ao software usado no setor de modelagem; - Reconhecer entraves nos equipamentos e acionar o suporte técnico do fabricante, se necessário. 	<ul style="list-style-type: none"> - Paciência; - Motivação; - Força de vontade; - Ter mente aberta para a inovação.

- Ter conhecimento de língua estrangeira.	- Em alguns casos, pode ser necessário conhecer outra língua (inglês, espanhol, francês, italiano), pois os programas informatizados podem não estar em português.	- Motivação; - Força de vontade.
- Conhecer procedimentos técnicos para resolução de problemas.	- Resolver problemas de modelagem e de confecção dos produtos; - Ser capaz de solucionar problemas de ordem material na seleção de tecidos, aviamentos e outros insumos.	- Criatividade; - Perseverança; - Liderança; - Capacidade de negociação; - Autenticidade.

Fonte: elaborado pelos autores (2021) com base em Araújo (1996), Rosa (2005), Osório (2007), Menezes e Spaine (2010), Rosa (2011), Silveira et al. (2013), Planca, Merino e Merino (2016), Silveira, Rosa e Lopes (2017), Silveira (2017), Silveira *et al.* (2018) e Santiago, Noronha e Zandomenghi (2020).

Observa-se no Quadro 2 o conjunto de competências necessárias para que o modelista de vestuário industrial exerça sua atividade profissional em harmonia com as dimensões da proposta de Durand (2000). A partir do quadro, compreende-se que, além de possuir amplo conhecimento teórico e técnico, o profissional de modelagem deve desenvolver habilidades e ter atitudes que o auxiliem no cumprimento de suas tarefas e na obtenção de resultados.

Deve-se ressaltar que as competências descritas no Quadro 2 se baseiam em um conjunto de capacidades e experiências práticas que podem ter sido adquiridas em situações anteriores à ocupação do profissional de modelagem. A exemplo dessas situações, cita-se o conhecimento originado a partir da formação acadêmica, do decurso de um estágio ou no decorrer do exercício do trabalho, ainda que em outra área que não a de modelagem. Como considera Zarifian (2012), no ambiente de trabalho, as competências individuais podem ser mobilizadas para situações que se apoiam sobre os conhecimentos outrora desenvolvidos pelo sujeito.

Do ponto de vista de Chiavenato (2010), a aplicação das competências aprimora os processos internos da organização. Isto significa dizer que, acerca da modelagem, o profissional deve empregar recursos de maneira a prover um ambiente organizacional seguro, flexível e propício para a inovação. De forma similar, pode-se constatar que as competências individuais do modelista de vestuário industrial só se manifestam nas atividades práticas do trabalho que re-troalimentam as competências desse profissional ao legitimarem ou refutarem os resultados obtidos na resolução de problemas. Ou seja, os conhecimentos, as

habilidades e as atitudes do modelista somente se provarão válidos se gerarem soluções úteis para a organização.

Logo, o modelo teórico-explicativo elaborado partiu da matriz CHA para tecer considerações acerca do profissional de modelagem industrial com vistas a elencar as competências necessárias para o adequado cumprimento de sua rotina de tarefas. Ainda que a realidade de cada organização produza particularidades sobre a ocupação do modelista, acredita-se que o modelo produzido possa subsidiar a compreensão de gestores, empresários, acadêmicos e dos próprios profissionais acerca de seus conhecimentos, suas habilidades e suas atitudes. Apresentado o modelo, procede-se para as considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A modelagem do vestuário industrial requer competências profissionais múltiplas, que devem estar alinhadas, imprescindivelmente, com os objetivos da organização. Sem esse acordo, o trabalho do modelista pode gerar riscos à empresa e afastá-la da conquista de vantagens competitivas no mercado em que opera. Com foco em descortinar tais competências, o presente capítulo buscou construir um modelo teórico-explicativo a partir da proposta de Durand (2000). O modelo elaborado considerou generalizações acerca da prática profissional dos modelistas de modo que, em pesquisas futuras, seu valor possa ser testado mediante estudos de caso.

Como contribuição para o avanço do debate sobre a atuação do profissional de modelagem industrial, a pesquisa propôs ampliar a matriz de Durand (2000) por meio dos pressupostos de Brandão e Guimarães (2001), Horváth (2006), Lopes (2007), Kreimer (2009), Polany (2010), Vianna (2012), Gomes Júnior (2013), Santos, Martins e Medeiros (2015) e Silveira (2017). Para tanto, foram elencadas seis novas dimensões à matriz CHA: (I) conhecimento tácito; (II) conhecimento explícito; (III) habilidade cognitiva; (IV) habilidade manual; (V) atitude interpessoal; e (VI) atitude intrapessoal.

Acerca das limitações, a pesquisa desenvolvida não encontrou entraves significativos. Todavia, para formação de uma agenda acerca do assunto, recomenda-se a ampliação da literatura investigada e, tal qual supramencionado, a aplicação do modelo em campo. Outra sugestão está na criação de um modelo teórico-explicativo para o dimensionamento das competências do modelista de

vestuário sob medida, pois estima-se que há diferenças deste para o modelista industrial.

Por fim, enquanto implicação prática, os autores do capítulo avaliam que o modelo gerado na pesquisa pode ser empregado para postular condutas e posturas para profissionais e organizações do setor de vestuário. Os autores acreditam que, se extrapoladas as competências evidenciadas no modelo, colaboradores e empresas podem usá-lo para criar uma cultura organizacional clara e coerente, assim como, para gerenciar e documentar o conhecimento que perpassa seu capital intelectual, humano e estrutural.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Mário. **Tecnologia do vestuário**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1996.

BRANDÃO, Hugo Pena; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. Gestão de competências e gestão de desempenho: tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo construto? **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 8-15, mar. 2001. Disponível em: <https://bit.ly/2T4ok9K>. Acesso em: 14 jun. 2021.

CARBONE, Pedro Paulo *et al.* **Gestão por competências e gestão do conhecimento**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Anhanguera, 2010.

DURAND, Thomas. *L'Alchimie de la compétence*. **Revue Française de Gestion**, Paris, n. 127, p. 84-102, jan./fev. 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES JÚNIOR, Waldoir Valentim. **Gestão do conhecimento e mapeamento de competências**. 2013. 307 f. Dissertação (Mestrado) — Curso de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/3cWF6y3>. Acesso em: 25 maio 2021.

HORVÁTH, Imre. *Design Competence Development in an Academic Virtual Enterprise*. In: INTERNATIONAL DESIGN ENGINEERING TECHNICAL CONFERENCES AND COMPUTERS AND INFORMATION IN ENGINEERING CONFERENCE, 26., 2006, Philadelphia (USA). **Anais [...]**. Philadelphia (USA): AS-MEDC, 2006. v. 3, p. 1-10. Disponível em: <https://bit.ly/3h87Chz>. Acesso em: 13 jun. 2021.

KREIMER, Pablo. *El científico también es un ser humano: la ciencia bajo la lupa*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2009.

LOPES, Cristiane Paiva Cavalcanti. **Gestão por competências como ferramenta para um RH estratégico**. 2007. 31 f. Monografia (Especialização) — Curso de Especialização em Gestão de Equipes, Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2007. Disponível em: <https://bit.ly/3xxaCKW>. Acesso em: 17 jun. 2021.

MENEZES, Marizilda dos Santos; SPAINE, Patrícia Aparecida de Almeida. Modelagem plana industrial do vestuário: diretrizes para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado. **Projética**, Londrina, v. 1, n. 1, p. 82-100, dez. 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3A1zkoN>. Acesso em: 22 jan. 2021.

OSÓRIO, Ligia. **Modelagem**: organização e técnicas de interpretação. Caxias do Sul: EDUCS, 2007.

PERRENOUD, Philippe. **Novas competências para ensinar**. Porto Alegre: Editora Artmed, 2000.

PLANCA, Sabrina Helena; MERINO, Eugenio Andrés Díaz; MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. Ergonomia física: as exigências presentes na atuação de modelista do vestuário. **ModaPalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 9, n. 18, p. 281-304, 6 jul. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3y0dEr9>. Acesso em: 20 jan. 2021.

POLANY, Michael. **A Dimensão Tácita**. Portugal: Universidade do Minho/INOVA-TEC Portugal, 2010. Tradução de: Eduardo Beira.

ROSA, Lucas da. **A indústria do vestuário da grande Florianópolis**: absorção de estudantes do curso superior de moda da Udesc. 2005. 157 f. Dissertação (Mestrado) — Curso de Pós-Graduação em Educação e Cultura, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em: <https://bit.ly/35IwXKt>. Acesso em: 05 nov. 2019.

ROSA, Lucas da. **Vestuário Industrializado**: uso da ergonomia nas fases de gerência de produto, criação, modelagem e prototipagem. 2011. 175 f. Tese (Doutorado) — Curso de Pós-Graduação em Design, Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/3kDNtzL>. Acesso em: 24 fev. 2019.

SANTIAGO, Elida Belquice Araújo; NORONHA, Raquel Gomes; ZANDOMENEGHI, Ana Lucia Alexandre de Oliveira. Metodologias colaborativas do design para modelagem plana do vestuário. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 4, n. 2, p. 92-108, 1 jun. 2020. Disponível em: <http://bit.ly/3o8PgOX>. Acesso em: 22 jan. 2021.

SANTOS, Neri dos; MARTINS, Onilza Borges; MEDEIROS, Luciano Frontino de. Cognition e aprendizagem situada: da associação à aprendizagem por reestruturação. **Revista Intersaberes**, [S.L.], v. 10, n. 19, p. 155-203, 23 abr. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3dfWCNW>. Acesso em: 14 jun. 2021.

SILVEIRA, Icléia *et al.* A formação dos profissionais do setor de modelagem do vestuário da região do Vale do Itajaí – SC. **Da Pesquisa**, Florianópolis, v. 7, n. 9, p. 552-566, 30 out. 2018. Disponível em: <http://bit.ly/38XRxbj>. Acesso em: 20 jan. 2021.

SILVEIRA, Icléia *et al.* A relação da técnica de moulage com o corpo. In: COLÓQUIO DE MODA, 9., 2013, Fortaleza. **Anais [...]**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2013. p. 1-12. Disponível em: <https://bit.ly/3qjrl0I>. Acesso em: 14 jan. 2021.

SILVEIRA, Icléia. **Modelo de gestão do conhecimento**: capacitação da modelagem de Vestuário. Lourdes Maria Puls (Org.). Florianópolis: Editora UDESC, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2T5uiXU>. Acesso em: 13 jun. 2021.

SILVEIRA, Icléia; ROSA, Lucas; LOPES, Luciana Dornbusch. **Modelagem de vestuário infantil e masculino**. Florianópolis: Udesc, 2017.

VIANNA, Maurício. **Design Thinking**: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

ZARIFIAN, *Philippe*. **Objetivo Competência**: por uma nova lógica. São Paulo: Atlas, 2012.

AGRADECIMENTOS

Icléia Silveira, Valdecir Babinski Júnior, Lucas da Rosa e Luciana Dornbusch Lopes agradecem ao corpo discente e docente do Departamento de Moda (DMO) e do Programa de Pós-Graduação em Design de Vestuário e Moda (PPGModa) do Centro de Artes (Ceart) da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc), bem como à Direção de Pesquisa e Pós-Graduação (DPPG) do centro e à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PROPPG) da instituição.

MODA SUSTENTÁVEL: ESTUDO DE VIABILIDADE PARA APLICAÇÃO DE CORANTES NATURAIS EM TÊXTEIS DE ALGODÃO

Daniella Priscila de Mélo Magalhães²⁵

Jacqueline da Silva Macêdo²⁶

Ana Carolina Monteiro Gonçalves Agra²⁷

Laura Maria Abdon Fernandes²⁸

Andréa Fernanda de Santana Costa²⁹

INTRODUÇÃO

O tingimento natural é bastante utilizado para agregar valor estético e simbólico ao vestuário. Eram extraídos de plantas, minerais e animais e surgiram na antiguidade utilizados até a idade vitoriana. Os de pigmentos sintéticos começaram a ser produzidos em laboratório no século XIX com a finalidade de substituir a demanda exigida pelas diversas aplicações industriais que os naturais não conseguiam atender tal escala industrial. Os sintéticos também apresentam uma paleta de cores muito variada, solidez a luz solar, exposição à água salgada e ao suor.

Devido a utilização dos corantes e muitos outros produtos químicos sintéticos, a indústria têxtil se tornou o segmento industrial mais importante do mundo. Destacando-se pela variedade de superfícies têxteis, tingimentos, estampas e acabamentos realizados durante todos os processos de produção têxtil. No entanto, muitos impactos ambientais são causados durante estas etapas, sendo uma delas a mais preocupante de todas: o descarte de efluentes têxteis na natureza, especialmente rios e afluentes (DINIZ et al., 2011).

Na tentativa de sanar impactos negativos, processos artesanais e insumos naturais estão sendo utilizados, por algumas marcas autorais, como uma forma

²⁵ Especialista em Design e Moda (FacSenac). CV: <http://lattes.cnpq.br/8397003978661470>

²⁶ Mestranda em Desenvolvimento e Meio Ambiente (UFPI/ UFRN/ FUFSE/ UESC-BA). CV: <http://lattes.cnpq.br/4453458153874010>

²⁷ Mestra em Design (UFPE). CV: <http://lattes.cnpq.br/3984963420632616>

²⁸ Mestra em Design (UFPE). CV: <http://lattes.cnpq.br/3984963420632616>

²⁹ Mestra em Design (UFPE). CV: <http://lattes.cnpq.br/3984963420632616>

de melhorar os processos de acabamento nos tecidos. Os corantes extraídos de fontes naturais, estão sendo apresentados como uma alternativa para o tingimento eficiente e sustentável.

O processo de tingimento natural pode ocorrer, a frio ou a quente, com auxílio de um mordente que deve ser utilizado para favorecer a ligação química entre a fibra e o corante. O mordente solubiliza as substâncias tintórias em água quente e, auxilia a ligação do corante às fibras do tecido (FERREIRA, 1998).

Nessa perspectiva, o objetivo geral deste estudo foi testar extratos naturais e mordentes de baixo impacto ambiental em diferentes tecidos de composição 100% algodão. A pesquisa contribui para melhor entendimento do tema e apresentação de uma alternativa segura e eficiente de tingimento têxtil que pode ser adaptada a marcas locais, reduzindo os danos ambientais.

MODA E SUSTENTABILIDADE

O comportamento do consumo desmedido foi construído a partir da Revolução Industrial e tem se mantido pela publicidade e pelo sistema de moda, devido ao vender cada vez mais. O consumismo desenfreado é uma realidade e revertê-lo é uma missão quase utópica. É preciso identificar mecanismos para lidar com este cenário que se configurou e consolidou no século XX (SCHULTE e LOPES, 2008).

Para que as prateleiras das lojas estejam atualizadas com as tendências de moda e de acordo com o desejo do consumidor, é necessário muita energia, matéria-prima e rápida confecção. Conseqüentemente, o meio ambiente sofre danos devido a produção e ao consumo exagerado. A extração de matéria prima para a confecção de roupas tem valor significativo na natureza, assim como, o descarte após o pouco uso do vestuário (SILVA e TRONCOSO, 2012).

Além do descaso com a consciência ambiental na dispersão de lixo, inúmeras marcas seguem o ritmo do *fast fashion* - moda efêmera, de mudanças rápidas, seguindo tendências, sendo produzidas em alta escala, com intuito do consumo de massa, muitas vezes sendo roupas de baixa qualidade e muitas vezes, produzidas com trabalho análogo à escravidão. Sendo assim, as roupas são descartadas em parte por falta de durabilidade e por perderem o valor simbólico rapidamente (ANICET e RÜTHSCHILLING, 2013).

O modelo de consumo conhecido como *fast fashion* oferece tendências de rápido descarte, e está baseada em ciclos rápidos que produzem novas necessida-

des aos consumidores. Para Ferronato e Franzato (2015) é a modalidade que se caracteriza pelo alto impacto ambiental e fabricados em condições sociais precárias. Muitos acreditam que o *slow fashion* é um movimento em contraponto ao que conhecemos atualmente. De fato, o mesmo é uma reação ao ritmo com que ocorre as mudanças, de tendência e estilo, visando desta forma fortalecer a conexão entre os indivíduos que adotam o estilo de vida, e os produtores locais, criando uma comunidade que visa a sustentabilidade e diversidade.

A escassez de alguns recursos naturais como a água, e a crescente exigência por processos ambientalmente corretos, torna imprescindível que as indústrias se adaptem às tendências de mercado, introduzindo novas tecnologias, ideias e valores aos seus produtos (TWARDOKUS, 2004). Com o surgimento da preocupação ambiental e a iminente necessidade de novas formas de consumo, cada vez mais a sustentabilidade tem se difundido e refletido na moda.

Diante disso, desde o início do século XXI, vários estilistas têm feito uso do conceito de reutilização e reformulação na concepção de produtos de moda. E, todos os anos, são realizados eventos internacionais em defesa do meio ambiente, no sentido de reduzir o impacto ambiental causado pelo homem em diversas áreas de produção, e novas leis surgem objetivando a adoção de processos menos poluentes (VERÍSSIMO, 2003). No entanto, ainda há uma necessidade de se construir uma mentalidade sustentável, o que vai de encontro com o fast fashion, para que os consumidores tenham a autonomia de escolha. (VIANA, 2012).

A INDÚSTRIA TÊXTIL E SEUS IMPACTOS

No mundo atual em que a sustentabilidade e o cuidado com os resíduos industriais surgem como conceito, a preocupação passa a ser a existência de uma indústria menos poluente, que gaste menos produtos químicos e energia, e que utilize os recursos naturais de forma racional e equilibrada. A divulgação de técnicas sobre reciclagem e reutilização de materiais, e do uso correto de matérias-primas derivadas de fontes renováveis, são de suma importância para mostrar como utilizar as vantagens da tecnologia (VIANA, 2012).

Nas últimas décadas, os problemas ambientais têm se tornado cada vez mais críticos e frequentes, devido ao desmedido crescimento populacional e ao aumento da atividade industrial. A contaminação das águas naturais tem sido um dos grandes problemas da sociedade moderna. O setor têxtil, por sua vez, gera um grande número de efluentes, os quais, quando não corretamente tratados,

podem causar sérios problemas de contaminação ambiental (KUNZ, 2002).

Para produzir uma tonelada de produtos têxteis acabados, são consumidas 200 a 270 toneladas de água. O efluente gerado traz consigo alta carga poluidora, uma vez que 90% dos produtos químicos utilizados no beneficiamento têxtil são eliminados após serem utilizados na indústria (SILVA FILHO, 1994, apud VERÍSSIMO, 2003, p. 10).

A poluição gerada pelas indústrias de vestuário, que não tratam adequadamente os efluentes, prejudica o meio ambiente. É necessária uma conscientização maior, principalmente se tratando do consumidor. Pois, se este deixar de comprar um produto que não é ecologicamente correto, a indústria terá que rever sua forma de produção se adequando às novas formas de consumo (SCHULTE e LOPES, 2007).

Para o controle da poluição causada por efluentes industriais, o procedimento mais comum tem sido a adoção de tecnologias de tratamento de despejos, as quais representam despesas de investimentos improdutivos suplementares e custos de operação elevados (15 a 20% do investimento inicial), que aumentam à medida em que as instalações envelhecem. Outro modo de encarar a questão seria admitir que a poluição não é obrigatória e procurar soluções internas para a contaminação gerada. Essa “prevenção ou minimização da poluição” é feita nos próprios processos de fabricação, conhecida como adoção de “práticas limpas” (MARTINS, 1997).

Para reduzir tais problemas nas indústrias de vestuário (em especial no setor de beneficiamento) são necessárias estratégias e levantamento de outras possibilidades. A utilização de antigas técnicas artesanais pode contribuir com o melhoramento desse segmento, uma vez que reduzem o impacto do meio ambiente. O resgate do tingimento natural pode colaborar com a estimulação de novos hábitos e o incentivo de uma cultura mais pertinente às novas necessidades (RUBIK e SILVEIRA, 2016).

TINGIMENTO NATURAL

No princípio da história da coloração têxtil, eram extraídos tingimentos com diversos corantes da natureza: índigo (vegetal), pau-brasil (vegetal), púrpura (caracol), amarelo de cromo (mineral), e muitos outros. Em 1856, o conhecimento dos corantes sintéticos possibilitou desenvolvimentos de forma dinâmica, prática, em alta produção, repetição de cores, boa fixação e baixo custo, sendo muito utilizados até os dias de hoje (CAETANO et al., 2014).

Um dos primeiros procedimentos de tingimento foi a maceração ou lixiviação, na qual não se usava fogo. Dependendo da planta e das condições atmosféricas, o processo poderia durar semanas ou meses. O material liberava substância

corante através da fermentação e destruição da estrutura celular da planta, e, para acelerar o processo, utilizava-se urina em vez de água (FERREIRA, 1998).

Atualmente, os corantes naturais ocupam espaço significativo tanto na indústria têxtil, como na cosmética, na alimentícia e na farmacêutica. Variadas são as técnicas de extração dos substratos e seus resultados altamente eficientes e esteticamente agradáveis. Nos últimos anos o tingimento natural reapareceu como uma alternativa ecológica altamente aceita por diversos grupos e pesquisadores.

Veríssimo (2003) explica que a crescente demanda dos corantes naturais em detrimento dos sintéticos é justificada pela baixa toxicidade que os primeiros apresentam, uma vez que os sintéticos estão associados ao surgimento de doenças, como o câncer; e quando descartados no meio ambiente, além de necessitar de um longo período para degradar seus intermediários, podem ser ainda mais tóxicos. Para o autor, uma maneira de minimizar estes impactos é substituir, na medida do possível, os corantes sintéticos pelos naturais, que são renováveis e biodegradáveis.

Alguns corantes naturais não apresentam dano ou toxicidade, e a água utilizada para o tingimento pode ser considerada dentro dos padrões normais de qualidade ambiental (FERREIRA et al., 2013). Podendo ser considerados a melhor solução para reduzir os impactos ambientais do processamento têxtil. Utilizados para conferir cor a uma infinita variedade de materiais, sendo sua aplicação mais importante o tingimento de fibras e tecidos têxteis. A qualidade desses produtos, quando tintos, precisam alcançar um padrão mínimo em termos de solidez, nivelamento e reprodutibilidade (VIANA, 2012).

Em termos industriais, pode ser enfatizado que o sucesso do uso de produtos naturais para tingimento depende da sua versatilidade, isto é, da vasta possibilidade de nuances a partir de um mesmo corante natural. No entanto, outro fator crucial para a viabilidade do uso de um corante natural na indústria têxtil é a sua condição de fixação no produto final. A fixação, resistência ou solidez de cor, são termos que descrevem a qualidade do produto e que envolve as ligações entre os tecidos e os corantes (ROSSI, 2009).

Os testes de solidez são etapas importantes no processo de gerenciamento do tingimento têxtil. Servem para garantir a qualidade dos artigos produzidos. Podem avaliar a resistência à lavagem, luz, abrasão, fricção, formação de pilling, rasgo, cloro, suor, dentre outros. Para Melo (2018), o controle de qualidade de materiais têxteis tem por objetivo averiguar ou classificar se um determinado artigo está ou não dentro dos requisitos mínimos para que possa ser utilizado sem trazer prejuízo a sua função.

MORDENTES

A maior parte dos corantes naturais não possuem boa fixação ao tecido quando aplicados sozinhos, apresentando pouca solidez. Faz-se necessário a aplicação dos mordentes a fim de potencializar a cor, duração e brilho do tingimento. Para Viana (2012) é possível tingir sem usar mordentes, mas o seu uso produzirá cores melhores, mais vívidas e mais permanentes.

Muitos destes são utilizados no tingimento natural em função da má fixação de alguns corantes. Os mordentes são em sua maioria de origem mineral, como o alúmen, sais de ferro e sais de estanho. Com o advento de novas tecnologias foram aprimorados, mas substâncias como sal marinho, vinagre, óleos vegetais e erva-mate, continuam sendo usados para auxiliar a fixação dos corantes nos artigos têxteis. Os fixadores podem influenciar no resultado da cor do artigo tingido e seu uso é indispensável para um resultado duradouro (SILVA, 2014).

Os mordentes atuais já eram conhecidos pelos egípcios e utilizados para obtenção de novas nuances com o mesmo corante. O tecido era primeiramente molhado numa solução que não lhe dava cor, mas em seguida, quando mergulhado no banho de tintura, era tingido em pouco tempo. Um mesmo banho de tintura resultava em diferentes cores de tecido, dependendo da natureza das substâncias inicialmente utilizadas. A solução que antecede à tintura também garante cores resistentes à lavagem (PEZZOLO, 2007).

Os mordentes são variados assim como suas formas de uso, podendo ser aplicados antes, durante ou após o tingimento, garantindo além da fixação da cor, outras propriedades aos artigos têxteis. Alguns podem exercer maior ou menor influência na cor do produto garantindo nuances variadas ou mesmo mantendo a cor original do corante.

Os taninos são substâncias encontradas na parte externa de várias plantas como barbatimão, carqueja, erva-mate e muitas outras. Para Rodrigues (2014) têm um papel de extrema importância em relação ao tecido de algodão, visto que o prepara de forma eficaz para receber o tingimento, e faz com que esse último se fixe permanentemente no tecido. É bastante utilizado associado a sais metálicos como o alúmen, cobre e estanho tornando o processo ainda mais eficiente e propiciando uma grande variedade de cores.

O alúmen é um outro mordente muito comum constituído por sulfatos duplos formados a partir de sulfatos de alumínio, ferro e crómio com sulfatos de potássio, sódio e amônio. Na natureza aparece como sulfato duplo de alumínio e de uma das seguintes bases: sódio, potássio, amônio, magnésio, manganês ou ferro. Sendo muito

apreciado pois não provoca alteração na cor dos corantes, não sendo, no entanto, o mais indicado pela toxicidade de seus componentes (ARAÚJO e ALMADA, 2012).

A maior parte dos corantes naturais não possuem boa fixação ao tecido quando aplicados sozinhos, apresentando pouca solidez. Faz-se necessário a aplicação dos mordentes a fim de potencializar a cor, duração e brilho do tingimento. Para Viana (2012) é possível tingir sem usar mordentes, mas o seu uso produzirá cores melhores, mais vívidas e mais permanentes.

FIBRAS DE ALGODÃO

O algodão é um tecido natural produzido pelo algodoeiro, planta da família das malváceas, do gênero *Gossypium*. Suas fibras crescem aderidas às sementes dentro de uma cápsula, que se abre quando madura. Trata-se de uma planta tropical e o período vegetativo varia de cinco a sete meses dependendo do calor. Suas flores possuem vida curtíssima, cerca de 12 horas e sua colheita deve ser imediata. Os elementos que as compõem, celulose, água e gordura, constituem a fibra do algodão (PEZZOLO, 2007).

Para Pezzolo (2007), o algodão seria uma das fibras vegetais mais antigas cultivadas pelo homem. Na Índia, já era cultivado, fiado e tecido, na Idade do Bronze, 3.000 a.C. Passados tantos milênios, se mantém como a principal fibra têxtil do mundo. Embora haja a presença das fibras sintéticas no mercado, continua sendo conhecido por suas qualidades naturais relacionadas ao conforto, maciez e durabilidade.

Além de ser considerada a mais importante das fibras têxteis naturais, é também a planta de aproveitamento mais completo e que oferece os mais variados produtos de utilidade (VERÍSSIMO, 2003). Vestindo quase metade da humanidade (BELTRÃO e CARVALHO, 2004) Resistente a lavagens fortes, o resultado da trama do algodão é durável, altamente versátil e seca facilmente. Além disso, conserva calor e é higroscópico, absorvendo a umidade do ambiente. Bastante utilizado na malharia, o algodão é responsável pela produção de 40% dos tecidos do mundo (LIMA e COSTA, 2014).

METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa qualitativa, realizada com base em revisão bibliográfica e práticas realizadas no Laboratório de Tecnologia Têxtil – Fibras, Fios e Tecidos, instalado na Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do Agreste.

Foram testados materiais tintórios de origem vegetal: anis estrelado (*Illium verum*), barbatimão (*Stryphnodendron adstringens*), canela (*Cinnamomum*

verum), cascas seca de cebola branca (*Allium cepa*), catuaba (*Trichilia catiguá*), erva mate (*Ilex paraguariensis*), eucalipto (*Eucalyptus globulus Labill*) e urucum (*Bixa orellana L.*). a extração do corante utilizou técnica empírica, utilizando o calor. Em seguida as amostras medindo 10X10 cm dos tecidos planos de algodão foram preparadas para o tingimento. Sensorialmente, foram avaliadas as cores resultantes dos tingimentos que utilizaram como pré-mordente o $KAl(SO_4)_2$ (alúmen de potássio) para as etapas de processo.

A escolha da cor a ser utilizada para pigmentada foi realizada a partir das tendências da moda mediante buscas em sites de tendências como: Casa Vogue, Garotas Estúpidas e Super Vaidosa. Após essa primeira pesquisa imagética, montou-se um painel de imagens com as tonalidades mais presentes para as estações primavera e verão 2019/2021. A partir desta escolha de cores, foi selecionado o vegetal do qual se extraiu cor mais semelhante aos resultados da pesquisa, sendo as cascas seca de cebola branca (*Allium cepa*).

Metodologias diversas foram adaptadas para realização dos experimentos.

1ª Etapa - Preparação das amostras de tecido: as amostras dos tecidos 100% algodão, denominado cambraia e tricoline foram padronizadas em 15x15 cm. Seguiram à lavagem manual com sabão neutro à base de coco. Os lotes de amostras foram organizados em 6 naturais, 6 amostras de cambraia e 6 amostras de tricoline que foram pesados até uma massa de 44 g cada.

2ª Etapa - Seleção dos auxiliares de tingimento: os pré-mordentes e mordentes utilizados no processos de tingimento natural foram: 20 g de alúmen de potássio $KAl(SO_4)_2$ auxiliado pelo tanino, extraído da carqueja, para a preparação das fibras e como fixador 20 mL de acetato de ferro caseiro atuando como uniformizador da cor.

3ª Etapa – Extração do corante dos vegetais: a relação de banho preparada foi de 500 g do vegetal para 1 Kg de tecido em 10 L de água. O processo de maceração foi realizado em temperatura ambiente, as cascas desidratadas da cebola branca ficaram submersas em água durante 12 horas. Após esse período foi adicionado água à solução corante até o volume de 3 L. A solução foi aquecida por 30 minutos e depois coada.

4ª Etapa – Preparação das amostras para o tingimento: foram preparadas duas soluções pré-mordentes contendo 20 g de alúmen de potássio $KAl(SO_4)_2$ diluídos em 3 L de água. Cada solução recebeu um lote de amostras de tecidos úmidas que permaneceram submersas no preparo a 30 °C por 30 minutos.

Outras duas soluções pré-mordentes à base de tanino extraído da carqueja

(*Baccharis trimera*) foram produzidas. Para cada uma delas foram utilizadas 20 g das cascas vegetais em 3 L de água aquecida durante 30 minutos. Cada preparo recebeu um lote de amostras de tecido que permaneceu submerso e aquecido em temperatura baixa durante 30 minutos.

5ª Etapa – Tingimento das amostras (Quadro1): as amostras preparadas com alúmen de potássio $KAl(SO_4)_2$, seguiram para o banho de tingimento ainda úmidas. O primeiro lote foi aquecido em fogo baixo por uma hora. O segundo lote permaneceu na solução corante por 45 minutos, sendo submetido à adição de 20 mL de acetato de ferro caseiro e mantido em temperatura por mais 15 minutos.

Após secas, as amostras preparadas com pré-mordente tanino, foram submersas no banho de tingimento e mantidas em fogo baixo por uma hora. Metade delas foram submetidas à adição de alúmen de potássio (20 g) durante o processo.

6ª Etapa – Fixação do corante nas amostras: todas as amostras tingidas foram submersas em uma solução contendo 7 g de NaCl por litro de água durante 20 minutos.

7ª Etapa – Secagem das amostras: todas as amostras foram secas em temperatura ambiente sem exposição à luz solar.

8ª Etapa – Avaliação da qualidade do tingimento das amostras: para os testes de solidez à lavagem as amostras tingidas foram costuradas a um tecido branco denominado tecido testemunha, em seguida submergidas em canecas contendo 312,5 mL de uma solução composta por 1,6 mL sabão neutro líquido e água. Utilizando o aparelho denominado Wash Tester – WT – Mathis BR. As canecas foram agitadas durante 30 minutos a 30 °C seguindo a norma NBR ISO – A01 (2006) adaptada.

Após os testes realizados aplicou-se a técnica de resultado mais satisfatório no tingimento de fios 100% algodão alvejado. As meadas de fio foram preparadas e tingidas a fim de desenvolver um artefato de moda.

9ª Etapa – Tingimento de fios 100% algodão: foi utilizado extrato das cascas seca de cebola branca (*Allium cepa*) utilizando o método com aplicação do pré-mordente alúmen, pois esse resultou numa cor em tom de amarelo, recorrente nas peças vista no painel de tendência.

10ª Etapa – Produção de um produto com valor de moda: bolsa estilo cesto, utilizando os fios 100% algodão tingidos com o extrato das cascas de cebola (*Allium cepa*) e a técnica do crochê.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As cores resultantes do processo de extração e fixação dos extratos vegetais nos tecidos quando analisadas visualmente se apresentaram em tons que variaram entre o creme, rosa chá, marrom e amarelo.




O barbatimão (*Stryphnodendron adstringens*), a catuaba (*Trichilia catiguá*) e as cascas secas de cebola branca (*Allium cepa*) conferiram as amostras cores mais vibrantes e apresentaram uma uniformidade de cor na superfície das amostras de tecido.


Fundamentado por estudos de tendência e com base no seu excelente potencial tintório, foi escolhido o extrato natural de cascas cebola branca (*Allium cepa*). Resultou no tom de amarelo alaranjado, sendo a coloração que mais se aproximou das imagens que constituem o painel de tendências

Assim o processo de tingimento com as cascas seca de cebola branca (*Allium cepa*) associado à variação de técnicas de tingimento e aplicação dos diferentes mordentes proporcionou tons variados resultando uma cartela de cores entre amarelos vivos, esverdeados e amarelados terrosos. Os resultados dos testes de tingimento podem ser observados no quadro abaixo.

As amostras têxteis apresentaram resultado satisfatório quando observadas sensorialmente a olho nú. O corante natural obtido do extrato das cascas de cebola branca (*Allium cepa*) quando utilizado para o tingimento dos tecidos de algodão utilizando apenas o pré-mordente alúmen, resultou num tom de amarelo intenso e vibrante teste 1 do quadro abaixo. Quando foi adicionado uma solução caseira de acetato de ferro às amostras tingidas com a mesma técnica, foi possível observar significativa variação na cor que resultou num tom de verde Quadro 1.

Quadro 1 – Testes de tingimento com diferentes mordentes

Teste 1	Amostras tingidas com o extrato das cascas seca de cebola branca (<i>Allium cepa</i>) e mordente alúmen	
Teste 2	Amostras tingidas com o extrato das cascas seca de cebola branca (<i>Allium cepa</i>), pré-mordente alúmen e adição de acetato de ferro caseiro	
Teste 3	Amostras tingidas com extrato das cascas de cebola branca (<i>Allium cepa</i>) e pré-mordente tanino	

Teste 4	Amostras tingidas com extrato das cascas de cebola branca (<i>Allium cepa</i>), pré-mordente tanino e adição de alúmen $KAl(SO_4)_2$	
---------	--	--

Fonte: Autoras (2021).

As amostras dos têxteis que utilizaram o corante natural obtido do extrato das cascas de cebola branca (*Allium cepa*) e apenas o pré-mordente extraído da carqueja resultaram em cor opaca com pouca uniformidade e manchas significativas na superfície das amostras. Quando o tanino foi associado ao alúmen de potássio $KAl(SO_4)_2$ melhorou a qualidade do tingimento, conferindo maior brilho e fixação do corante nas amostras.

Os fios 100% algodão foram tingidos em meadas submersas no extrato das cascas de cebola branca (*Allium cepa*) e apenas o pré-mordente alúmen. A organização dessas meadas durante o tingimento, garantiu um resultado de mescla de tons amarelo ao longo do comprimento do fio. O efeito degradê em tons de amarelo resultou em uma peça autoral e de características únicas que é uma consequência do tingimento artesanal. Utilizando a técnica do crochê a bolsa cesto Figura 1 apresenta como um produto com valor de moda de elevado valor agregado, estético e apelo sustentável.

Figura 1 – Bolsa artesanal de crochê desenvolvida com fios tingidos em extrato natural de casca seca de cebola branca (*Allium cepa*)



Fonte: Autoras (2020)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo possibilitou a aplicação e análise de diferentes métodos de tingimento utilizando o extrato vegetal de cascas seca de cebola branca (*Allium cepa*). Incentiva a preocupação com questões ambientais a partir do reaproveitamento de cascas de alimentos que seriam desprezadas oferecendo um método de tingimento eficiente e atóxico que pode ser adaptado para a indústria têxtil reduzindo os seus impactos ambientais. Permitiu a realização de testes de qualidade para analisar a viabilidade de aplicação dos respectivos processos.

Considerando o resultado das análises, foi observada a possibilidade de utilização deste extrato em vários tecidos e fios de algodão, podendo servir para artesãos e designers no desenvolvimento de peças autorais e *slow fashion*. Embora o tingimento natural seja uma técnica de difícil reprodução e que demanda mais tempo e paciência na confecção, oferece características únicas que podem agregar valor estético e simbólico aos produtos. As diferentes formas de aplicação dos extratos e mordentes rendeu uma cartela de cores variadas entre tons de amarelos vívidos, esverdeados e terrosos, podendo ser vastamente explorada. O método que apresentou melhor resultado para o presente estudo utilizou apenas o sal metálico alúmen ((KAl(SO₄)₂) na preparação da fibra, sendo o tecido denominado tricolore o tecido que mais se destacou pela qualidade dos testes realizados.

Embora os ensaios de tingimento tenham sido executados em tecidos de diferentes estruturas 100% algodão, o estudo possibilita a testagem em outros têxteis que apresentem composição 100% natural ou combinação de fibras celulósicas e/ou proteicas.

Torna-se relevante para a área acadêmica, estudiosos e pesquisadores. Dada a importância do assunto, os métodos devem ser difundidos a fim de ampliar a sua utilização. Embora a técnica apresente resultados variados a depender da estação, clima e origem da matéria prima, sugere-se o desenvolvimento de uma cartela de cores com suas respectivas receitas a fim de facilitar a reprodução do método. O objetivo é dar continuidade ao trabalho testando novos corantes e mordentes de baixo impacto ambiental.

REFERÊNCIAS

ANICET, Anne; RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. Relações entre moda e sustentabilidade. **Comunicação apresentada**, n. 9, 2013.

ARAÚJO, Maria Eduarda M.; DE ALMADA, Centro de Arqueologia. **A cor dos têxteis antigos. Os neutros: bege, castanho e preto**. Lisboa, 2012. Disponível em <1.pdf> Acesso em: 2012.

VIANA, Teresa Campos. **Corantes naturais na indústria têxtil como combinar experiências do passado com as demandas do futuro?** Disponível em 10 maio 2020, Acesso em: <http://www.um.pro.br/prod/_pdf/001074.pdf>.

BELTRÃO, NE de M.; DE CARVALHO, L. P. Algodão colorido no Brasil, e em particular no Nordeste e no Estado da Paraíba. **Embrapa Algodão – Documentos (INFOTECA-E)**, 2004.

COELHO, Camila. **Como usar a tendência burguesa.** Disponível em: <<http://camilacoelho.com/pt/2019/10/28/how-to-wear-falls-bourgeois-trend/>> Acesso em: 12 out. 2020.

CASA VOGUE. **Tendência de cores: as 5 tonalidades que vão tomar conta de 2020.** Disponível em: <<https://casavogue.globo.com/Interiores/Ambientes/noticia/2018/09/tendencia-de-cores-5-tonalidades-que-vaio-tomar-conta-de-2020.html>>. Acesso em: 13 jun. 2020.

DINIZ, Juliana Furian; FRANCISCATTI, Patricia; SILVA, Taís Larissa. Tingimento de Tecidos de Algodão com Corantes Naturais Acafrão (Curcúma) e Urucum. **Iniciação Científica Cesumar**, v. 13, n. 1, 2011.

FERRONATO, Priscilla Boff; FRANZATO, Carlo. Open design e slow fashion para sustentabilidade do sistema moda. **ModaPalavra e-periódico**, p. 104-115, 2015.

FERREIRA, Eber Lopes. **Corantes naturais da flora brasileira: guia prático de tingimento com plantas.** Eber Lopes Ferreira, 1998.

FERREIRA, Luis Gustavo Bonora Vidrih; NOGUEIRA, Natália Nascimento; GRACIANI, Fernanda Silva. Corantes Naturais e Sustentabilidade no Setor Têxtil. **Periódico Eletrônico Fórum Ambiental da Alta Paulista**, v. 9, n. 1, 2013.

GAROTAS ESTÚPIDAS. **O vintage vai superar o fast fashion.** Disponível em: <<https://www.garotastupidas.com/o-vintage-vaio-superar-o-fast-fashion/>>. Acesso em: 10 maio 2020.

UNZ, Airton et al. **Novas tendências no tratamento de efluentes têxteis.** Química nova, 2002.

LIMA, Camila Vital de Souza; COSTA, Andrea Fernanda de Santana. **Fibras Têxteis: Matérias primas para a moda.** PROEXT—UFPE & Ed. Universitária da UFPE, 2014.

MARTINS, Geruza Beatriz Henriques *et al.* **Práticas limpas aplicadas às indústrias têxteis de Santa Catarina.** 1997.

MELO, Moisés Vieira de. **Laboratório de Caracterização de Materiais Têxteis (LACTEX).** Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2018.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos-História. Tramas, Tipos e Usos.** 2ª. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

RODRIGUES, Janice. A possibilidade da utilização de taninos como mordentes em corantes naturais amazônicos. **In: X Colóquio de Moda – 7º Congresso Internacional**, 2014. [Anais...], 2014.

ROSSI, Ticiane. **Estudo do potencial de uso do resíduo efluente gerado da destilação**

do óleo de folhas de eucalipto (Corymbia citriodora (Hook) Pryor e Johnson 1976), como corante natural para o tingimento têxtil de algodão. 2009. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado)—Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Piracicaba.

RUBIK, Aleíse H.; SILVEIRA, Daniele D.A. Tingimento Natural: Análise comportamental de amostras têxteis a partir de aplicação de corantes naturais. **In: XII Colóquio de Moda – 9º Congresso Internacional**, 2016. [Anais...], 2016.

SILVA, Izabelle Todsquini. **O resgate do uso de técnicas de tingimento natural em produtos de moda visando a minimização de impactos ambientais.** 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

SILVA, Mariana Souza da; TRONCOSO, Samira Moraes Kroeff. A Moda através do respeito: uso de conceitos sustentáveis no vestuário *slow fashion*. **In: VIII Colóquio de Moda – 5º Congresso Internacional**, 2012. [Anais...], 2012.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPEZ, Luciana Dornbush. **Sustentabilidade ambiental no produto de moda.** I Encontro de Sustentabilidade em Projecto do Vale do Itajaí, p. 7, 2007.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana Dornbusch. **Sustentabilidade ambiental: um desafio para a moda.** ModaPalavra e-periódico, v. 1, n. 2, 2008.

SOUZA NETTO, Viviane. **Proposta de implantação de métodos estatísticos no controle de qualidade em uma indústria de beneficiamento têxtil-tingimento e acabamento.** Engenharia Química-Tubarão, 2007.

TWARDOKUS, Rolf Guenter et al. **Reuso de água no processo de tingimento da indústria têxtil.** 2004.

VERÍSSIMO, Silvagner Adolpho. **Extração, caracterização e aplicação do corante de urucum (Bixa orellana L.) no tingimento de fibras naturais.** 2003. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

VIANA, Teresa Campos. **Corantes naturais na indústria têxtil: Como combinar experiências do passado com demandas do futuro?** 2012. Dissertação de Mestrado. Universidade do Estado de Minas Gerais.

PROJETO INTEGRADOR COMO METODOLOGIA ATIVA NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS NO CURSO SUPERIOR EM DESIGN DE MODA: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA

Samantha Grasielle Camara Pimentel³⁰

Karina Carla de Araújo Fernandes³¹

Luiz Clério Duarte Júnior³²

Iris Brenda Mendes³³

Tenaflae da Silva Lordêlo³⁴

INTRODUÇÃO

Repensar práticas pedagógicas frente ao cenário das novas TDIC, vem sendo desafiador para a nova realidade da sociedade do conhecimento, considerando práticas sociais inerentes à cultura digital, marcadas pela nova forma de participação, criação, invenção da aprendizagem do aluno contemporâneo, integrando conteúdos, contextos, acontecimentos do cotidiano para resolução de problemas reais.

Com uma mudança de comportamentos e integração dos alunos com os ambientes de ensino e aprendizagem, é fundamental promover novas configurações e práticas e estimular o crescimento de uma cultura de troca de experiências entre professores e alunos. Tais práticas incentivam a interdisciplinaridade que possibilita o desenvolvimento de competências que podem ser aplicadas em diferentes áreas de atuação do design.

³⁰ Mestre em Design (CESAR). CV: <http://lattes.cnpq.br/9764874406871830>

³¹ Mestrado em Comunicação e Marketing (UFP - Portugal).
CV: <http://lattes.cnpq.br/7893615843717568>

³² Especialista em docência do ensino superior. Faculdade Senac Pernambuco.
CV: <http://lattes.cnpq.br/3926130469335006>

³³ Mestre em Gestão Empresarial (UNIFBV). Professora (SENAC).
CV: <http://lattes.cnpq.br/4315010911883255>

³⁴ Doutor em Comunicação (UFPE). Professor (SENAC).
CV: <http://lattes.cnpq.br/5894820235628864>

(...) é a integração ou convergência de diferentes áreas do saber para formar um novo profissional, enquanto a multidisciplinaridade representa a integração e convergência de profissionais de diversas áreas para resolver ou discutir uma determinada questão. Portanto, ambas as perspectivas são enriquecedoras para a formação (...) (LEITE E BENÍCIO, 2015, p. 46-47)

Diante destas considerações, foi desenvolvido um projeto de design, com os alunos do primeiro módulo do curso de tecnologia em design de moda, pela Faculdade Senac Pernambuco unidade vinculada a Caruaru, cujo culminou no resultado do projeto integrador, considerando o suporte das seguintes unidades temáticas do módulo: Modelagem tridimensional, Ética, cidadania e sustentabilidade, Estética e história da Moda; Tecnologia da confecção, Tecnologia têxtil e Desenho de Moda. Cada unidade contribuiu com especificações para o desenvolvimento do projeto, visando o reuso de resíduos sólidos da indústria têxtil e confeccionista.

O projeto Integrador tem em seu objetivo, integrar os conhecimentos e disciplinas estudadas em um determinado período ou conjunto de módulos, aplicando os conhecimentos e teorias de conhecimentos daquele ciclo, proporcionando aos alunos a oportunidade de práticas e resoluções de problemas reais que possam vir a desenvolver em suas futuras carreiras com experiências como profissionais.

Portanto, o trabalho realizado na Faculdade Senac Pernambuco, vinculada a Caruaru, visando o desenvolvimento de novos produtos re-criados a partir da construção de uma tecelagem de fibras de subprodutos, com foco na transformação criativa de processos e técnicas de design, a partir de um projeto integrador entre as disciplinas ministradas no primeiro período do curso de Tecnologia em Design de Moda, promoveu a geração de ideias inovadoras e sustentáveis, propagando uma “nova” forma de consumo.

DESENVOLVIMENTO

A metodologia de projetos, segundo Behrens (2014) auxilia na aplicação da visão inter e transdisciplinar, representando um processo metodológico de aprendizagem com vários níveis de integração, conexão, inter-relacionamento, conteúdos, experimentos, conhecimento e saberes na busca de uma abordagem mais crítica e complexa.

A realidade das práticas relacionadas ao processo de ensino aprendizagem é bastante complexa e requer um pensamento multidisciplinar e abrangente para a compreensão e desenvolvimento de um cenário dinâmico e motivador de trocas de conhecimentos. Sendo assim, é importante inovar e pensar em práticas de cons-

trução do saber que permitam o desenvolvimento de competências propostas pelo projeto pedagógico do curso e a vivências de práticas mercadológicas associadas.

Falar de propostas integradoras (interdisciplinares) é um desafio, uma mudança paradigmática em pleno curso. O movimento histórico da presença do enfoque interdisciplinar na Educação é um pressuposto relacionado a um contexto amplo e complexo de mudanças, abrangendo a Educação e outros setores da vida social, como a Economia, a Política e a Tecnologia. (PELEIAS et al. 2011, p. 504)

Diante desse cenário dinâmico e desafiador o curso Tecnológico em Design de Moda da Faculdade Senac Pernambuco buscou priorizar o incentivo às atividades e práticas pedagógicas e extensionistas através de uma jornada de conhecimentos capaz de estimular a inovação e a disseminação dos saberes para além da sala de aula. Vale salientar que cada um dos módulos do curso trabalha um tema específico, que vai da Sustentabilidade ao empreendedorismo, passando por Design Universal, Figurino e consultorias em negócios de moda. Dessa maneira, os formatos de pesquisa e apresentação são distintos, bem como os produtos resultantes destes.

O delineamento adotado neste estudo, seguiu o edital 2018 da jornada de Projetos Integradores da faculdade Senac Pernambuco, culminou em agregar os conteúdos das disciplinas de cada um dos módulos semestrais por qual passam os alunos do curso de tecnologia em design de moda por meio do desenvolvimento de um projeto que alie conhecimentos técnicos específicos da área de moda, sustentabilidade e inovação social, intensificando a relação professor-aluno por meio da troca de conhecimentos que vão além do conteúdo exposto em sala de aula, objetivando a formação de um profissional com formação cidadã e crítico-reflexiva. Faz-se importante ressaltar que cada um dos módulos possui um tema específico: 1º módulo – Sustentabilidade; 2º módulo – Design Universal; 3º módulo – Figurino e 4º módulo – Mercado e empresa.

Dessa forma, o estudo foi caracterizado por uma pesquisa descritiva, consistindo das atividades desenvolvidas com alunos do curso de graduação, levando em consideração as situações e diretrizes metodológicas para o desenvolvimento do projeto integrador. Assim, o presente trabalho buscou descrever as práticas pedagógicas, desenvolvidas no decorrer do projeto integrador do primeiro semestre letivo de 2019, do curso de Tecnologia em Design de Moda, da Faculdade Senac Pernambuco unidade vinculada Caruaru com práticas didáticas voltadas a susten-

tabilidade, objetivando o desenvolvimento de produtos inovadores com reuso de materiais, trabalhando métodos do upcycling , com a construção de um produto inovador de valor comercial, com proposta da reutilização criativa através do método upcycling, além do desenvolvimento de um relatório de acompanhamento, relatando a experiência vivida por cada um dos grupos durante o semestre.

O projeto desenvolvido e direcionado para o 1º módulo foi orientado pela disciplina de Modelagem tridimensional, com duração total de 80hs, porém com foco na interdisciplinaridade e na troca de experiências com as demais unidades temáticas do módulo.

É importante ressaltar que a construção do produto, resultante do projeto integrador com a temática Sustentabilidade, foi resultado de exposições de conteúdos e estudos de caso fundamentados em conceitos de sustentabilidade e inovação, sendo assim promovendo discussões de temas essenciais para a formação do novo profissional em design de moda.

O quadro a seguir apresenta a participação específica de cada unidade temática com o objetivo compartilhado de desenvolvimento de competências à construção de um produto inovador através do método upcycling no módulo 1º.

Quadro 1 - Contribuição das unidades temáticas do módulo 1 para o desenvolvimento do projeto integrador.

Unidade Temática	Objetivo Específico
Tecnologia Têxtil	Fornecer ferramentas, técnicas e processos para identificação e construção de tecelagem de tecidos adequados às necessidades especiais do Produto.
Ética, Cidadania e Sustentabilidade	Fornecer ferramentas para reflexão do papel do designer no mundo globalizado.
Modelagem Tridimensional	Construção da modelagem do produto, a partir de resíduos têxteis, criando produtos inovadores com foco sustentável.
Tecnologia da confecção	Utilizar técnicas e processos apropriados para a confecção de produtos sustentáveis.
Desenho de Moda	Subsidiar o desenvolvimento dos croquis, utilizando as ferramentas do desenho de moda estilizado para apresentação do produto.
Estética e história da moda	Contribuir para a reflexão da construção do vestuário do ponto de vista da história, bem como fornecer elementos estéticos para a criação de um produto sustentável.

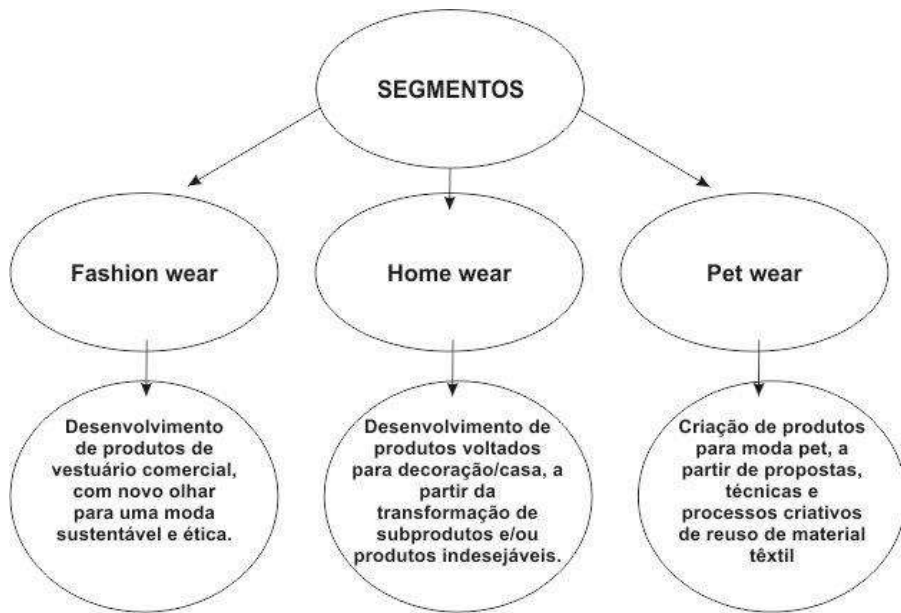
Fonte: Edital Projeto integrador, Faculdade Senac, PE (2018).

Os Projetos Integradores do curso de Tecnologia em Design de Moda possuem temas contemporâneos que constituem e fundamentam a formação de um profissional com uma visão socialmente e eticamente responsável, sendo assim apto para atuar em um mercado cada vez mais exigente e concorrido. Os objetivos de cada Projeto Integrador estão alinhados com as propostas pedagógicas de cada unidade temática.

O 2º módulo é baseado no tema Design Universal e objetiva planejar produtos fundamentados no design inclusivo que abordem princípios ergonômicos e referências estéticas da história do design. O Projeto Integrador do 3º módulo é desenvolvido a partir da temática de Figurino e objetiva projetar e produzir um protótipo de figurino para uma mídia audiovisual da cena pernambucana, dessa forma procura incentivar e fomentar manifestações da cultura regional. E, por fim, o Projeto Integrador do 4º módulo é desenvolvido a partir da temática Mercado e Empresa e objetiva idealizar projeto de consultoria em planejamento e desenvolvimento de coleções, assim como elaborar estratégias e ferramentas de marketing para divulgação das mesmas.

A prática interdisciplinar perpassa por todos os módulos do curso de Tecnologia em Design de Moda com temas específicos e, ao mesmo tempo, integrantes à formação do aluno. É possível observar a continuidade e complementariedade de conteúdos programáticos que proporcionam o fortalecimento de competências e habilidades sustentáveis para a carreira do designer de moda. Assim busca-se estimular nos alunos a habilidade do acompanhamento sistemático e a rapidez nas tomadas de decisões, para que, desta forma, consigam promover adaptações dos objetivos dos projetos às exigências mercadológicas. Os procedimentos deste projeto buscaram organizar o alcance do objetivo principal em três blocos de trabalho, expostos conforme imagem e estrutura abaixo:

Imagem 1 – Segmentos de trabalho para o projeto integrador do módulo 1.



Fonte: Própria (2019).

Os blocos de trabalho, listados anteriormente foram organizados em um cronograma de projeto que contempla o processo durante todo o semestre, tendo por foco o desenvolvido de novos produtos, recriados a partir da construção de uma tecelagem de fibras de subprodutos, com transformação criatividade de processos e técnicas de design, promovendo a geração de ideias inovadoras e sustentáveis, propagando uma “nova” forma de consumo, como pode ser observado na construção do cronograma a seguir:

Quadro 2 - Cronograma do projeto integrador 2018 do módulo 1 do curso de design de moda.

Semana/data	Atividade a ser realizada	Descrição das Atividades	Disciplinas que contribuiram
Semana 1 Semana 2 Semana 3 (Maio)	1. Método Upcycling desenvolvido para produção do produto.	<i>Espaço a ser preenchido pelo grupo</i>	<i>Espaço a ser preenchido pelo grupo</i>
Semana 4 (Maio)	2. Escolha do produto a ser desenvolvido		

Semana 5 (Junho)	3. Construção do croqui. 4. Construção da modelagem.		
Semana 6 (Junho)	5. Desenvolvimento do produto (prototipação)		
Semana 7 (12/07 Julho)	6. Apresentação do Projeto Integrador		
	7. Feedback das apresentações finais.		

Fonte: Própria (2019).

Para o desenvolvimento do projeto como relatado anteriormente, em relação ao acompanhamento do mesmo, a orientação geral ficou a cargo do professor responsável pela disciplina líder do projeto, nesse caso Modelagem Tridimensional. Foram formados 10 grupos, escolhidos pelos alunos para trabalhar os três segmentos de trabalho, conforme imagem 1. Estes mesmos segmentos de trabalho, foram o ponto de partida principal para a busca de pesquisas, informações e inspirações para a criação do produto. A escolha dos blocos ficou a cargo dos grupos com qual cada um iria trabalhar. Assim, a relação dos segmentos e ideias de produtos, público alvo e matéria-prima ficaram da seguinte maneira:

Quadro 3 - Segmentos de trabalho e produtos desenvolvidos no projeto integrador do módulo 1.

Segmento de trabalho	Produto a ser desenvolvido
Vestuário	Calça moletom
Vestuário / Acessórios	Bolsa com pernas de calças Jeans
Vestuário	Casca de Ovo + Decoupage (bordado)
Homewear	Relógio com resíduos têxteis
Vestuário	Vestido com reuso de jeans
Pet	Moda Pet com reuso de materiais
Homewear	Tapete afetivo
Homewear	Abajúr com garrafas recicladas
Homewear	Mesa de Apoio (pneu velho)

Fonte: Própria dos autores, 2019.

O projeto integrador do primeiro módulo teve por objetivo projetar e produzir um produto de design com processos sustentáveis, através da reutilização criativa com o trabalho do método upcycling, a partir do reuso de resíduos sólidos da indústria têxtil e confeccionista.

Como apresentado no cronograma (quadro 2) foi realizada a apresentação que objetivou o relato completo do processo e apresentação do produto construídos pelos alunos para uma banca formada por quatro professores da unidade e para os demais colegas da sala, nesse momento, foi apresentado o processo de construção e desenvolvimento do projeto e produtos, juntamente ao documento impresso entregue para finalização dos conceitos das disciplinas, além das pesquisas bibliográficas acerca da sustentabilidade e segmentos de pelo grupo. Os trabalhos deveriam ser entregues e apresentados em data previamente marcada, confirme o cronograma já apresentado.

A apresentação durou média 20 minutos em ordem definida por sorteio, sendo a nota obtida na apresentação final adicionada à nota segundo processo avaliativo, com o peso definido pelos professores para cada disciplina. Para a disciplina de Modelagem Tridimensional, por exemplo, o projeto integrador teve peso 6, ou seja 60% do valor total da nota para o segundo processo avaliativo. Esta nota foi obtida com base na avaliação dos professores que fizeram parte da banca avaliadora, obedecendo aos seguintes critérios:

Quadro 4: Critérios para avaliação do projeto integrador 2018 do módulo 1 do curso de design de moda.

Dossiê	Banca	Participação e Interesse
Estrutura e formatação do Dossiê	Postura	Assiduidade/pontualidade
Consistência e coerência do conteúdo	Apresentação pessoal	Criatividade
Adequação teoria e prática	Recursos audiovisuais	Comprometimento
Organização e encadeamento das ideias	Segurança na exposição oral	Espírito de equipe
Relevância do estudo para desenvolvimento profissional do aluno e do profissional de moda	Presença de todos os componentes do grupo	Cumprimento dos prazos
Formatação do trabalho	Linguagem utilizada	Cumprimento das exigências

	Organização da apresentação	Questionamentos
	Utilização do tempo	Habilidade de focalizar objetivos
	Criatividade	

Fonte: Edital Projeto integrador, Faculdade Senac, PE (2019).

O Viés da sustentabilidade abarcou os projetos apresentados. Todos os projetos com inovações e transformação dos olhares através dos segmentos de trabalho, com grande informação de design e forte adequação ao mercado consumidor da região, sendo desta forma, produtos com grande potencial para construção e venda real das peças. A seguir, as imagens 2 e 3 ilustram muito bem a efetiva relação dessas condições no projeto realizado:

Imagem 2 – Peça desenvolvida a partir do método upcycling para o segmento fashion wear e peça desenvolvida a partir do método upcycling para segmento pet wear.



Fonte: Própria (2019).

Desde vestimentas para o dia até acessórios para casa e trajes de animais, como vestidos, centro de mesa e coletes para cachorros, as escolhas foram feitas pelos alunos não só com base nas informações teóricas sobre moda e design, mas também pela preocupação com os impactos ambientais, sociais e mercadológicos do viés da sustentabilidade. Como foi o caso do vestido de reuso de insumos desenvolvido, visto que o montante de resíduos sólidos no agreste do estado de PE é enorme, levando em consideração a grande demanda de peças em jeans para

abastecimento do cenário nacional do jeans wear.

Devido à extensão do presente trabalho, apenas três projetos foram descritos, levando em consideração os três segmentos de trabalhos estudados e desenvolvidos em sala com os alunos. Todavia foram desenvolvidos diversos produtos com resultados igualmente relevantes, aliando design, informação contemporânea de moda e preocupação ambiental e social com o descarte e reuso de matéria-prima, o que demonstra relevância de iniciativas como a realizada pelo projeto integrador desenvolvido na construção de cidadão mais ético, consciente e engajados com temáticas e problemas reais de mercado. Além de profissionais de moda cada vez mais preocupadas com as reais capacidades e limitações do ambiente e impacto ambiental.

CONSIDERAÇÕES

A partir da adesão dos alunos para o desenvolvimento do projeto, foi percebida a importância da utilização de metodologias mais ativas, possibilitando a aprendizagem de forma colaborativa e consciente, com a transgressão do olhar para construção de histórias e ações práticas a sustentabilidade. Além da relevância emocional e pessoal, para todos os envolvidos no processo de construção do projeto integrador (alunos e professores), houve também um relevante avanço científico na busca por utilizações de insumos e resíduos sólidos descartados pela indústria têxtil e confeccionista do agreste de PE, como o desenvolvimento de roupas com forte apelo pelo design para mulheres com contribuição efetiva para formas de se reutilizar resíduos e até mesmo gerar novas fontes de rendas.

Este capítulo permitiu estreitar o olhar para o desenvolvimento de práticas educativas mais lúdicas e sustentáveis, desenvolvendo um diálogo entre academia e o cenário industrial para novas formas de se reutilizar materiais que antes não havia um descarte adequado. Aproximando empresas, profissionais e cooperativas dos alunos de moda, para o desenvolvimento de projetos sustentáveis e conscientes.

Portanto, fica a reflexão que muito mais que construir roupas e produtos de design, o projeto integrador foi fonte de grande aprendizado prático para formação de profissionais de moda integrados às preocupações contemporâneas em relação a real e efetiva inserção do reuso de insumos sólidos no polo agreste. Saliendo a luz da preocupação a formação superior, além da percepção de olhar

na capacidade do aluno mudar seu cenário, mundo a parti de novas formas de trabalhos, cujo objetivo consonante com os ideais da faculdade Senac pregados durante toda sua formação.

REFERÊNCIAS

BEHRENS, M. A. (2014). Metodologia de projetos: Aprender e ensinar para a produção do conhecimento numa visão complexa. Disponível: <http://www.agrinho.com.br/site/wpcontent/uploads/2014/09/2_04_Metodologia-de-projetos.pdf>. Acesso em: ago. 2019.

FLETCHER, Kate. GROSE, Linda. Moda e Sustentabilidade, design para mudança. Editora Senac. São Paulo, 2011.

LEITE, F. S.; BENÍCIO, J. Interdisciplinaridade no Ensino Superior: proposta de um novo método. Ampliando, Revista Científica da Facerb, v.2, n.1, p.46-54, jan/jun, 2015.

PELEIAS et al. Interdisciplinaridade no Ensino Superior: análise da percepção de professores de controladoria em cursos de Ciências Contábeis na cidade de São Paulo. Avaliação, Campinas, Sorocaba, SP, v. 16, n. 3, p. 499-532, nov. 2011.

VALENTE, V.A.; ALMEIDA, M. B.; GERALDINI, A. F.S. Metodologias ativas: das concepções às práticas em distintos níveis de ensino. Ver. Diálogo Edc., Curitiba, v.17, n. 52, p. 455-478, abr. /jun.2017.

VEZZOLI, C. O cenário do design para uma moda sustentável. Em: PIRES, Dorotheia (Org.). Design de Moda: olhares diversos. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2008. p. 197-205.

Nota: este capítulo foi atualizado e adaptado do originalmente publicado nos Anais do Congresso de Tecnologia na Educação - Metodologias disruptivas na educação: Formas inovadoras de ensinar e aprender. PIMENTEL, S. G. C. PROJETO INTEGRADOR COMO METODOLOGIA ATIVA NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS NO CURSO SUPERIOR EM DESIGN DE MODA: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA. In: Anais. Congresso de Tecnologia na Educação, Caruaru, 2019.

REFLEXÃO-NA-AÇÃO NO ENSINO DE DESIGN DE MODA: O PAPEL DE DISTINTOS ATORES SOCIAIS NA CRIAÇÃO DE PRODUTO

Alice Sukiennik³⁵
Vitória Cumerlato³⁶
Celso Scaletsky³⁷

INTRODUÇÃO

Este capítulo tem como objetivo discutir sobre a reflexão-na-ação, abordagem proposta por Donald Schön (2000), no desenvolvimento de produto no âmbito do Design de Moda e, ainda, refletir sobre a relação entre distintos atores sociais durante tal processo. A reflexão-na-ação, no contexto do ensino, privilegia o “aprender” através do “fazer”. A teoria defende uma reflexão sobre a própria ação estimulando, assim, o processo de criação por meio da interação entre educador e aluno. Com base na lógica da reflexão-na-ação, parte-se do pressuposto de que a combinação entre profissionais de moda de distintos graus de formação – aluno, professor, designer júnior, designer sênior e profissional atuante do mercado (varejista) – pode contribuir para a formação daqueles que ainda não se tornaram designers de fato. Assim, o presente capítulo analisa duas experiências educacionais que se destacam pela apropriação da abordagem da reflexão-na-ação e pela tentativa de associação de diferentes atores sociais no processo de desenvolvimento de produto no ensino de Design de Moda. Apesar de serem essencialmente iguais, devido à pandemia do COVID-19, tais experiências diferem em relação ao formato de aprendizagem: a primeira possui formato presencial e a segunda, formato 100% remoto. Compreende-se que estas trocas de experiência e conhecimento, no ambiente educacional, podem ser um primeiro movimento no sentido de ampliar o repertório dos alunos de Design de Moda ao aproximar esses à realidade do mercado de trabalho, além de contribuir para um processo de criação mais assertivo. Por fim, ressalta-se a importância de as experiências de ensino adotarem, cada vez mais, um caráter de

³⁵ Mestranda em Design (UNISINOS). CV: <http://lattes.cnpq.br/2059965075019657>

³⁶ Mestranda em Design (UNISINOS). CV: <http://lattes.cnpq.br/5010861153030441>

³⁷ Doutorado em Architecture (INPL - França). Professor (UNISINOS). CV: <http://lattes.cnpq.br/6525779922201302>

adaptabilidade e flexibilidade diante das adversidades que podem surgir, tanto na vida do aluno quanto na do docente.

DESENVOLVIMENTO

Existem diversas maneiras de refletirmos sobre nossas ações: podemos pensar sobre fatos já ocorridos ou, até mesmo, parar o que estamos fazendo para refletir sobre determinadas ações. Porém, segundo Schön (2000), o ato de refletir na ação – sem interrupção – dá a possibilidade de intervir na situação em desenvolvimento a fim de dar uma nova forma ao que está sendo feito enquanto ainda é feito. A reflexão-na-ação, associada ao processo de “tentativa e erro”, estimula o lado criativo do profissional e dá liberdade de experimentação fazendo com que, no contexto do ensino, o educador auxilie a desenvolver o talento artístico do aluno de modo que ele reflita as possíveis implicações que cada uma de suas ações pode gerar durante o processo de criação (SCHÖN, 2000).

No mercado da moda, a articulação entre atividades de ensino, pesquisa e extensão são importantes para a concepção de produtos com uma visão crítica em relação à usabilidade, ergonomia e questões éticas do vestir. Dado isso, Puls (2010) introduz como considerável a relação entre empresas de moda e atores sociais externos em diversas atividades de projeção enfatizando que existe uma alta aderência dos cursos de Design de Moda brasileiros em criar laços com o mercado. Porém, a autora afirma que na moda nem sempre existiu essa preocupação em pensar além da estética do vestuário:

Até pouco tempo entendia-se a atuação do estilista não como um designer, mas como criador de moda com formação acadêmica, destreza para investigar, assimilar e sintetizar ideias e técnicas. Possuía capacidade para produzir novas variantes e soluções criativas para vestir o corpo com recursos artesanais e ou tecnológicos disponíveis. Seu trabalho, resultado da interpretação de extensa pesquisa sobre mudanças comportamentais e estilos de vida, era considerado como um processo de trabalho criativo, artístico, autoral, com preocupação estética e não como uma atividade projetual (PULS, 2010, p. 7)

Hoje, para muitos profissionais essa diferenciação não existe e, a interligação entre o desenho, o conteúdo cultural e artístico, a pesquisa científica e a atividade projetual são parte estrutural e conectada ao desenvolvimento de produtos. Por

isso, em muitas escolas de moda, trabalha-se com disciplinas conectadas, “reme-tendo à ideia de socialização do saber e reflexão sobre o ensinar, o aprender e o fazer. É um modo de atuação que incentiva o diálogo, não dissociando o saber, mas propiciando a troca mútua” (PULS, 2010, p. 8). A autora ainda ressalta que a socialização, a compreensão e a reflexão são parte intrínseca do projetar na moda.

O design e sua atribuição interdisciplinar, que faz o cruzamento e a troca entre atividades práticas e saberes teóricos, por muito tempo foi excluído do campo da moda, no entanto, a redução da distância entre moda e design se tornou um ponto significativo para o setor (PULS, 2010). Essa aproximação trouxe à tona a aborda-gem da reflexão-na-ação, compreendendo a relevância da troca de repertório entre os envolvidos nos processos de criação de produto. Christo (2008) defende que:

algumas das noções que a arte traz consigo são a da capacidade criativa do artista, da posição social diferenciada com relação ao resto da sociedade, da busca pela superação de velhas formas através de novas manifestações artísticas, do comprometimen-to com a inovação, entre outras. Talvez isto explique por que alguns designers são vistos como artistas de talento especial e suas criações ganham valor de verdadeiras “obras de arte” [...] (CHRISTO, 2008, p. 6)

É possível relacionar essa passagem com o talento artístico que Schön (2000) nos apresenta e, por isso, o processo de “tentativa e erro” no mercado da moda tam-bém se torna relevante, visto que a partir da reflexão-na-ação aqueles profissionais com maior experiência podem contribuir para o desenvolvimento do talento artís-tico daqueles que ainda se encontram em formação nos estágios iniciais.

Porém, uma vez que olhamos para o ensino e para a prática profissional surge um dilema: somos ensinados a atuar profissionalmente com base na ra-cionalidade técnica, porém, na prática, raramente encontramos problemas bem estruturados. A racionalidade técnica – epistemologia da prática derivada da fi-losofia positivista – acaba, então, por criar profissionais da prática “engessados” pois esses, quando confrontados com situações que não se enquadram na teoria e técnica oriunda do conhecimento sistemático e científico, deparam-se com pro-blemas complexos e de difícil resolução. Dessa forma, Schön (2000) aborda o ato profissional de “definir” o problema, que nada mais é que escolher e nomear os aspectos que serão observados em um determinado contexto ou situação.

Para tornar possível a definição de um problema de design, é preciso antes

compreender qual a sua natureza. De acordo com Dorst (2004), as atividades de design podem ser vistas como o raciocínio de um conjunto de necessidades, requisitos e intenções para uma nova parte da realidade, consistindo em uma estrutura física e em um uso pretendido. O autor ainda afirma que tal processo de raciocínio é considerado não dedutivo, pois não existe um padrão fechado de raciocínio para conectar as necessidades, requisitos e intenções com uma forma de artefato e um modo de uso, assim, a característica “aberta” de um problema de design é chamada de “subdeterminação” de problemas de design (DORST, 2004).

Apesar de que essa subdeterminação, segundo Dorst (2004), forme uma distância enorme entre o problema de design e a solução de design, parece ser possível identificar em grande parte dos problemas uma natureza tripla: primeiro, os problemas de design são parcialmente destruídos por necessidades, requisitos e intenções rígidas (inalteráveis); segundo, parte importante desses problemas está indeterminada; e terceiro, parte dos problemas de design podem ser consideradas indeterminadas no sentido de que o designer é uma grande parte livre para projetar de acordo com seu próprio estilo e habilidades. Para Dorst (2004), existem duas maneiras de abordar o problema de design, que acabam por formar dois paradigmas fundamentalmente diferentes: o primeiro é aquele em que o design é visto como um processo racional de resolução de problemas e, o segundo, descreve o design como uma atividade que envolve a prática reflexiva.

Introduzido por Simon nos anos 1970, o primeiro paradigma é visto como um processo de busca racional, no qual o problema de design define o “espaço do problema” que deve ser pesquisado a fim de encontrar uma solução de design, porém, anos depois, Simon aponta algumas dificuldades criadas por esse paradigma como, por exemplo, em relação aos problemas “mal-estruturados” – o “espaço do problema” mal-estruturado é considerado muito grande e mal definido para ser descrito, o que quer dizer que as soluções possíveis não podem ser enumeradas (DORST, 2004). O segundo paradigma, trazido por Schön em 1983, descreve o design como uma atividade que envolve a prática reflexiva, ou seja, essa teoria construcionista é tratada como uma reação à abordagem de resolução de problemas e é feita especificamente para resolver algumas deficiências que o autor vinha percebendo na metodologia convencional.

Por meio deste paradigma, da prática reflexiva, Schön (2000) começa a investigar o ensino de escolas profissionais que reconhecem o design como sua atividade central e que não dão atenção à estruturação de problemas de design.

Um exemplo citado pelo autor é o de Ateliês que, segundo ele, geralmente são organizados com base em projetos gerenciáveis de design, realizados de forma individual ou coletiva e mais ou menos padronizados de maneira similar a projetos da prática da vida real. Schön (2000, p. 45) ainda afirma que “o ateliê oferece um acesso privilegiado às reflexões dos designers sobre o processo de projeto. Ele é, ao mesmo tempo, um exemplo vivo e tradicional de ensino prático reflexivo”.

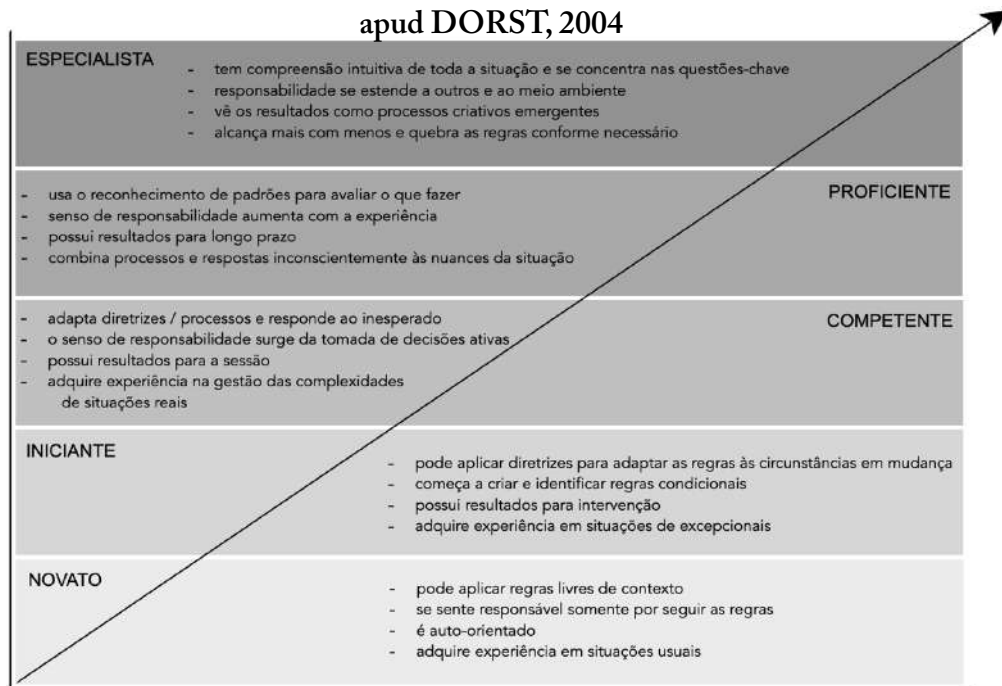
Por fim, o autor ressalta que

A reflexão-na-ação tem uma função crítica, questionando a estrutura de pressupostos do ato de conhecer-na-ação. Pensamos criticamente sobre o pensamento que nos levou a essa situação difícil ou essa oportunidade e podemos, neste processo, reestruturar as estratégias de ação, as compreensões dos fenômenos ou as formas de conceber os problemas. (SCHÖN, 2000, p. 33)

Porém, independente da reflexão-na-ação ser uma abordagem projetual que enfatiza a relação entre os atores sociais que compõem o ambiente educacional – discente e docente – reconhece-se que a associação de distintos atores sociais, além daqueles oriundos do ensino, pode impactar positivamente no processo de aprendizagem.

Partindo do princípio de que boa parte do processo de criação consiste em buscar a compreensão de como os problemas de design são estruturados ou, ainda, de como lidar com problemas mal-estruturados, a partir do Modelo de Aquisição de Habilidades do Dreyfus (2003 *apud* DORST, 2004), é possível vislumbrar o papel de cada ator social no desenvolvimento de produto. O modelo investiga distintos atores sociais de acordo com cinco níveis de especialização, ou seja, cinco maneiras de perceber, interpretar, estruturar e resolver problemas. A Figura 1, abaixo, demonstra quais seriam as características, atuações e responsabilidades esperadas para cada nível de especialização.

Figura 1- Modelo de Aquisição de Habilidades do Dreyfus (2003 apud DORST, 2004)



Fonte: Elaborado e traduzido pelos autores (2021)

A partir do modelo desenvolvido (Figura 1), percebe-se que cada nível de especialização possui um olhar diferente perante o processo de criação, repleto de particularidades, compreensões e capacidades variadas. Ao trazer esse modelo para o contexto do ensino, é possível fazer um cruzamento entre os níveis de especialização e os graus de formação. De forma sintética, o nível “novato” passa a ser equivalente aos graus de formação “aluno” em momentos iniciais e finais da graduação; o nível iniciante passa a ser equivalente ao designer júnior – profissional graduado –; o nível competente e proficiente passa a ser equivalente ao designer sênior; e o nível especialista passa a ser equivalente ao profissional de mercado, que atua em um nicho específico e, por essa razão, é especialista em determinada temática. Já o professor pode se movimentar por diversos níveis de especialização, desde o nível competente ao especialista.

Com base na lógica da reflexão-na-ação e dos cruzamentos pré-estabelecidos entre níveis de especialização e graus de formação, apresentamos duas experiências educacionais analisadas a partir da abordagem proposta por Schön (2000) e da perspectiva de um ensino pautado pela associação de distintos atores

sociais, no qual cada ator possui uma contribuição única no processo de aprendizagem do aluno do Design de Moda.

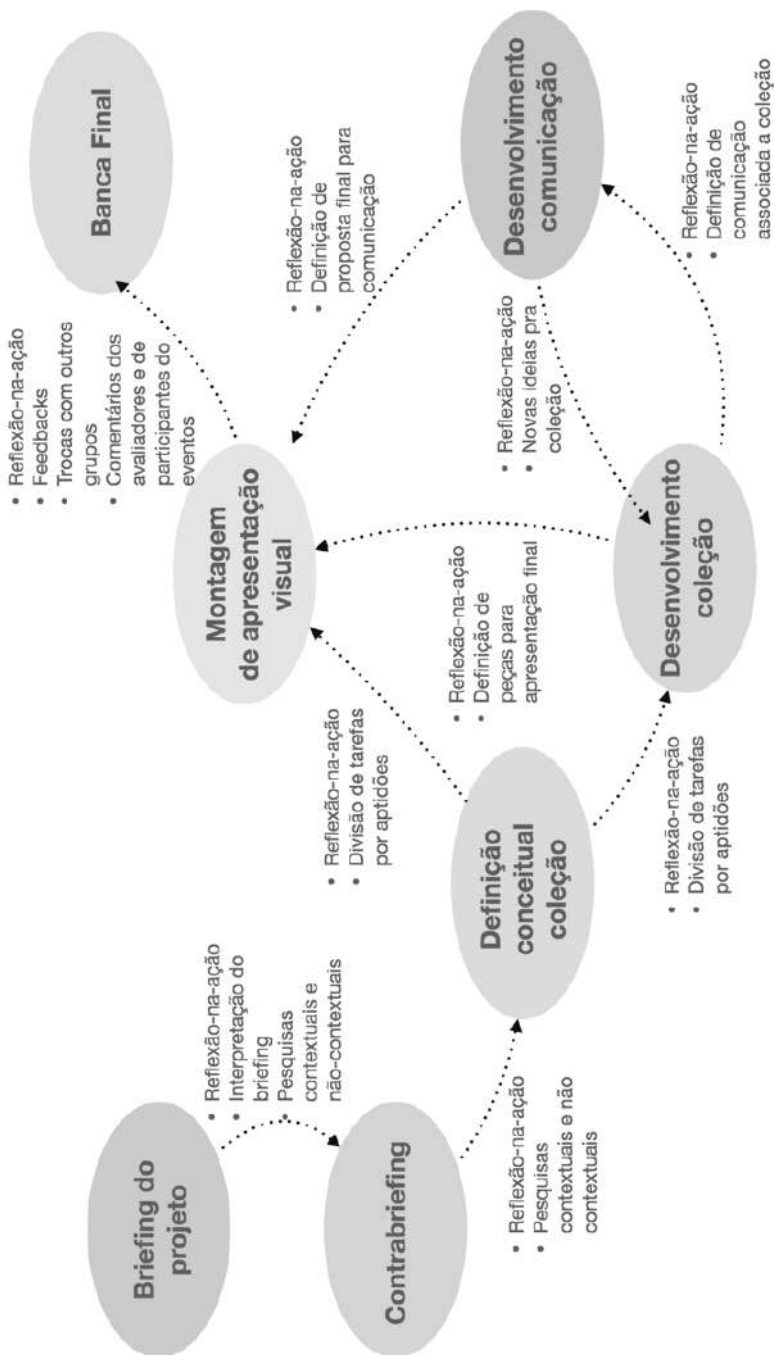
A parceria entre um curso de Design de Moda e varejistas do ramo deu início a um workshop realizado dentro do curso, e que atualmente é uma atividade que ocorre com frequência semestral e que é acessível a todos os alunos da graduação em Design de Moda, independente do ano ou semestre em que eles se encontram.

A dinâmica do workshop funciona da seguinte maneira: objetivando a construção de uma coleção de moda, em um primeiro momento é lançado uma temática para servir de inspiração e, ademais, são dados direcionamentos como, por exemplo, número de peças, estampas e comunicação digital referente a coleção ser desenvolvida. Em um segundo momento, os alunos inscritos no workshop são divididos em grupos intencionalmente para que haja uma mistura de níveis de senioridade. Além dos alunos, professores e colaboradores do curso e profissionais da varejista parceira têm o papel de monitorar e orientar os grupos.

O workshop, desenvolvido ao longo de uma semana no campus da universitário, conta com monitoria diária dos professores e colaboradores da universidade enquanto os profissionais da varejista se fazem presentes durante apenas três dias: no primeiro dia da semana, no qual ocorre a disponibilização do *briefing* e um assessoramento inicial; no terceiro dia da semana, no qual é realizado um assessoramento intermediário; e, por fim, no último dia da semana, quando há a realização da banca e a disponibilização do *feedback* final aos alunos.

Na Figura 2, a seguir, é possível visualizar as etapas do workshop, bem como os momentos de troca – reflexão-na-ação - que, por meio do diálogo, criam uma “teia de ações”. Tais interações evidenciam repertórios de diversos atores sociais durante processo de criação de modo que todos são submetidos a momentos de reflexão observando, através de distintas perspectivas, as possíveis implicações que cada ação pode gerar para o desenvolvimento da coleção de moda.

Figura 2 – Processo do workshop



Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Durante a realização do workshop, os monitores – professores e colaboradores do curso – em nenhum momento propõe soluções para os grupos, mas, sim, provocam com questões utilizando o termo “e se?”. Dessa forma, é demonstrado que o “todo” está em jogo em cada movimento parcial, pois a partir das questões que surgem, os participantes conseguem perceber que suas ideias podem direcionar o projeto para um caminho não esperado, muitas vezes, por meio de uma única ação.

A experiência educacional conta, também, com o processo de gamificação, que pressupõe a aplicação de elementos encontrados em jogos, como sistema de recompensas e interação em outras atividades (FARDO, 2013) e, assim, o grupo vencedor do workshop é premiado com o lançamento de parte dos produtos no portfólio da varejista parceira e, ainda, com a oportunidade de estágio também na varejista parceira.

O workshop em formato presencial ocorre no campus universitário no qual o curso de Design de Moda é lecionado. A estrutura física conta com uma sala de aula ampla com mesas e cadeiras com rodinhas que possibilitam seu deslocamento dentro da sala para o trabalho em grupo. No último dia do workshop, para a realização da banca, a mesma sala adquire um novo layout com cada grupo distribuído em uma mesa e, essa, posicionada em uma grande roda junto com as demais. Esse layout possibilita que todos os participantes do workshop tenham uma visão geral de todos os projetos expostos. Por meio de uma troca de ideias com participantes do workshop, foi possível compreender três aspectos fundamentais da experiência de ensino vivida pelos alunos, professores e profissionais da varejista parceira. Os aspectos analisados foram o “papel pessoal” de cada participante, ou seja, as responsabilidades e capacidades desenvolvidas por cada grau de formação; os “benefícios profissionais” que os participantes consideraram receber; e o “valor gerado” a partir do processo do workshop.

O papel do professor no workshop foi considerado o de planejar a atividade de forma colaborativa com o profissional da varejista parceira. Ademais, o professor também tem a responsabilidade de criar e estimular um ambiente propício para a prática dos conhecimentos teóricos e motivar a realização da atividade. Para o professor, os maiores benefícios adquiridos durante o workshop são o de expandir a sua rede de contatos, conhecer novas pessoas e novas empresas. Já o valor gerado sob a perspectiva do professor é a relação que os alunos de diversos semestres criam entre si e com o mercado de trabalho. Da mesma perspectiva, compreende-se que o alto nível de engajamento dos alunos gerado pela *gamificação* da atividade, ou seja, pela possibilidade de ganhar o prêmio final,

é também considerado um dos pontos de grande valor no processo.

O aluno, como participante do workshop, assume o papel de liderar o grupo de trabalho, motivar e participar da prática reflexiva própria e dos demais colegas e, ainda, certificar-se de que todos os detalhes do projeto estão alinhados para a entrega final. Em relação aos benefícios adquiridos, o aluno, independente do seu grau de formação (equivalente ao nível de especialização “novato” ou “iniciante”), classifica a ampliação da sua rede de contatos, a saída da zona de conforto e o processo de projeção para uma empresa real e atuante no mercado como os maiores ganhos de sua participação no workshop. Além disso, também é visto como benefício a premiação final – oportunidade de estágio na empresa parceira – para os alunos vencedores. O aluno enxerga como valor gerado a troca de experiências com diferentes profissionais, a aproximação com o mercado de trabalho e a possibilidade de ter seus projetos e ideias reconhecidos e disseminados por uma marca real.

Sob a ótica do profissional da varejista parceira, compreende-se que o seu papel é o de transformar as ideias propostas pelos alunos em produtos efetivos para a marca que representa, interpretar ideias e conceitos em estágio ainda subjetivo e compreender como esses podem ser colocados no mercado, além de trabalhar de forma colaborativa os professores na organização do workshop. Os benefícios percebidos para o profissional da empresa parceira são a ampliação da rede de contatos própria e para a marca e a oportunidade de contratação de um estagiário com potencial que pode ser percebido e acompanhado durante a realização do workshop. O profissional parceiro considera como valor gerado o entusiasmo e a inovação que o workshop traz para a marca, ao proporcionar novos olhares, ideias e perspectivas, como, também, a renovação de conceituações e propostas para a marca.

Com o surgimento da pandemia gerada pelo vírus SARS-CoV-2, causador da doença da COVID-19, o curso de Design de Moda viu-se obrigado a adaptar a experiência educacional do workshop como, também, as aulas do curso de graduação. O contexto da pandemia fez com que, a partir do ano de 2020, o workshop semestral fosse realizado em formato 100% remoto. Seguindo uma lógica parecida a dos workshops presenciais, as atividades remotas tiveram de receber algumas adaptações necessárias. A principal mudança foi a forma de comunicação entre as partes envolvidas no workshop. Os alunos passaram a se “conectar” com os demais atores sociais – professores, colaboradores da universidade, profissionais da varejista parceira e demais alunos – por meio de plataformas unificadas de comunicação e colaboração online. Ou seja, os alunos passaram a conhecer a empresa parceira, por

exemplo, através de reuniões em formato online. Tal mudança acabou por gerar um contato menos intimista entre os atores, no entanto, também proporcionou a possibilidade de o curso de Design de Moda expandir as relações para além das varejistas da cidade, alcançando contatos de marcas a nível nacional.

Uma segunda adaptação foi a do espaço utilizado pelos alunos para o desenvolvimento da atividade do workshop. Diferente das edições presenciais, a partir de 2020 as atividades realizadas pelos grupos de alunos adotaram como cenário a mesma plataforma online de comunicação e colaboração, porém, os encontros passam a ser em salas remotas paralelas chamadas de *breakout rooms*. Essa estratégia conseguiu manter o que já ocorria nas edições presenciais: a ampliação da rede de contato dos alunos. Ademais, os alunos passaram a descobrir neste formato de interação novas habilidades de socialização e formas de se relacionar. Porém, é importante ressaltar que, apesar da comunicação remota impactar negativamente na qualidade das interações entre alunos e demais atores sociais quando comparada às experiências presenciais, a tecnologia existente adotou um papel essencial para a redução de tal impacto.

Ao abordarmos a lógica da reflexão-na-ação, compreendeu-se que a adaptação do formato presencial ao formato 100% remoto facilitou a “presença” – mesmo que online – da varejista parceira, fazendo com que os profissionais da empresa parceira possam participar mais ativamente no esclarecimento de dúvidas e na oferta de feedbacks intermediários, aumentando consideravelmente o tempo de “trocas” entre eles e os alunos. Ademais da varejista, a plataforma possibilita que os professores e demais colaboradores do workshop possam circular de forma rápida e ágil entre os grupos, acompanhando o desenvolvimento dos projetos e trazendo para a cena questionamentos e provocações que aumentem o talento artístico dos alunos por meio da reflexão-na-ação.

Por fim, o último dia do workshop ocorre, também, através da plataforma online reunindo todos os participantes da atividade. Da mesma forma que no workshop presencial, cada grupo apresenta o projeto desenvolvido e recebe de volta feedbacks e considerações dos professores e profissionais da varejista parceira. Após esse momento, os avaliadores dos trabalhos se reúnem em uma sala paralela – *breakout room* – para decidir o grupo vencedor. A premiação, independente do formato do workshop, segue a mesma, porém, no formato 100% remoto a oportunidade de estágio acaba adquirindo uma estrutura diferente – similar a um intercâmbio – já que as empresas parceiras podem estar localizadas em diversos locais do país.

CONSIDERAÇÕES

O propósito deste capítulo foi o de discutir sobre a reflexão-na-ação, proposta por Schön (2000), no desenvolvimento de produto dentro do contexto do ensino de Design de Moda. Ademais, o capítulo buscou refletir sobre a relação entre distintos atores sociais associados à teoria da reflexão-na-ação. Por meio da análise de duas experiências educacionais, cada uma com as suas particularidades devido aos impactos da pandemia da COVID-19, observou-se a importância da reflexão-na-ação incorporada em experiências de ensino e, acima de tudo, a relevância dessa abordagem combinada à associação de diferentes atores sociais tanto para a aprendizagem do aluno, quanto para o processo de criação de produto.

Compreendeu-se, através das análises, que as interações entre os diferentes participantes – mesmo no formato 100% remoto – na experiência de aprendizagem e no desenvolvimento de produto, geraram impactos positivos a todos os envolvidos no que tange a experiência de cocriação, repertório e pensamento reflexivo. Além disso, a troca de ideias com os participantes do workshop mostraram que a associação de diferentes atores sociais contribuiu para a ampliação do talento artístico dos alunos, ao estabelecer demandas, problemas e soluções reais como as enfrentadas no mercado de trabalho.

Por fim, um caminho a ser explorado poderia ser o de integrar a combinação de atores sociais com variados graus de formação em disciplinas de ateliê nos cursos de Design de Moda com o objetivo de diversificar a reflexão-na-ação para além da relação entre “projeto” e “projetista” e “educador” e “aluno”, alcançando, dessa forma, um caráter reflexivo coletivo que poderá contribuir diretamente para a experiência de aprendizagem do aluno do Design de Moda.

REFERÊNCIAS

CHRISTO, Deborah Chagas. Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda. PIRES, D. **Design-Moda-olhares diversos**. (org.) São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2008.

DORST, Kees. On the problem of design problems-problem solving and design expertise. **Journal of design research**, v. 4, n. 2, p. 185-196, 2004.

FARDO, Marcelo Luis. A gamificação aplicada em ambientes de aprendizagem. **Re-note**, v. 11, n. 1, 2013.

PULS, Lourdes Maria. O design na formação de moda como campo de formação acadêmica. **Actas de Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.** ISSN, v. 1850, p. 2032, 2010.

SCHÖN, Donald A. **Educando o profissional reflexivo: um novo design para o ensino e a aprendizagem.** Penso Editora, 2000.

Nota: parte da análise realizada e do texto escrito fazem parte de um artigo publicado nos anais do 16º Colóquio de Moda (Edição online) e do III Colóquio de Pesquisa e Design: Defuturando o design.

A FORMAÇÃO POR COMPETÊNCIAS E O ESTUDO DA SEGMENTAÇÃO DO MERCADO DE MODA ATRAVÉS DE VISITA TÉCNICA EM EMPRESAS DO VESTUÁRIO LOCALIZADAS EM SHOPPING DO RECIFE

Paava de Barros de Alencar Carvalho Filgueira³⁸

Ana Priscila do Ó Tidey³⁹

INTRODUÇÃO

Diante do mercado de trabalho contemporâneo, os processos e métodos de formação e educação do estudando de graduação (ou futuro profissional) têm sido foco de inúmeras discussões, tendo como eixo central o conceito de competências, que procura responder à urgente necessidade de melhoria na qualidade de tais processos. A formação por competências trata-se de uma tendência internacional em educação, que teve seu início nos países centrais, mas que se estendeu para os países em desenvolvimento sob práticas e características distintas, buscando atender as peculiaridades de cada local (MERTENS, 1996).

No Brasil, o estabelecimento da definição de competências no ensino apoia-se em iniciativa do Estado com base na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, a LDB nº 9.394/96 (BRASIL, 1996). No que tange ao ensino superior, a noção de competências passa a motivar uma reconfiguração que visa à formação de profissionais adaptáveis e dinâmicos, preparados para acompanhar as mudanças frenéticas dos diversos mercados de trabalho, que ocorrem com grande velocidade e frequência (CATANI; OLIVEIRA; DOURADO, 2001).

Uma das exigências que recai sobre as instituições de educação superior é levar os discentes ao desenvolvimento de visão crítica, autonomia, flexibilidade, postura ética, e à capacidade de “aprender a aprender” para que acompanhem a velocidade das transformações ambientais. Espera-se, não só, uma formação

³⁸ Mestrado em Gestão Empresarial (FBV). Professora (IFPE).
CV: <http://lattes.cnpq.br/9800448789056194>

³⁹ Mestrado em Design de Moda (UTL - Portugal). Professora (FacSenac).
CV: <http://lattes.cnpq.br/1820091307192607>

integral do graduando na qual ele adquira conhecimentos, mas que, ainda, desenvolva habilidades, atitudes e valores (OLIVEIRA, 2005).

A formação por competências pertence a um processo que tem como objetivo estimular o aluno a desenvolver sua capacidade de aplicar os saberes adquiridos em contextos e situações diferentes, e impõe uma mudança do foco tradicional de reprodução do conhecimento para o desenvolvimento de competências. Assim, este processo acaba por demandar uma mudança cultural nas instituições de ensino, nos docentes e nos alunos (PERRENOUD, 1999).

Deste modo, partindo do pressuposto que o ensino por competências, na atualidade, é um dos métodos mais investigados por educadores diversos, os quais salientam sua inesgotável importância na formação do ser/fazer e do agir pedagógico, enfatizaremos neste estudo o processo educativo por competências adotado na Graduação Tecnológica em Design de Moda da Faculdade Senac Pernambuco - utilizado, no caso deste estudo, na disciplina de Marketing de Moda -, que nesse contexto, preconiza-se preparar o designer de moda para uma prática profissional mais crítica, reflexiva, ativa, dinâmica e adaptável às necessidades do mercado de trabalho.

A FORMAÇÃO POR COMPETÊNCIAS

Para entender o conceito de competências, optou-se pela reprodução da teoria explorada por Perrenoud (1999, 2002), que se aproxima de um enfoque didático, mais especificamente para a formação geral. O citado autor atribui vários conceitos às competências, mas a ênfase maior repousa sobre a mobilização de recursos cognitivos. Uma dessas definições revela a diversidade de requisitos para se construir uma competência:

Define-se uma competência como a aptidão para enfrentar uma família de situações análogas, mobilizando de uma forma correta, rápida, pertinente e criativa, múltiplos recursos cognitivos: saberes, capacidades, microcompetências, informações, valores, atitudes, esquemas de percepção, de avaliação e de raciocínio. (PERRENOUD ET AL., 2002, p. 19)

Em outra explicação mais simplificada, Perrenoud alega que as competências são “uma capacidade de agir eficazmente em um determinado tipo de situação, apoiada em conhecimentos, mas sem limitar-se a eles” (PERRENOUD, 1999, p. 7). Uma competência que se manifesta na execução de uma tarefa não é, desta forma, a mera aplicação de conhecimentos que foram memorizados, ela

abrange também um julgamento da pertinência dos recursos disponíveis e sua integração com discernimento em tempo real.

O processo de formação baseado em competências considera que os conteúdos devem ser acompanhados de uma contextualização, sendo fundamentados em sua associação com a vida social e profissional do aluno. Logo, um desafio que se coloca é possibilitar a transferência de aprendizagens:

Aquilo que será ensinado não será um conjunto de conteúdos organizados em função da lógica de disciplinas acadêmicas, mas sim que sua seleção, apresentação e organização se realizarão conforme a potencialidade de responder a situações ou necessidades “reais”. (ZABALA; ARNAU, 2010, p. 110).

O uso de métodos de ensino diversificados tornam-se muito valorizados nesse contexto, com destaque para aquelas que retiram o professor do centro do processo e colocam o aluno como sujeito ativo de sua formação. Exemplificando, existem metodologias como as leituras complementares, os laboratórios, os trabalhos de campo, os estudos independentes, as pesquisas do meio, os projetos de trabalho, a análise de casos e a resolução de problemas, além das práticas de trabalho em grupos. Segundo Zabala e Arnau (2010), esses são “métodos alternativos” que devem coexistir com momentos de aulas expositivas.

Em suma, a formação por competências pressupõe uma diversidade nos métodos formativos, com ênfase em metodologias ativas, que colocam o aluno como sujeito do processo (ZABALA; ARNAU, 2010). Neste sentido, através da reflexão sobre a prática pedagógica na disciplina de Marketing de Moda, surgiu a ideia de visitas técnicas como forma de abordar um assunto muito importante para a unidade temática, que é a segmentação do mercado de moda.

SEGMENTAÇÃO DO MERCADO DE MODA

Segmento de mercado representa um conjunto de pessoas com hábitos de consumo em comum. De acordo com Cobra (2010, p. 98), “segmento refere-se a um grupo de consumidores que pode ser efetivamente atendido e atingido por meio do mesmo esforço de marketing”.

Dessa forma a segmentação de mercado busca otimizar recursos como tempo, dinheiro e estratégias de marketing focando em um público específico e previamente definido pela empresa.

As variáveis da segmentação estão agrupadas em 3 grandes grupos: segmentação do cliente de moda, segmentação do mercado de moda e segmentação por categorias de moda. E embora exista essa divisão, “é muito comum usar uma combinação de vários critérios, o que depende dos objetivos do projeto de pesquisa e das especificidades da empresa e de seu mercado” (POSNER, 2015, p. 110).

A segmentação do cliente estabelece as seguintes variáveis, conforme dispostas no quadro 01.

Quadro 01: Segmentação do cliente de moda

VARIÁVEIS DEMOGRÁFICAS	VARIÁVEIS PSICOGRÁFICAS E COMPORTAMENTAIS	VARIÁVEIS GEOGRÁFICAS	VARIÁVEIS DE USO E BENEFÍCIO
➤ Sexo	➤ Estilo de vida	➤ Região	➤ Benefício que se procura ter com o produto
➤ Idade	➤ Aspirações sociais	➤ Área urbana, subúrbio, área rural	➤ Frequência de uso
➤ Geração	➤ Autoimagem	➤ Localização da residência	➤ Volume de compras
➤ Etnia	➤ Percepções de valores	➤ Tipo de moradia	➤ Sensibilidade aos preços
➤ Estado civil	➤ Motivos e comportamento de compras	➤ Tamanho da cidade	➤ Fidelidade à marca
➤ Estágio da vida	➤ Interesses e hobbies	➤ Clima	➤ Uso final do produto
➤ Profissão	➤ Atitudes e opiniões		
➤ Educação			
➤ Renda			
➤ Classe social			

Fonte: Posner, 2015, p. 110.

No quadro 02, a segmentação do mercado é representada pelos segmentos de alta costura, luxo, mercado intermediário e mercado de produtos de baixo preço.

Quadro 02: Segmentação do mercado de moda

Alta costura
Luxo
Mercado intermediário
Mercado de produtos de baixo preço

Fonte: Posner, 2015, p. 10.

No quadro 03, apresentamos a segmentação por categorias de moda, dividida entre feminina, masculina e infantil, segundo Frings (2012)

Quadro 03: Segmentação por categorias de moda.

MODA FEMININA	MODA MASCULINA	MODA INFANTIL
➤ Vestidos	➤ Alfaiataria	➤ Roupas sociais para meninas
➤ Roupas sociais	➤ Complementos	➤ Roupas tradicionais para meninos
➤ Ternos	➤ Sportswear	➤ Sportswear
➤ Outwear	➤ Active sportswear	➤ Roupas de banho
➤ Sportswear	➤ Roupas de trabalho	➤ Outwear
➤ Activewear	➤ Acessórios	➤ Roupas de dormir
➤ Roupas de banho		➤ Acessórios
➤ Lingerie		
➤ Acessórios		

Fonte: Frings, 2012.

Para a visita técnica, foram escolhidas as variáveis mais tradicionais de segmentação do mercado aplicada a produtos de moda defendidas pelo professor de marketing, doutor, consultor e autor Marcos Cobra. São elas:

- Demográficas: idade, sexo, profissão, renda, classe social, escolaridade.
- Geográficas: região, estado, municípios, cidade, bairros, domicílios, densidade populacional, clima, áreas residenciais e comerciais, além das áreas na cidade que são reservadas para serviços.
- Psicográfica (ou comportamentais): comportamento de compra com base em conhecimentos sobre o produto, conhecimento da moda, aceitação da moda, atitudes e reações aos apelos e conceitos da moda (COBRA, 2010, p. 103).

VISITA TÉCNICA EM EMPRESAS DO VESTUÁRIO LOCALIZADAS EM SHOPPING DO RECIFE COM CARÁTER ACADÊMICO

A visita técnica é uma atividade com caráter acadêmico realizada com as turmas de Marketing de Moda, ministrada para o IV módulo do curso de Tecnologia em Design de Moda da Faculdade Senac Pernambuco com os objetivos específicos de:

- Apresentar as técnicas de segmentação de mercados e as ferramentas de marketing adotadas por diferentes empresas para diferentes públicos;
- Aproximar estudantes do mercado;
- Facilitar a compreensão da aplicação das ferramentas e técnicas de marketing para que os estudantes identifiquem com quais dessas opções irão adotar para sua própria marca.

Essa visita proporciona aos discentes uma aprendizagem através de prática mercadológica, estimulando o contato direto dos discentes com o mercado.

O local escolhido para a realização da visita é o Shopping Rio Mar, localizado Av. República do Líbano, 251, Pina, Recife (PE), e escolhido por ser um shopping plural, que contempla diversos segmentos de mercado e que tem o melhor layout para a distribuição desses segmentos. Isso pode ser percebido na organização dos seus andares e corredores e bem representado no guia de lojas oferecido nos quiosques de informação.

A atividade é iniciada com uma introdução teórica, indicações de livros e artigos para fundamentação teórica, apresentação e distribuição do guia de lojas e pela entrega do roteiro da visita impresso contendo as principais orientações e as perguntas norteadoras que deverão ser respondidas em relatório. Essas perguntas estão apresentadas no quadro 04.

Quadro 04: Perguntas Norteadoras para relatório

1. Quais segmentos de mercado você identificou no Shopping? Liste.
2. Liste e justifique lojas que estão segmentadas pelos critérios demográficos de idade, sexo, profissão, renda, classe social e escolaridade.
3. Liste e justifique lojas que estão segmentadas pelos critérios geográficos de região, estado, município, bairro, clima, densidade populacional e área comercial.

4. Liste e justifique lojas que estão segmentadas pelos critérios psicográficos ou comportamentais – comportamento de compra com base no conhecimento do produto, conhecimento da moda, aceitação da moda, atitudes e reação aos apelos e conceitos da moda.
5. Com quais ferramentas de marketing você mais se identificou? Elas foram adotadas por qual loja?
6. Quais ferramentas de marketing mais te surpreenderam? Elas foram adotadas por qual loja?
7. Qual desses segmentos você vai atingir com os seus produtos e/ou serviço e quais técnicas você irá adotar para conquistar mercado?

Outras sugestões de perguntas são apresentadas para iniciar a conversa com os entrevistados, por exemplo: 1. Qual(is) são o(s) segmento(s) de mercado contemplados pela empresa? 2. Qual é o perfil do público alvo da loja? 3. Faixa de preço dos produtos? 4. Quais são as estratégias de marketing que a empresa adota para promover seus produtos e se comunicar com os seus clientes? 5. Para quais dessas estratégias a empresa costuma receber as melhores respostas?

Após as orientações, os discentes são encaminhados e acompanhados até as lojas. Eles têm a opção de se dividirem em grupos para visitarem lojas com as quais eles têm mais afinidade. A duração da visita segue exatamente o mesmo tempo dedicado em sala de aula. No caso em questão, 4 horas aulas, cada uma com 50 minutos, o que resulta em um total de 200 minutos ou 3 horas e 20 minutos.

Para finalizar a atividade cada discente deve entregar um relatório impresso ou enviado por e-mail até a próxima aula para avaliação. Nele deve conter as respostas para as perguntas norteadoras, comentários pessoais, análise dos dados, fotos e diálogo com autores.

RESULTADOS

Durante a visita realizada no semestre de 2016.1, 63 lojas de diversos segmentos de mercado receberam nossos discentes e permitiram que eles entrevistassem vendedores, vendedor(a) responsável, gerentes, VM e proprietários. Essas lojas foram apresentadas no quadro 05.

Quadro 05: Lojas visitadas em 2016.1 e seus respectivos segmentos

Nome da loja		Segmento
1	1+1	Moda infantil

2	Adidas	Sportswear
3	Água de coco	Roupas de banho
4	Alphabeto	Moda infantil
5	Antix	Moda feminina
6	Arezzo	Acessórios femininos
7	Bali	Moda jovem feminina e masculina
8	Belle Bijou	Acessórios
9	C&A	Moda feminina e masculina
10	Cavendish	Moda feminina
11	Chili beans	Acessórios
12	Coach	Acessórios
13	Coca Cola clothing	Moda feminina e masculina
14	Cocci	Moda feminina e masculina
15	Corbeluxe	Acessórios
16	Cristine	Moda feminina
17	Daslu	Luxo
18	Damyller	Moda feminina e masculina
19	Diamonds and Iraws	Acessórios
20	Dolce&Gabbana	Luxo
21	Dudalina	Moda feminina e masculina
22	DWZ acessórios	Acessórios
23	Ellus	Moda feminina
24	Emme	Moda feminina
25	FARM	Moda feminina
26	Gucci	Luxo
27	Havaianas	Acessórios
28	Hering	Moda feminina e masculina
29	Hope	Moda íntima feminina
30	Iódice	Moda feminina e masculina
31	Litoraneos	Moda praia, UV
32	Loccitane	Cosméticos
33	Loungerie	Moda íntima feminina
34	Luigi Bertolli	Moda masculina e feminina
35	Malhasol	Moda infantil

36	Malwee	Moda casual
37	Melissa	Acessórios
38	Movimento	Moda praia
39	Nike	Moda esportiva
40	O Boticário	Perfumaria e cosméticos
41	Pandora	Jóias e acessórios
42	Prada	Luxo
43	Prata da casa	Moda fitness sportwear
44	Puket	Moda íntima juvenil
45	Quem disse, Berenice?	Cosméticos
46	Renner	Departamento
47	Ri Happy	Moda infantil
48	Ricardo Almeida	Luxo masculina
49	Rosa Chá	Moda feminina
50	Rush Praia	Moda praia
51	Salinas	Moda praia
52	Schutz	Acessórios
53	Seaway	Moda surf masculina
54	Sholder	Moda feminina
55	Siberian	Moda masculina e feminina
56	Sonho dos pés	Acessórios
57	Sunglass Hut	Acessórios
58	Swarovski	Acessórios
59	Valentino	Luxo
60	Versace	Luxo
61	Via Mia	Acessórios
62	Via Veneto	Moda masculina
63	Zara	Moda feminina e masculina

Fonte: elaboração própria, 2016.

As figuras a seguir ilustram alguns dos momentos vivenciados durante a visita técnica, incluindo o ponto de partida e entrevistas. A figura 01 ilustra o momento de partida para as entrevistas, logo após as orientações sobre a pesquisa. Já a figura 02 ilustra momentos em que a turma está realizando a pesquisa em diferentes lojas (Valentino e Ricardo Almeida).

Figura 1: Turma reunida no início da visita



Fonte: autora, 2016.

Figura 2: À esquerda, discentes em visita a Valentino, representante do mercado de luxo feminino. À direita, discentes durante entrevista com gerente e vendedor da Ricardo Almeida, representante dos segmentos luxo masculino



Fonte: autora, 2015/2016.

Entre os depoimentos recebidos nos relatórios da visita, a aluna Y expressou sua opinião sobre a atividade da seguinte maneira:

Em visita ao shopping Riomar – Recife, identificamos quase todos os segmentos de mercado que precisamos e podemos encontrar reunidos em um só espaço. Temos uma segmentação de mercado que atende à todas as classes e a todo o tipo de público, desde o consumo de luxo, passando pelo fast-fashion, e chegando a serviços e varejo. O shopping se apresenta em 05 pavimentos, sendo o térreo destinado a serviços, o 2º e 3º pavimentos a lojas, onde encontramos

algumas lojas âncoras tanto de vestuário como de decoração, no 4º pavimento está localizada a praça de alimentação e no último temos os cinemas, o teatro e área para exposições e eventos.

Na maioria delas encontramos tendências de um novo varejo que foca principalmente na conveniência, no sensorial, na inovação, na experiência da marca e na customização.

Dentre as lojas visitadas, tentamos destacar uma de cada segmento de forma a caracterizá-las por amostragem, visto o público que as frequenta ser até certo ponto, bastante homogêneo.

Em geral, todas apresentam um bom atendimento, a maioria proporcionando a seus funcionários treinamento para que o cliente saia satisfeito com o seu produto e retorne para novas compras.

Com base nesse depoimento, percebe-se a maturidade do olhar da discente e que os objetivos da visita, bem como as competências desejadas floresceram.

CONSIDERAÇÕES

A visita técnica ao shopping Rio Mar - Recife é desenvolvida desde 2014 e repetida a cada novo semestre com as turmas de Marketing de Moda do curso superior de Tecnologia em Design de Moda da Faculdade Senac PE. Por essa prática já passaram diversas turmas e os resultados são melhores a cada novo semestre.

A atividade surgiu com o objetivo geral de mostrar aos estudantes, na prática, as técnicas de segmentação de mercados e as ferramentas de marketing adotadas por diferentes empresas que trabalham com diversos públicos. Essa visita in loco, oferece a oportunidade de diálogo com lojistas, além de provocar no alunado o despertar do senso crítico que corrobora com a competência de analisar o mercado consumidor, com base na compreensão e funcionamento da marca, conforme previsto na ementa da unidade temática em questão (marketing de moda).

Assim conclui-se que a importância dessa atividade está em gerar uma aproximação entre estudantes e o mercado de trabalho, articular conhecimentos teóricos compartilhados em sala de aula com os conhecimentos práticos vivenciados nas empresas, bem como contribuir para o desenvolvimento das competências dos alunos para que se tornem profissionais mais capacitados.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF, 1996. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm >. Acesso em: 14 jul. 2016.

CATANI, A. M; OLIVEIRA, J. F; DOURADO, L. F. **Mudanças no mundo do trabalho e reforma curricular dos cursos de graduação no Brasil**. Educação & Sociedade, Ano XXII, v. 22, n. 75, p. 67-83, 2001.

COBRA, M. **Marketing & moda**. São Paulo: Senac, 2010.

FRINGS, G. S. **Moda: do conceito ao consumidor**. Tradução de Marina Belloli. 9 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MERTENS, L. **Sistemas de competencia laboral: surgimiento y modelos**. In: Seminario Internacional Formación Basada En Competencia Laboral: Situación Actual Y Perspectivas. México: Conocer/Oit, 1996.

OLIVEIRA, A. C. C. **O curso de administração à luz das diretrizes curriculares nacionais**. Sitientibus, n.32, p.29-42, jan./jun. 2005. Disponível em: <<http://www2.uefs.br/sitientibus/edicoes/32.htm>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

PERRENOUD, P. **Construir as competências desde a escola**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

PERRENOUD, P. et al. **As Competências para ensinar no século XXI: a formação dos professores e o desafio da avaliação**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

POSNER, H. **Marketing de moda**. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

ZABALA, A.; ARNAU, L. **Como aprender e ensinar competências**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

Nota: este capítulo foi atualizado e adaptado do originalmente publicado nos Anais do XIV Congresso Internacional de Tecnologia na Educação. FILGUEIRA, P.de B. de A. C.; TIDEY, A. P. do Ó. A FORMAÇÃO POR COMPETÊNCIAS E O ESTUDO DA SEGMENTAÇÃO DO MERCADO DE MODA ATRAVÉS DE VISITA TÉCNICA EM EMPRESAS DO VESTUÁRIO LOCALIZADAS EM SHOPPING DO RECIFE. In: Anais. XIV Congresso Internacional de Tecnologia na Educação, Recife, 2016. Disponível em: <<https://pe.senac.br/congresso/anais/2016/pdf/comunicacao-oral/005.pdf>>

DEMETRA: CONSOLIDAÇÃO DE EXPERIÊNCIA PRÁTICA DO COMPONENTE MODA EM REVISTA DO CURSO DE DESIGN | UFPE

Simone Barros⁴⁰
Maria Tereza Poças⁴¹
Hans Waechter⁴²

INTRODUÇÃO

O grupo de estudos (GE) Moda em Revista é um componente curricular do curso de Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco. No grupo, temos como proposta buscar entender os vários formatos de produção jornalística, com ênfase no campo da moda, a fim de compreender e trabalhar uma revista com conteúdo de Moda, explorando assim, questões da produção, dos profissionais e da academia. Portanto, é um projeto acadêmico com possibilidade de interação com o mercado e a indústria.

Este projeto encontra-se na interdisciplinaridade dos campos do Design, da Comunicação e da Moda, buscando dar oportunidade a estudantes, interessados em adquirir uma experiência na área editorial, de conhecer a prática de fazer uma pauta, uma reportagem, uma redação, trabalhar com fotografia, entre outras atividades inerentes ao processo de produção de uma revista. A sala de aula é o espaço de experienciar teoria e prática, tendo como resultado a produção da revista Demetra, um produto editorial autoral da turma.

O campo de conhecimento do Design dá-nos suporte teórico para o desenvolvimento de uma linguagem gráfica que fundamenta o ensino da disciplina sob o ponto de vista da escolha e organização de elementos gráficos para uma publicação, além de contribuir para a formação de um olhar crítico, necessário à análise de similares. Consideramos que um bom projeto editorial é capaz de

⁴⁰ Doutora em Design (UFPE). Pós-doutorado em Design de Moda (UBI - Portugal). Professora (UFPE). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3491-2940>

⁴¹ Doutora em Design (UFPE). Professora (FacSenac e UNINASSAU). CV: <http://lattes.cnpq.br/4888589285969175>

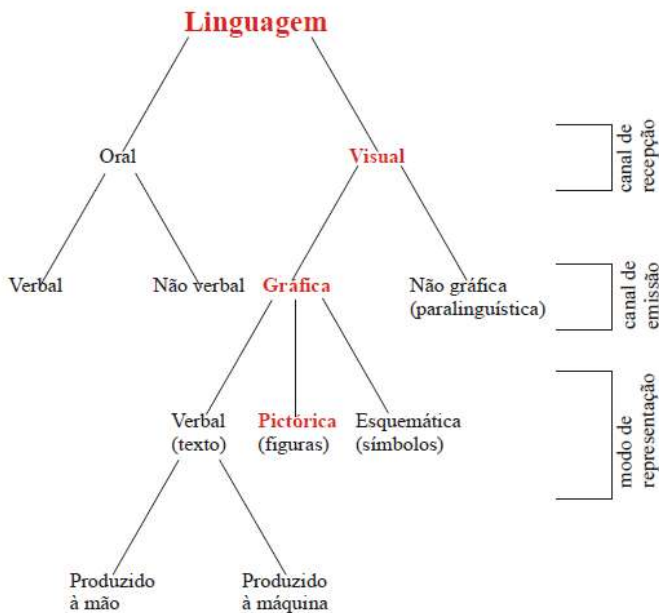
⁴² Doutorado em Comunicación Audio-visual (Universidad Autónoma de Barcelona). Professor (UFPE). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5222-6093>

sugerir interpretações de leituras de forma planejada, através dos aspectos de sua diagramação, escolha de tipografias, cores, ilustrações, entre outros. Todos os elementos contribuindo para uma composição de página, seja ela digital ou impressa, pautada nos estudos da percepção visual da forma.

Com este objetivo, ou seja, construir conhecimento junto aos alunos e vivenciar com eles as regras que orientam a atividade projetual de edição de uma revista, procuramos suporte teórico na área do Design Gráfico, reconhecendo a necessidade de adequação de uma publicação aos seus objetivos, explorando, dessa forma, o conhecimento de um sistema de códigos de representação e comunicação.

Twyman (1985) define gráfico como aquilo que é desenhado ou feito visível em resposta a decisões conscientes e define linguagem como veículo de comunicação. Abaixo, seu modelo de definição de Linguagem Gráfica.

Figura 1. Definição de Linguagem Gráfica de Twyman



A linguagem é a base de toda forma de comunicação. A disciplina se apoia, entre outros teóricos, no estudo da linguagem gráfica na forma organizada por Twyman (op.cit.), do ponto de vista do Design da Informação. Através desses elementos compreendemos como o processo comunicativo se constrói: informações de conteúdo, de forma, a combinação entre eles, informações sobre o leitor;

toda a comunicação realizada como resultado do relacionamento entre esses aspectos, articulada de forma eficiente para a produção e circulação de significados.

O designer gráfico, ao projetar, deve ter conhecimento de conceitos e métodos do design que proponham formas adequadas de manipulação dos elementos constitutivos do projeto, visando sugerir processos de apreensão de leitura previsíveis e melhorar sua compreensão. Nesse sentido, Waechter afirma que:

As características visuais podem ser definidas como a aparência ou atributos gráficos, estéticos ou plásticos que materializam visualmente uma mensagem, seja o tamanho ou o corpo da fonte ou família tipográfica para escrever uma mensagem, o próprio desenho da família tipográfica, a cor utilizada, a posição ou localização da mensagem no suporte onde está sendo veiculada e suas relações com as demais mensagens (WAECHTER, 2006).

O GE Moda em Revista preocupa-se em estudar a forma como os elementos das páginas da revista Demetra se relacionam, influenciando-se, de forma coerente, na formação de um todo coerente. Dondis comenta que:

O modo visual constitui todo um corpo de dados que, como a linguagem, pode ser usada para compor e compreender mensagens em diversos níveis de utilidade, desde o puramente funciona até os mais elevados domínios da expressão artística. É um corpo de dados constituído de partes, um grupo de unidades determinadas por outras unidades, cujo significado, em conjunto, é uma função do significado das partes. (DONDIS, 1997, p. 3)

Para Jan White (2006), revista, por definição, é uma coleção e o todo deve ser maior que a soma de suas partes. Uma página de uma revista de 80 páginas deve ser configurada observando-se o conjunto como um todo. O trajeto de leitura é, normalmente, da esquerda para a direita, num movimento de sanfona. Segundo o autor, uma certa padronização e repetição criam força e identidade para a revista. A repetição rítmica de um padrão gráfico básico dá à revista uma coerência visual e constitui a característica da publicação. Pode-se variar em alguns aspectos, mas deve haver uma consistência tipográfica com relação às fontes, tamanhos e espaçamentos de linha. Para Scalzo:

Uma das grandes vantagens das revistas é que elas oferecem muitos recursos gráficos para se contar uma história. E o bom jornalista de revista é aquele que, de antemão, consegue visua-

lizar a matéria já editada na página. O texto, por mais perfeito que seja, será sempre melhor compreendido e atraente quando acompanhado de uma boa fotografia ou de um infográfico bem feito (SCALZO, 2008, p. 58).

Por fim, a revista, para se manter no mercado, precisa ter um planejamento editorial que represente sua visão dos fatos e a forma de se relacionar com o seu leitor. Seu design precisa ser constantemente atualizado, a fim de preservar sua identidade diante de seu usuário, ao longo do tempo.

Com esses conceitos de linguagem gráfica incorporados e a partir da estrutura editorial de revistas similares estudadas, foi possível a criação de uma revista digital para proporcionar a prática em sala de aula.

O projeto interdisciplinar do GE, como já foi citado, traz a Comunicação como campo de conhecimento que viabiliza as pesquisas de pauta, dá suporte à realização de entrevistas e à redação dos textos com formatação jornalística. Sem perder de vista, claro, que se trata de um curso de Design e não de Comunicação Social, os participantes do processo de ensino e aprendizagem adquirem conhecimentos e noções do texto jornalístico e seus estilos, assim como de técnicas de entrevista e reportagem.

Além disso, em função do aparecimento continuado de novos processos comunicativos e novas tecnologias que permitem o desenvolvimento de novos conteúdos de linguagem e novas formas de subjetividade, é necessário que se compreenda os dois suportes que mais frequentemente são usados por revistas: o papel e o digital (e todas as suas possibilidades de dispositivos de leitura: web - pcs, notebooks, netbooks, tablets, celulares etc.).

São muitos os modelos de comunicação pensados para explicar situações específicas de interação entre pessoas, ou entre pessoas e máquinas, ou mesmo entre máquinas. Através da revisão da literatura que compõe nosso arcabouço teórico, escolhemos o modelo de comunicação de Charaudeau (2006), próprio do ambiente midiático.

O autor observa que são muito variadas as circunstâncias de comunicação e que cada uma delas determinaria um modelo diferente. Estas são algumas observações que ele faz:

- todo ato de comunicação se realiza num determinado ambiente físico que impõe algumas restrições e diferenças para a realização deste ato;
- duas pessoas se comunicando é diferente de dez pessoas se comunicando, como também é diferente se estar na presença de um público ou não, ou em um espaço de proximidade ou afastamento;

- a maneira de falar também é diferente se for sobre alguma coisa que está acontecendo na presença das pessoas envolvidas em um processo de comunicação, determinando um comentário, ou se na ausência dessas pessoas, sobre alguma coisa acontecida, determinando um relato;
- a comunicação face a face é diferente da mediada por telefone, e-mail, televisão, rádio, enfim, por qualquer meio material.

O autor argumenta que para cada situação de comunicação se estabelece um contrato de comunicação e, para cada um, associa-se um dispositivo particular que constitui as condições materiais de realização do mesmo. Esse dispositivo coloca tudo de forma relacionada: tem a ver com o ambiente, o suporte físico da mensagem, o contexto social, cultural, histórico. Para o caso particular de uma revista, temos que considerar suas características principais, como a relação distanciada entre a instância de produção e a instância de recepção. A revista produz informação, sem conhecer os seus leitores de fato. O que orienta a revista Demetra, no entanto, é a possibilidade de transformar a sala de aula em um ambiente de redação editorial com os estudantes, com o intuito de que esta experiência traga um conhecimento prático e diferenciado, no sentido de que o que está em jogo é a condição que se oferece para que o suporte teórico seja valorizado junto com o conhecimento prático e de mercado que precisa ser estabelecido. A condição que é posta pelo grupo de estudos é instigante para nós, porque propicia a todos os envolvidos pensar que estas instâncias exercem, cada uma a seu modo, uma atividade de conceitualização, própria da necessidade de representar o mundo, no nosso caso específico, o mundo da moda: de um lado, a revista, através da configuração de seu design; de outro, o aluno que, ao se comportar como integrante de uma redação jornalística, compreende o significado da importância de desenvolver um olhar próprio, que reflete sua aprendizagem e experiência dentro do contexto cultural de uma universidade.

Esses aspectos foram trazidos para este artigo com o objetivo de tornar claras as noções que definem o propósito da Demetra, que é servir de instrumento de aprendizagem com noções de design e jornalismo e também de nos permitir compreender por que a revista, como o design editorial de uma maneira geral, é o universo do legível, tornando a atividade em sala de aula um meio muito eficaz para o conhecimento dos processos que desencadeiam uma situação de comunicação.

A Moda aparece nesse contexto como conteúdo a ser pesquisado para as

matérias da revista. O objetivo é elaborar uma publicação que sirva de subsídio para profissionais que atuem tanto na academia como no mercado e indústria. Neste sentido, a edição da revista divide-se em sessões que traduzem e buscam conceituar a publicação como fonte de pesquisa científica e como forma de manter-se antenada ao mundo da moda, cultura e arte.

Ao passo em que se pesquisa a pauta para a revista, o estudante vai se apropriando desse campo sociocultural multifacetado, efêmero e em constante movimento. A moda, tal qual uma publicação periódica, reinventa-se a cada nova edição e, em todas, é preciso que seduza seus consumidores criando o desejo de consumo.

Nesse sentido, buscamos incorporar à revista o conceito de produto com valor de moda. Segundo Barnard: “O produto de moda, na sociedade contemporânea, possui a característica de diferenciador e, ao mesmo tempo, faz parte da identidade de grupos” (BARNARD, 2003).

Compreender esse universo teórico e prático da Moda traduz-se tanto em conhecimento como em aplicação dos conceitos na formatação da Demetra. A revista tem como objetivo, também, ser objeto de desejo para seus consumidores.

CONCEPÇÃO DA REVISTA

De acordo com o Projeto Político-Pedagógico do curso de Design da UFPE, campus Recife, quatro eixos são considerados essenciais à formação do designer, são eles: estética, sociedade, ciência e tecnologia; focados em habilidades e não necessariamente em conteúdos que devem e, acredita-se até mesmo, ser transversais ao conhecimento a ser adquirido. O GE Moda em Revista encontra-se no eixo Design e Sociedade e foi ofertado pela primeira vez no segundo semestre de 2007.

Em sua concepção já estava claro o objetivo da criação de uma revista de moda como projeto laboratorial dos alunos.

A partir de uma concepção sócio-construtivista da Educação, foi feito um trabalho colaborativo entre os participantes do processo de ensino e aprendizagem envolvidos. Foi dado um *briefing* com a ideia principal para a revista e os grupos fizeram propostas que foram desde o nome ao projeto editorial e identidade visual da revista.

A escolha do nome, Demetra, foi em homenagem à deusa grega das estações do ano e da agricultura. Filha de Cronos, deus do tempo, assim como seus irmãos, foi devorada pelo pai ao nascer e regurgitada mais tarde, quando Cronos, sem saber, tomou uma porção mágica oferecida por Métis. A homenagem à deusa é

por acreditarmos que nada é mais consumido pelo tempo do que a moda. Como deusa das estações do ano e no seu ressurgimento pós porção mágica, Demetra traz consigo o caráter cíclico e efêmero, fundamentais para o desenvolvimento do fenômeno do consumo imposto pela moda.

A primeira experiência do GE, por ter tido um caráter de concepção do produto, não permitiu que a revista chegasse a ser publicada.

Noções de redação jornalística e de técnicas de entrevista e reportagem foram trabalhadas em sala de aula, com exercícios que focavam a prática do formato revista, com ênfase no assunto final a ser trabalhado: a moda. Toda a divisão de editorias, distribuição de pauta, redação, editorial fotográfico etc, foram feitos pelos estudantes, inclusive uma pré-proposta de diagramação da revista.

À época, a divisão da revista por editorias ficou da seguinte forma:

- academia
- indústria
- cultura e arte
- objetos de desejo
- editorial de moda

A PRIMEIRA EDIÇÃO – 2010

No primeiro semestre de 2010, foi ofertado novamente o grupo de estudos, com o objetivo de manutenção do conceito definido anteriormente, mas com nova proposta gráfica, imprimindo à revista a “cara” da turma que a elaborou. O grupo de estudos foi estruturado em três momentos: o primeiro, de **informação**, onde seriam apresentadas as técnicas jornalísticas de redação, entrevista, reportagem. A fase seguinte podemos denominar de **pesquisa e interação**, onde foram feitas análises de produtos similares, a fim de que fosse criado um repertório para que as propostas de diagramação fossem elaboradas pelos alunos e compartilhadas com o grupo classe. Na fase da **ação**, terceira e última, foi feita a divisão das editorias e os estudantes assumiram suas funções simulando uma redação de revista. Durante esse processo optou-se pela publicação em formato digital, mas com possibilidade de impressão doméstica para o leitor. A primeira edição, assim como as outras seis que vieram depois, pode ser acessada em: <https://bit.ly/3tuIt8A>

Baseado no perfil dos estudantes, identificamos os que podiam assumir a função de editor-chefe. Eram feitas reuniões de pauta por editoria e dessa forma foi organizada a revista para que se pudesse enviar para a equipe responsável pela revisão e diagramação.

O resultado foi uma revista graficamente bem estruturada, com conteúdo que confirma a vocação para o acadêmico, com indicações de cursos nacionais e internacionais, além de um artigo científico, indicação de livro, matéria sobre o uso de tecnologias de ponta aliadas à indústria da moda e a inclinação para o efêmero do consumo, com dicas de blogs, objetos de desejo entre outras.

Com o amadurecimento do grupo de estudos, a revista ganhou novas editorias e desafios, tendo como formato, a partir do número 02, a seguinte composição:

- academia
- indústria
- cultura
- consumo
- perfil
- empreendedorismo
- editorial de moda

Figura 2. Proposta de primeira capa (que não chegou a ser editada) e demais capa das edições, as duas últimas são da número 07



A segunda edição da Demetra, como foi dito anteriormente, trouxe algumas modificações que foram realizadas na estrutura do curso:

- acrescentamos, na fase 1 - **informação**, conceitos mais específicos de diagramação e edição de projetos gráficos. Essa mudança deve-se ao fato do GE contar com a colaboração de estágio docente em processo de doutoramento;

- a editoria de cultura e arte passou a ser cultura
- a de objetos de desejo, foi incorporada nas editorias de cultura e de consumo
- as novas editorias de consumo, empreendedorismo e perfil (esta última com o objetivo de divulgar novos talentos locais e nacionais)
- proposta de versão impressa e digital.

Percebemos, ainda, que a cada novo grupo, foi sendo criada uma certa “competição” saudável, onde os estudantes assumiram o desafio de superação da edição superior.

CONTRIBUIÇÕES E TRABALHOS FUTUROS

Atualmente, está em andamento uma nova turma de Moda em Revista, com o objetivo de elaboração da oitava edição da Demetra. Mais uma vez, algumas modificações foram realizadas na estrutura do curso. Devido à pandemia de Covid19, estamos desenvolvendo nossos estudos em formato de EaD e fazemos uso da plataforma *Meet* para os encontros síncronos e da plataforma *Strateegia digital* como forma de compartilhamento e construção do conhecimento nos momentos de atividades assíncronas, tendo proporcionado um amplo debate e colaboração entre os envolvidos no processo de ensino-aprendizagem. Apesar das dificuldades, estamos em fase de elaboração da revista, já com pauta definida e os alunos a desenvolverem suas matérias. Com o abrandamento dos casos da doença na cidade, foi proposta, pelo grupo, uma ação presencial, em sala de aula, uma atividade prática de montagem do espelho da revista. Entretanto, a atividade será realizada em duas semanas.

A experiência da elaboração da revista Demetra trouxe contribuições significativas para estudos que realizamos na integração entre as disciplinas de Comunicação, Moda e Design Gráfico. Dentre os aspectos mais interessantes observados, destacamos o envolvimento dos estudantes em atividades práticas fundamentadas em teorias diversas, estruturando um projeto editorial amplo e consistente, tanto do ponto de vista de conteúdo quanto gráfico.

A experiência de produzir uma revista-laboratório é atravessada pela interdisciplinaridade dos três campos teóricos que dão suporte ao grupo de estudos, intercalando aulas expositivas com análise de similares, debates e entrevistas com profissionais.

Envolvendo atividades como pesquisa para produção da revista (projeto prático); acompanhamento do projeto ao longo do semestre, com atividades se-

manais apresentadas nas reuniões e debatidas entre os participantes, simulando uma redação de revista, os alunos do curso de design da UFPE, descobrem, de forma lúdica, novas possibilidades de aplicação do design editorial.

REFERÊNCIAS

BARNARD, Malcolm. Moda e comunicação. São Paulo: Rocco, 2003.

BARROS, Simone. Interação social e interatividade digital: navegando por novos paradigmas em educação à distância. 2000. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Educação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2000.

CASTILHO, Kathia. Moda e linguagem. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. São Paulo: Contexto, 2006.

DONDIS, A. Donis. Sintaxe da linguagem visual. Editora Martins Fontes. São Paulo, 1997.

FORTY, Adrian. Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750. Tradução Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino na sociedade moderna. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. 11 MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. Tradução de Hélio Pignatari. 12ª ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

REVISTA DEMETRA: Design, Comunicação, Moda. Todas as edições disponíveis em <https://bit.ly/3tuIt8A> Acesso em: 17 abr. 2022.

SCALZO, Marília. Jornalismo de revista. 3.ed, 1ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2008.

TWYMAN, M. Using pictorial language: a discussion of the dimensions. In: Designing usable text, editado por Thomas M. Dufty & Robert Waller. Orlando, Florida: Academic Press, 1985.

WAECHTER, H. Eficácia na comunicação | estudos das características visuais das mensagens em meios impressos. 7o Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Paraná, 2006.

WHITE, Jan V. Edição e design: para designers, diretores de arte e editores. São Paulo: JSN Editora, 2006.

Nota: este capítulo trata-se de uma atualização do artigo, originalmente, publicado nos Anais do VII Colóquio de Moda, 2011. BARROS, Simone; Poças, M. T de Carvalho; WAECHTER, Hans. Demetra: experiência prática do componente moda em revista do curso de design | UFPE. In: VII Colóquio de Moda, 2011, Maringá. Anais do VII Colóquio de Moda, 2011.

VOGA EMPREENDER EM MODA: UMA PONTE PARA O MERCADO DE MODA

Anete Sales Sales da Paz Ramos da Silva⁴³
Camila Brito de Vasconcelos⁴⁴
Daniela Vasconcelos de Oliveira⁴⁵
Dario Brito Rocha Júnior⁴⁶
Karina Carla de Araújo Fernandes⁴⁷
Paava de Barros de Alencar Carvalho Filgueira⁴⁸

INTRODUÇÃO

Nos dias atuais temos vivenciado inúmeras crises, cada uma com suas peculiaridades. Crise econômica, financeira, política, enfim dificuldades que atingem grande parte da população no âmbito mundial, e que se faz presente mais fortemente nos países de sistema capitalista, o que gera um desequilíbrio entre a produção e o consumo, desempregos, falências de empresas, enfim uma série de obstáculos para se chegar a uma situação estável na sociedade (PIGNATA e CARVALHO, 2015).

Nesse sentido, é de fundamental importância um planejamento adequado antes os riscos e crises que um negócio está sujeito, conforme aponta Cupertino e Mendonça (2012), sobretudo para os pequenos empreendedores que muitas vezes não se encontram preparados para atuarem em tempos de crise e sucumbem antes mesmo de completar cinco anos de mercado. Compactuando com esta afirmação Dornelas (2008) defende que esses pequenos empresários acabam por não possuírem o conceito de gestão de negócios, atuando geralmente de forma empírica e sem planejamento, o que é refletido no índice de mortalidade dessas pequenas empresas logo nos primeiros anos de atividade.

⁴³ Mestrado Gestão Empresarial (AEBV). FacSenac e Unifbv.
CV: <http://lattes.cnpq.br/9919956589360832>

⁴⁴ Doutorado em Design (UFPE). CV: <http://lattes.cnpq.br/9158673599744458>

⁴⁵ Mestrado em Gestão Empresarial (UNIFBV). Professora (FacSenac).
CV: <http://lattes.cnpq.br/5623372105581051>

⁴⁶ Doutor em Design (UFPE). Professor Assistente III (UNICAP).
CV: <http://lattes.cnpq.br/6441241903434942>

⁴⁷ Mestrado em Comunicação e Marketing (UFP - Portugal).
CV: <http://lattes.cnpq.br/7893615843717568>

⁴⁸ Mestrado em Gestão Empresarial (FBV). Professora (IFPE).
CV: <http://lattes.cnpq.br/9800448789056194>

De olho nas oportunidades e nichos de mercado, a informalidade tem crescido cada vez mais rápida no Brasil, o que demanda por parte dos órgãos estatais políticas públicas que incentivem o micro e o pequeno empreendedor, de forma a permitir ingressar no mercado formal e crédito de modo legal com uma taxa mais reduzida da carga tributária (CUPERTINO e MENDONÇA (2012).

Com o foco no mercado, na inovação e no empreendedorismo, a Faculdade Senac Pernambuco busca preparar o discente do Curso de Tecnologia em Design de Moda, fornecendo subsídios e orientações sobre ferramentas de gestão, finanças e marketing, para que este possa empreender de forma profissional e inovadora.

Desta forma, no quinto módulo, o aluno do Curso de Moda, aos cursar as Unidades Temáticas de Projeto de Design e Empreendedorismo e Gestão tem a oportunidade de criar seu próprio Plano de Negócios de Moda já com foco no mercado.

Neste plano de negócio são explorados elementos como a visão, missão, valores e custo, entre outros aspectos, a fim de preparar de forma mais consistente o *designer* de moda para vencer os desafios e conquistar a fidelidade do cliente.

Somado a isto é imprescindível que o *designer* de moda inclua em seu plano de negócio a inovação. Drucker (1989) afirma que a inovação é o elemento chave do espírito empreendedor e é sobre este tema que discorreremos no item a seguir.

INOVAÇÃO: MARCO DO CAPITALISMO

A inovação, creditada como um dos impulsionadores do modelo capitalista, pode ser percebida como a forma que pessoas ou instituições encontraram para crescer e se desenvolver em tempos de novidades tecnológicas. Acrescido a isso, está o fato de que ela pode também ser percebida como uma forma de destruição do modo antigo de empreender para o estabelecimento de um novo. No Brasil, em sintonia com modelos internacionais, acredita-se que o investimento na Inovação é fundamental ao desenvolvimento não só educacional, como também socioeconômico, ambiental, científico e cultural, entre outros, do país.

Com o propósito de normatizar e também compreender essa situação, foram criados, em escala mundial, indicadores que analisam a produção criativa, a fim de mapear e entender as disparidades e similaridades na inovação em diferentes partes do globo, uma vez que cada país maneja seus investimentos de maneira diferente e, também, cada população absorve essa produção de forma particular.

Em esfera mundial, sobretudo nos países considerados desenvolvidos, há uma maior produção científica e, por conseguinte, é possível dizer que existem trabalhos mais conclusivos e uma maior circulação de informações sobre a Inovação. Entretanto, ainda há grandes dificuldades, como por exemplo, a forma a qual esses novos conhecimentos e informações inovadoras chegam à população de baixa renda e como essa população pode se apropriar desse conteúdo para o seu benefício (CHATMAN, 1986).

Tradicionalmente, o ideário relacionado à inovação diz respeito ao desenvolvimento tecnológico (SCHUMPETER, 1961). No entanto, no decorrer dos anos, e com o aprofundamento do trabalho científico a respeito dessa temática, passou-se a conceituar o novo como sendo fruto de diferentes formas de criação; como o empreendedorismo, a ciência e outras áreas do conhecimento além da tecnologia.

Dessa forma, é possível entender a teorização como sendo o desenvolvimento e o refinamento de novas explicações e conceitos (NEALON, 2016), e a inovação como a aplicação desse rendimento à prática, modificando a realidade das pessoas e se relacionando com diferentes contextos socioculturais. Nessa perspectiva, a inovação se mostra como um fator essencial à vida em sociedade e, embora seja imprescindível ao desenvolvimento, ainda há dificuldades no acesso a essas informações por diferentes camadas da população

ROMPER PARA INOVAR

De acordo com o economista e cientista político Joseph Schumpeter (1961), que é considerado o pai do conceito, inovação é uma ação por parte de uma empresa que – ao lançar um novo produto ou serviço que atende a uma demanda ainda não atendida – supera uma concorrência perfeita, gerando para si um monopólio temporário pois com isso ela cria um novo mercado para os seus produtos.

Partindo deste conceito, Clayton Christensen (1997) surgiu com a ideia de inovação disruptiva. Este tipo específico de inovação se refere à inovação de um produto ou serviço oferecido que oferecem uma performance melhor no mercado, além de, também, produtos baseados em inovações disruptivas normalmente são mais baratos, menores e mais convenientes de serem utilizadas, e geralmente tem uma performance abaixo de produtos ou serviços convencionais e atingem o status de disruptivas quando alcançam esta mesma performance.

No contexto atual, quando há uma economia tumultuada, a inovação (disruptiva ou não) é considerada uma forma de estratégia de sobrevivência das empresas de todo o mundo que recorrem a diferentes métodos para atingi-la (CORSI & MININ, 2014).

ENSINO SUPERIOR E INOVAÇÃO

Desde a última década, no Brasil, faculdades e universidades vêm sendo vistas como um campo fértil para a inovação. Congregando num mesmo espaço mentes de jovens empolgados e de experientes pesquisadores distribuídas entre laboratórios, bibliotecas e um vasto sistema de trocas de informações, as Instituições de Ensino Superior (IES) demonstram potencial para fazer com que a inovação floresça em seus domínios.

No entanto, o embate é claro em um simples questionamento: como fazer com que o fruto dessa inovação (sejam trabalhos, produtos, pesquisas, etc.) ultrapasse os portões das IES e chegue efetivamente ao setor produtivo? O caminho parece ser longo, uma vez que o país ocupa apenas a 100ª posição (de 139 nações) no pilar Inovação do mais recente relatório global de competitividade do Fórum Econômico Mundial, segundo dados publicados pela revista Ensino Superior (nº 219, ed. Maio 2017).

Dentro de um cenário já complicado – uma vez que fazer pesquisa é uma atividade considerada cara, pois necessita do envolvimento de pesquisadores com titulação de mestres e doutores –, instituições particulares ainda acabam sendo, na grande maioria das vezes, prejudicadas, pois as universidades públicas atraem mais recursos. Em dados divulgados na mesma publicação, o termômetro dessa situação é ilustrativo. Segundo o Ranking das Universidades Folha (RUF), somente a 16ª posição (no indicador Inovação) traz uma instituição particular, sendo que próxima ocupa apenas o 30º lugar.

Mesmo com tantos entraves, algumas empresas vêm estreitando nos últimos anos a sua relação com as IES e celebrando um intercâmbio de informações que parece ser salutar. Exemplo disso é o curso de Design de Moda da Faculdade Senac Pernambuco que procura integrar, nas suas atividades teórico-práticas de produção e execução de projetos, criadores, público consumidor e também empresas.

VOGA EMPREENDER EM MODA

O projeto Voga Empreender em Moda é uma iniciativa da disciplina de Gestão e Empreendedorismo do quarto período do curso superior de tecnologia em design de moda e objetiva, prioritariamente, proporcionar aos alunos uma experiência mais próxima do mercado com a proposta de apresentação criativa e inovadora de um plano de negócio próprio em moda. O negócio pode oferecer um negócio ou serviço na área e deve ser estruturado conforme o modelo de plano disponibilizado pela disciplina.

Este projeto contempla as bases tecnológicas da disciplina envolvendo os alunos na elaboração de plano de negócio, análise de custo e formação de preço e análise das oportunidades de mercado. Neste processo as bases do empreendedorismo são utilizadas para a construção do projeto Voga Empreender em Moda assim como a gestão de micro, pequenas e médias empresas do segmento moda e administração varejista (localização, compras, preços, serviços, distribuição, promoção, venda pessoal, marketing direto).

Sendo essas as bases tecnológicas da unidade temática os alunos experimentam os conteúdos teóricos e tecnológicos de maneira prática e aplicada na construção do plano de negócios. Por isso o projeto apresenta-se como uma alternativa tanto pedagógica quanto mercadológica de inserção dos alunos no universo empreendedor, conferindo um caráter inovador ao projeto ao reunir as aptidões necessárias a um profissional de moda nas áreas da gestão e empreendedorismo com apresentações individuais de planos elaborados individualmente com propósito pedagógico atendendo, entretanto, a requisitos de mercado para um bom profissional da área.

Além da inovação na proposta do projeto também nota-se uma grande relevância pedagógica na execução do mesmo junto aos alunos do curso. Isso porque as competências necessárias para esta unidade temática são desenvolvidas integralmente quando postas como requisitos do projeto. Por exemplo: Conhecer e analisar a gestão de micro, pequenas e médias empresas e a administração varejista de produtos de moda; Identificar nichos de mercado e oportunidade de negócios com espírito empreendedor; Desenvolver a análise de custos, formação de preço de venda e gerência de produtos; Empreender. Todas essas competências são consideradas na execução do projeto. Em consonância com as considerações de Vasconcelos e Borgiani (2020) “as atividades planejadas, bem como as dinâmicas

de aula, visam prioritariamente desenvolver competências no aluno muito além de apenas transferir conteúdo” (VASCONCELOS e BORGIANI, 2020, p. 166).

O projeto Voga Empreender em Moda propõe essa oportunidade criativa e inovadora de desenvolver as competências de Gestão e Empreendedorismo em alunos do curso de design de moda, ampliando o olhar de mercado para além da sala de aula. Pois os produtos gerados pelos alunos na forma de planos de negócios são apresentados em um evento produzido pelos próprios alunos em conjunto com professores das disciplinas de gestão e empreendedorismo e de projeto de design.

O evento conta com uma identidade visual criada pelos alunos (figura 1 A) e apresenta os produtos gerados pelos alunos num formato de talk show⁴⁹ dando continuidade também ao propósito pedagógico do projeto. Neste formato eles podem interagir, contribuindo com as ideias inovadoras de outros alunos e recebendo também a contribuição de profissionais do mercado na área que são convidados a participar deste encontro apresentando sua marca, plano de negócio e aproveitamentos no mercado.

Na última edição do projeto o designer Cris Moura foi convidado a compartilhar sua experiência empreendedora no mercado da moda bem como a assistir as apresentações dos alunos, enriquecendo a troca de conhecimentos no evento.

O local escolhido para a realização do evento, o Marco Pernambucano da Moda, também permite a ampliação da relação deste aluno com o mercado de moda já que nele funciona o Núcleo Gestor da Cadeia Têxtil e de Confecções em Pernambuco⁵⁰. “O Marco Pernambucano da Moda é um centro de referência em profissionalização para novas empresas, oferecendo oportunidades de incubação de negócios, formação complementar e Coworking.” (NTCPE).

Os produtos apresentados pelos alunos nesse evento são ao mesmo tempo instrumentos do processo avaliativo da unidade temática de Gestão e Empreendedorismo, incluindo para o primeiro processo avaliativo a apresentação do modelo de negócio (CANVAS) com a criação da marca para o negócio apresentado e a pesquisa qualitativa e análise de SWOT.

Neste processo avaliativo é importante a apresentação do modelo de negó-

⁴⁹ talk show - Um programa de rádio ou televisão sobre o qual os clientes particulares são questionados sobre si mesmos, ou os membros do público discutem um assunto em particular (Cambridge Dictionary)

⁵⁰ O NTCPE é uma organização social privada, sem fins lucrativos que tem como objetivo impulsionar um ambiente de negócios sustentável para Cadeia Têxtil e de Confecções de Pernambuco (Cadeia T&C), promovendo a inovação, a cooperação e o intercâmbio de informações entre o poder público, empresas, academia e entidades de fomento e apoio.

cio criado a partir de reflexões sobre o autoconhecimento e interação com outros empreendedores. Já a pesquisa qualitativa permite uma análise locorregional sob o aspecto social, econômico, cultural e ambiental, ampliando o ensino aprendizagem através desses dados de referência e com melhor percepção do negócio / segmento. E a SWOT permite a realização de uma análise mercadológica da ideia proposta no CANVAS.

E por fim, compreendendo o segundo processo avaliativo da unidade temática, é promovido o evento (Empreender em Moda) com a apresentação dos planos de negócio individuais integrando diversas ferramentas gerenciais necessárias para o Empreendedor, como análise SWOT, Planejamento Estratégico, Plano de Marketing, análise financeira, estudos de mercado consumidor, minimizando as possibilidades de erro e/ou fracasso dos empreendimentos.

A GESTÃO DO DESIGN

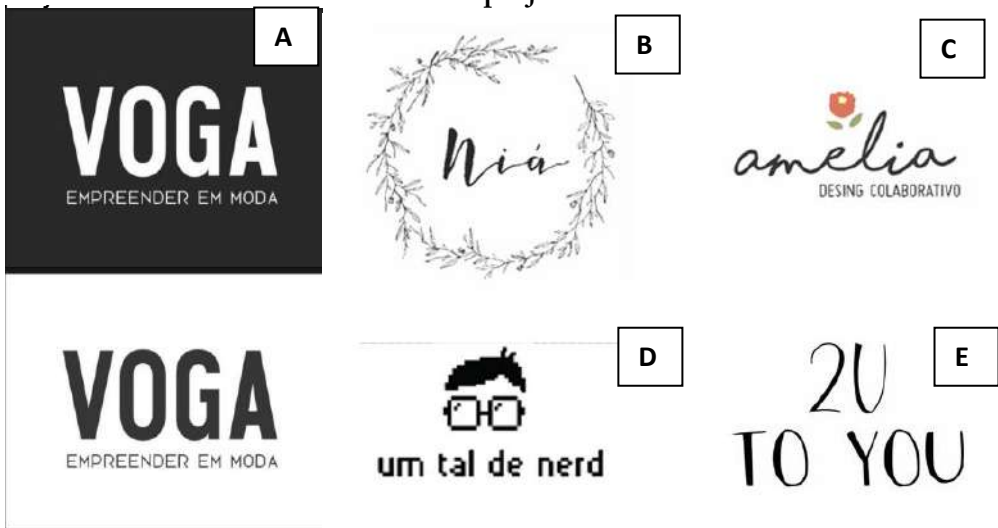
Nos últimos anos, o pensamento do designer vem sendo observado, por profissionais de diferentes áreas da gestão de negócios, como um condutor para a inovação. Sua visão holística no processo de desenvolvimento de produtos, através da capacidade de criar ideias com significado funcional e emocional são estratégias fundamentais para as empresas. Para o designer o foco é a pessoa, o ser humano. Tornar a interação entre a pessoa e o objeto uma experiência útil, produtiva e prazerosa é função primordial de qualquer projeto executado por um designer (FASCIONI, 2012).

Estudos recentes mostram que no processo de desenvolvimento de produtos o designer não pensa de forma linear. O design é um processo criativo, no qual a configuração do produto não ocorre num ambiente vazio. Cada resultado advém de um processo de desenvolvimento e seu andamento é determinado por condições e decisões, não apenas a configuração em si (BÜRDEK, 2006).

Nesse contexto, a disciplina de projeto de design vem preparar o aluno para desenvolver produtos para pessoas, ou seja, criar empresas no qual desenvolva produtos e serviços que interajam com as pessoas, trazendo uma experiência útil, produtiva e prazerosa para seus consumidores.

A partir do foco no consumidor os projetos de marca, embalagem e materiais gráficos para divulgação das empresas (figura 1 B, C, D, E) foram sendo desenvolvidos, bem como estratégias diferenciados para atendimentos, produtos e serviços com valores agregados que atendam às necessidades específicas dos consumidores.

Figura 1: Identidade visual criada pelos alunos para apresentação do evento e dos projetos.



Fonte: Pesquisa Direta

A junção das disciplinas de empreendedorismo e projeto de design vem enfatizar o pensamento do design como uma abordagem mais estratégica e menos operacional, unindo questões racionais e emocionais, e abordando três pontos de vistas diferentes para gerar novas ideias: a praticidade, a viabilidade e a desejabilidade (FASCIONE, 2012, p. 100).

METODOLOGIA

Este projeto Voga Empreender em Moda foi desenvolvido a partir da parceria das duas Unidades Temáticas Projeto de Design e Empreendedorismo e Gestão do Curso de Tecnologia em Design de Moda, envolvendo os alunos do quinto módulo.

Segundo Chiavenato (2005) uma pessoa empreendedora é aquela que agrega sensibilidade para os negócios, possui tino financeiro e competência para descobrir oportunidades, convertendo as ideias em realidade para benefícios de si mesmo e de outrem.

Este mesmo autor defende que “o empreendedor é a essência da inovação no mundo”, o que implica em tornar ultrapassadas as formas antigas de se fazer um negócio.

Assim, em um plano de negócios são inseridos os objetivos e que é necessário se fazer para atingi-los. Por ser um plano, é possível identificar possíveis erros

antes de ir para o mercado, diminuindo assim os riscos e a incertezas.

O projeto perpassa pelo Eixo Tecnológico do Projeto do Curso uma vez que o discente por ocasião da criação do seu Plano de Negócios já tem o foco no mercado, observando o uso de tecnologias disponíveis, alinhavadas com as formação teórico-prática, espírito inovador e a demanda tecnológica da sociedade, de modo a propicie uma boa qualidade de vida ao seu consumidor.

As atividades do projeto Voga Empreender em Moda, que compreendem o desenvolvimento e a apresentação de ideias empreendedoras, objetivaram impulsionar a inserção de novos negócios no mercado de moda.

RESULTADOS

Trata-se de um projeto realizado a partir dos conteúdos apresentados pelas unidades temáticas Gestão e Empreendedorismo e Projeto de Design, que busca, através da aplicação de pesquisas, estimular a identificação de nichos de mercado inovadores e o desenvolvimento do comportamento empreendedor nos discentes. O Voga procurou criar circunstâncias favoráveis à inovação focadas em resultados positivos e em empreendimentos modernos que atendessem a demandas reais do mercado de moda.

Como objetivo final do projeto Voga Empreender em Moda, os alunos devem elaborar um plano de negócio com estratégias mercadológicas consistentes que demonstrem com clareza como o negócio pretende construir seu posicionamento. Dessa forma, foram apresentados pelos discentes do V módulo do curso superior de Design de Moda da Faculdade Senac PE resultados com diferentes áreas de atuação no mercado de moda, no desenvolvimento de produtos ou na prestação de serviços.

No primeiro exemplo, Figura 2A, a partir de pesquisa mercadológica realizada, o discente observou uma significativa demanda de mercado direcionada ao público nerd. A pesquisa apontou um alto consumo de camisetas temáticas, da mesma forma um desejo por criações mais divertidas e que estimulem as interações interpessoais. Surgiu, assim, a marca de camisetas interativas: um tal de nerd.

O segundo exemplo, Figura 2B, é o do plano de negócios de uma empresa de consultoria para desenvolvimento de figurinos em jogos digitais. A partir de pesquisas sobre produção de jogos, a discente identificou a falta de profissionais no processo de desenvolvimento de figurinos para jogos digitais e observou que

as criações eram realizadas pelos próprios produtores, normalmente sem formação em moda.

Dessa forma, foi possível observar que investir na criação de figurinos que valorizem questões do design de moda, tais como ergonomia, história da indumentária e estilo, é tão importante quanto a trama da saga do jogo, bem como pode ser um importante diferencial competitivo.

Outro aspecto apontado pela pesquisa de mercado e que pode ser considerado uma confirmação da demanda identificada pela discente é a presença do parque tecnológico Porto Digital no Recife, capital pernambucana, onde é possível verificar algumas empresas desenvolvedoras de jogos digitais.

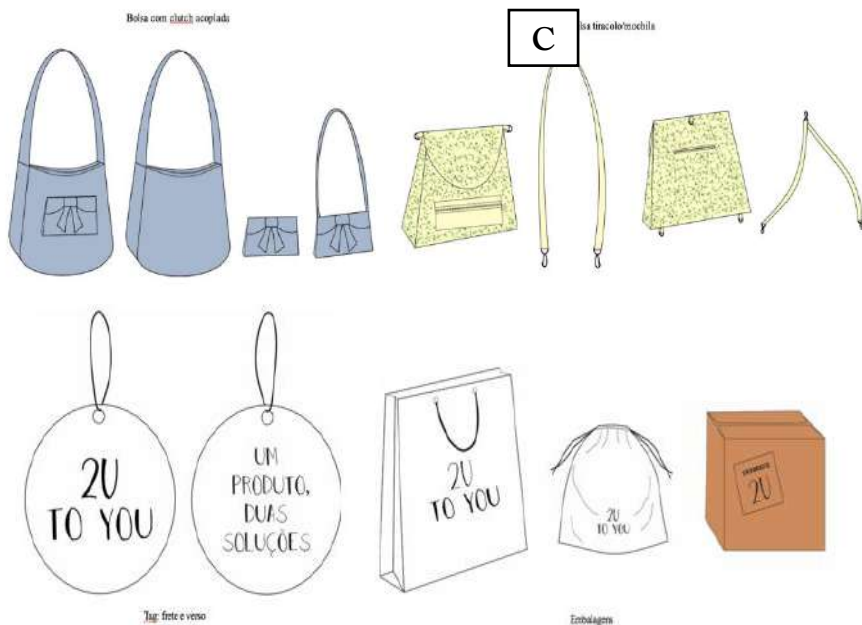
No terceiro exemplo (Figura 2C), é possível observar a formação de um negócio comprometido com processos sustentáveis no desenvolvimento de produtos. Trata-se de marca de acessórios artesanais que atuará em formato de e-commerce e que terá como principal matéria prima a madeira de reuso.

A ideia principal do negócio é desenvolver acessórios com design inovador e com a ressignificação de materiais e desenvolver laços de afetividade com o cliente que possibilitem experiências de consumo sustentável.

O quarto exemplo de plano de negócios é o da marca 2U ToYou, uma empresa que desenvolverá bolsas versáteis, duas em uma, que atendam a diferentes necessidades de uso das suas clientes. Através de pesquisa mercadológica, a discente identificou uma significativa aceitação com relação a produtos versáteis, principalmente em virtude do momento econômico em que os consumidores valorizam produtos que tragam mais benefícios de uso.

A pesquisa também apresentou um dado bastante significativo com relação ao consumo de bolsas: o público-alvo, na sua maioria, prefere produtos que apresentem mais possibilidades de serem usados com variadas opções do seu guarda-roupas e que apresentem uma ótima relação custo-benefício.

Figura 2: Resultados. A. Marca um tal de nerd. B. Marca Sandbox e suas atividades. C. Produtos da marca 2U ToYou.



Fonte: Faculdade Senac PE, A. plano de negócio de Gabriel Pedrosa, 2017; B. plano de negócio de Bruna Miranda, 2017; C. plano de negócio de Gabiella Rodrigues, 2017.

O Voga Empreender em Moda apresenta resultados que corroboram com o desenvolvimento de práticas inovadoras de ensino e aprendizagem, assim como com o desenvolvimento de competências empreendedoras atribuídas à formação em design de moda. A partir da amostra dos resultados apresentados pelos discentes é possível observar a interdisciplinaridade das unidades temáticas envolvidas no projeto através de planos de negócios integrados com significativas demandas do mercado de moda e que, estrategicamente, recorrem a ferramentas de design e gestão.

É relevante informar que a respectiva integração mercadológica foi estimulada nos discentes com a preparação de apresentações, dinâmicas e competitivas, acerca do conteúdo dos planos de negócios, realizadas na incubadora de negócios Marco Pernambucano da Moda.

CONSIDERAÇÕES

Este capítulo explorou o projeto Voga Moda levado a cabo pelos alunos do quinto módulo da Faculdade Senac Pernambuco, nas Unidades Temáticas de Projeto de Design e Empreendedorismo, perpassando pela discussão da inovação na sociedade capitalista e dinâmica que vivemos, exigindo a criação de produtos e serviços inovadores e performáticos.

Também foram abordadas as dificuldades que perpassam pelas IES no Brasil, cujo investimento à pesquisa, sobretudo em instituições privadas é bastante limitado, porém visando diminuir esta distância este projeto inovador foi implementado na Faculdade Senac Pernambuco, permitindo novas possibilidades de futuros negócios empreendedores e inovadores.

É possível que neste trabalho sejam identificadas algumas limitações no projeto face a ser o primeiro semestre de implantação de Criação de um Plano de Negócios com o olhar no mercado, ou seja, fora do âmbito escolar, mas que ao mesmo tempo se converte em um fator inovador por estreitar as relações com o mercado local.

Novas possibilidades de discussão podem advir, como por exemplo integrar as demais Unidades Temáticas do mesmo semestre, tornando o Plano de Negócio mais robusto, ou mesmo buscar novas possibilidades de empreender negócios com as empresas já existentes, de forma que nesta parceria possam aflorar novidades tecnológicas junto ao mercado de moda.

REFERÊNCIAS

BUENO, Ana Maria; LEITE, Magda L. G.; PILATTI, Luiz Alberto. **Empreendedorismo e comportamento empreendedor: como transformar gestores em profissionais empreendedores**. XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção - Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de nov. de 2004.

BÜRDEK, B. E. História, Teoria e Prática do Design de Produtos. Tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

Cambridge Dictionary: Definição de “talk show” do Cambridge Advanced Learner’s Dictionary & Thesaurus © Cambridge University Press. (<http://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/talk-show>).

NTCPE: Núcleo Gestor da Cadeia Têxtil e de Confeções em Pernambuco. (http://www.ntcpe.org.br/?page_id=510)

CHATAMAN, E. A. **Diffusion Theory**: A Review and Test of a Conceptual Model in Information Diffusion. Journal of the American Society for Information Science and Technology. V. 37, n.6. 1986.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 1 Ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHRISTENSEN, Clayton M. **The Innovator’s Dilemma**: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Boston, Mass: Harvard Business School Press, 1997.

CORSI, S. E MININ, A. **Disruptive Innovation... in Reverse**: Adding a Geographical Dimension to Disruptive Innovation Theory. CreativityandInnovation Management, 23: 76–90. 2014. doi:10.1111/caim.12043

CUPERTINO, Marcos Pereira; MENDONÇA, Jane Correa Alves. **Empreendedorismo: Planejamento de Negócios Formais no Mercado Informal**. IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. SEGeT, 2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

DRUCKER, P. F. **As novas realidades**. São Paulo: Pioneira, 1989.

NEALON, J. T. **Stuart Hall and the “Detour through theory” Revisited**. The South AtlanticQuarterly. V. 115, n. 4, 2016.

FASCIONE, Lígia. Design desmodrômico (para curiosos) Teresópolis, RJ. 2AB. 2012.

PIGNATA, Francine Aparecida; CARVALHO, Daltro Oliveira de. **Efeitos da crise econômica no BrasilEM 2015**. v. 09, nº 2, p. 04-18, JUL-DEZ, 2015. Revista Eletrônica “Diálogos Acadêmicos”.

SCHUMPETER, J. A. **O processo da destruição criadora.** In: SCHUMPETER, J. A. Capitalismo, Socialismo e Democracia. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961.

VASCONCELOS, C. B. e BORGIANI, D. S. S. Ensino De Pesquisa E Criação Em Moda: Uma Abordagem Aplicada. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 10, p.78452-78463, oct. 2020. ISSN 2525-8761 Disponível em: <<https://www.brazilianjournals.com.br/assets/ebooks/5ZbG102I8vXH4f5q4RAWs3QiDen7791g.pdf>>. Acessado em: 05 abr. 2022.

SOBRE O ORGANIZADORA

DANIELLE SILVA SIMÕES-BORGIANI



Pesquisadora e professora Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). É Doutora (2014), Mestra (2010) e graduada (2006) em Design pela mesma instituição. Foi aluna laureada no Bacharelado em Design. Atua no Curso de Bacharelado em Design no Núcleo de Design e Comunicação Campus do Agreste e, no Programa de Pós-graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT-UFPE). É líder no grupo de pesquisa Viés - Moda & Design e coordena o grupo de estudos em Planejamento e Desenvolvimento Estratégico de produtos do vestuário. Integra os grupos de pesquisa INNOVA+Labs e o Design+. Leciona e pesquisa coleções do vestuário há mais de 15 anos. Tem experiências como coordenadora de cursos de graduação na rede privada e pública.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acervo 70, 164
Acessórios 53, 54, 56, 58, 59, 109, 131, 134, 135, 164
Algodão 101, 164
Artesanal 164
Atitude 76, 77, 164

B

Bolsa 58, 99, 109, 164

C

Cabedal 57, 67, 164
Calçados 164
Canvas 45, 164
Cartela de Cores 164
Cocriação 164
Coleção / Coleções do vestuário 164
Coleção Mix 164
Coleção unidade 164
Competências 80, 138, 164
Confecções 154, 161, 164
Conhecimento 73, 76, 77, 86, 164
Corantes Naturais 101, 164
Croquis 38, 164

D

Denim 164
Desenhos 164

E

Emancipação feminina 164
Empreender 37, 153, 154, 155, 156, 157, 160, 164
Ensino Remoto 40, 55, 60, 164
Ergonômicas (os) / Ergonomia 164
Estética 10, 43, 44, 104, 106, 164
Estilistas 10, 164

F

Faculdade Senac Pernambuco 42, 53, 54, 58, 103, 104, 105, 128, 132, 150, 152, 160, 164
Fotografia 24, 26, 164

G

Gênero 164
Gestão do Design 164
Google Classroom 12, 15, 39, 60, 164
Google Meet 12, 13, 15, 22, 33, 56, 60, 164

H

Habilidade 48, 76, 77, 111, 164
História da moda 164

I

Indumentária 23, 27, 41, 43, 44, 164
Industrial 72, 90, 164, 165
Indústria Têxtil 164
Informação 140, 164
Inovação 37, 150, 151, 152, 163, 164

Inspiração 68, 164

J

Jeans 28, 72, 109, 164

L

Lavanderias 164

M

Memória 20, 21, 22, 23, 164
Moda 3, 20, 21, 22, 23, 27, 28, 36, 41, 42, 43, 44, 52, 53, 58, 59, 60, 61, 71, 74, 87, 88, 89, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 109, 113, 114, 115, 120, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 132, 133, 134, 135, 137, 138, 139, 141, 143, 144, 147, 148, 149, 150, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 160, 162, 163, 164
Moda Inclusiva 42, 52, 164
Modelagem 41, 44, 46, 87, 88, 104, 106, 109, 110, 164
Modelista 164
Mordentes 164
Museu 27, 31, 164

P

Pandemia Covid-19 164
Princípios e elementos de design 34, 164
Produto 51, 106, 109, 165
Projeto Integrador 46, 107, 109, 165
Projeto interdisciplinar 165
Protetual 165
Protótipo 165

R

Resíduos 165
Revista 31, 86, 87, 113, 139, 141, 144, 147, 161, 165

S

Segmentação de mercado 165
Slow Fashion 72, 165
Sustentabilidade 43, 71, 101, 102, 105, 106, 113, 165

T

Tingimento Natural 102, 165

U

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE 11, 165
Upcycling 71, 108, 165

V

Vestuário Industrial 165

ISBN 978-65-5368-063-0



Este livro foi composto pela Editora Bagai.



www.editorabagai.com.br



[/editorabagai](https://www.instagram.com/editorabagai)



[/editorabagai](https://www.facebook.com/editorabagai)



contato@editorabagai.com.br