

Design de moda e sustentabilidade – estratégias e desafios em comunidades urbanas.

Leila Maria da Silva Barboza (Gestora e docente do curso de Graduação de Design de Moda na Universidade Salgado de Oliveira – UNIVERSO)

Resumo

O trabalho relata um projeto social desenvolvido em duas comunidades de Niterói-RJ, coordenado pela autora, para a produção de artigos de moda e decoração a partir do aproveitamento de matérias primas rejeitadas e materiais baratos, auxiliada por estagiárias de Graduação em Design de Moda. A autora objetiva esclarecer tópicos fundamentais do projeto de extensão entre a Universidade e as comunidades locais, tendo o design de moda e a sustentabilidade como norteadores para a implantação.

Palavras-chave:

Design de moda, sociabilidade, sustentabilidade.

Introdução

O Campus Avançado é uma Ong fundada em 2000 que objetiva maior entrelaçamento dos saberes acadêmicos e populares, apresentando uma apropriação de distintas formas de expressões artísticas como veículo de suas ações sociais. O projeto “Santo de casa faz milagre”, iniciado em 2008, consiste num conjunto de oficinas de atividades de geração de emprego e renda, com a particularidade de serem ministradas por moradores da respectiva comunidade, na sua própria casa ou “negócio”.

Conhecendo minha atuação no setor da moda e experiência com trabalhos em comunidades a partir do projeto Mosaico do Lugar¹, Davy me convidou para coordenar as oficinas de moda, objetivando tornar o Preventório num pólo de Moda Praia. Foi necessário colocar que estes objetivos eram audaciosos para uma comunidade que não tinha a tradição de indústria de confecção, e que confeccionar biquínis, sungas e maiôs é uma das produções que requerem uma avançada tecnologia de produção para poder disputar um espaço no mercado.

Davy apresentou o caso de Nova Friburgo como atual pólo de moda lingerie como exemplo a seguir. Apresentei o histórico da cidade, que no final da década de 60 uma grande e tradicional indústria de tecelagem foi comprada por uma multinacional, que passou a fabricar lingerie. Com a crise econômica do final dos anos 70, a drástica redução dos postos de trabalho levou as costureiras demitidas desta empresa a iniciar a produção de lingerie nas suas próprias casas. Surgiram,

assim, novos micro e pequenos empreendimentos que passaram a responder pela dinâmica de crescimento da indústria de moda íntima da região².

Outro exemplo citado é o atual Pólo de Moda Praia de Cabo Frio que surgiu na década de 50, a partir da história de Nilza Rodrigues Lisboa e sua família. Em 1953, Nilza produzia os biquínis da atriz Tônia Carrero, na época frequentadora assídua da cidade. A atriz ficou encantada com a habilidade da jovem e talentosa costureira e acabou sendo uma das primeiras clientes conferindo ao seu trabalho o status de peça de qualidade. Nilza com seu marido e seis filhos, iniciou um empreendimento que contaminou a vizinhança da Rua da Gamboa, no bairro tradicional habitado por pescadores. Atualmente o local é conhecido pela grande concentração de lojas de fábricas ali instaladas (100 grifes), como a Rua dos Biquínis, berço do Polo de Moda Praia de Cabo Frio. A área foi totalmente remodelada pela prefeitura e recebe todos os meses milhares de compradores do Brasil e também do exterior.

Partindo desses dois exemplos ficou evidente a necessidade de retomar o passado da comunidade do Preventório, se no seu histórico é apresentado uma cultura que ficou perdida no tempo, e pode ser resgatada. O histórico dessa comunidade inicia a partir de 1851, com construção do Hospital da enseada de Jurujuba que servia para abrigar doentes contagiados por febre amarela, cólera e varíola. Este hospital sofreu várias alterações nos anos que se seguiu, mudando de nome e de uso. Essa construção ainda existe, ao lado da principal subida do Morro, e é conhecida como Casa da Princesa.

Considerada como uma comunidade tranquila, ainda sem a estrutura de violência do tráfico de drogas, o Preventório é local escolhido pelas Ongs e Instituições Públicas para implantarem os projetos sociais. Com isso, a oferta de cursos e atividades gratuitas para sua população é farta, mas ainda não se revelou uma atividade profissional ou cultural que possamos considerar como predominante.

Averiguamos que em outros projetos sociais já haviam sido apresentadas a pintura em panos de pratos com a técnica do molde vazado e o acabamento de borda com a técnica do crochê. Partimos então deste objeto já conhecido para inserir o conceito de moda e seus desdobramentos. Segundo Néstor Garcia Canclini (2006, p. 218) “o problema não se reduz, então, a conservar e resgatar tradições supostamente inalteradas. Trata-se de perguntar como estão se transformando, como interagem com as forças da modernidade”.

A escolha do pano de prato para iniciar um processo de cultura de moda e sustentabilidade obedeceu a uma estratégia planejada partindo da reflexão sobre a carga simbólica deste objeto para a classe popular feminina.

Num passado não muito distante, as mulheres bordavam os enxovais de casamento, do bebê que estava para nascer, e nesta prática artesanal podiam expressar seus dotes artísticos. O tempo ficou cada vez mais escasso, impossibilitando estas grandes empreitadas, resistindo no pano de prato, esta prática feminina secular.

O trabalho artesanal no pano de prato é uma prática de muitas mulheres pobres, que através de algumas instruções, transformam este pano branco de cozinha, objeto de uso constante, em peça trabalhada com beneficiamentos orientados por uma estética popular. Por ser um objeto carregado de investimentos artísticos da própria dona de casa ou pessoa conhecida, ele representa a expressão estética da cultura de uma classe, e na cozinha-galeria é exposto sobre o fogão, sobre o bolo no tabuleiro e outros locais que possam ser admirados pela família e visitas, é cuidado pela dona de casa com esmero, tornando o símbolo visível de limpeza e ornamentação. Diante desta importância, alguns panos de prato mais requintados são elevados à objetos apenas de ornamentação, não podendo cumprir sua função primeira, a de serem utilizados para enxugar pratos e outros utensílios de cozinha. Os mais simples ou “feios” entram nesta função de limpeza, são colocados de molho em água sanitária e, desbotados e puídos, perdem sua função de exposição.

Atualmente, numa reflexão sobre a escolha do pano de prato como objeto para iniciar o projeto, posso avaliar como uma imposição de novas regras estéticas, uma invasão no espaço de resistência cultural. A escolha do pano de prato, ao mesmo tempo em que respeitava os quesitos de simples, barato e de fácil comercialização, objetivava reformar as relações estéticas da expressão de uma classe pobre e feminina, que não tem lugar privilegiado para ter sua produção vista e admirada. No início do projeto esta reflexão não estava clara como hoje, e a decisão de iniciar com o pano de prato foi um consenso.

A prática existente anteriormente era pintar o pano de prato com a técnica do molde vazado aplicado com o pincel batedor, uma forma bem lenta de se conseguir formar o desenho com as nuances de cor, e depois embainhar toda a borda com pontos de crochê. Muito tempo era empregado para que a peça ficasse pronta, porém seu valor de mercado continuava muito baixo, pois o produto atinge basicamente o gosto da consumidora pobre.

A primeira interferência, que foi recebida com muita resistência pelas participantes do projeto, foi eliminar o acabamento de crochê, aproveitando esta técnica para construir colares de fácil confecção e que poderiam adquirir uma valorização no mercado de moda. A segunda interferência foi introduzir outra forma

de aplicar a tinta no molde vazado, com o rolinho de espuma, produzindo as nuances de cor através da repetição de aplicações sobre o suporte pintado. Esta técnica é muito mais rápida, e depois de treinada, a participante conseguia evoluir nas passagens de tons. A terceira interferência foi apresentar moldes vazados com desenhos simples que atingisse o gosto de um público mais amplo, um público que consome um design mais arrojado. A quarta foi separar estes moldes em coleções diferenciadas, utilizando um grupo de cores para cada tema. E assim tínhamos a coleção das frutas, das flores e do mar e suas respectivas cartelas norteadoras. As bolas e o xadrez eram motivos simplificados usados para compor com os temas, pois a venda era feita com a embalagem de dois panos de pratos estampados, escolhendo um desenho de um tema para um e o xadrez ou as bolas para o outro, empregando os mesmos tons para ambos.

Para essa produção chegar ao mercado que queríamos atingir, ainda tinham outras etapas para cumprir. Para um produto se apresentar para o consumidor ele precisa atualmente de uma marca, uma embalagem, que pode ser muito simples, mas sempre em concordância com o produto. No caso desses panos de prato, eles têm uma história processual a ser contada que funciona como valor agregado, a informação de que a compra do produto faz do consumidor um colaborador na sustentabilidade social daquela comunidade.

A partir desta necessidade foi iniciada a produção da marca, a logo, a etiqueta e as possibilidades de embalagem, sempre consultando os participantes da comunidade. Foi definido que o nome da comunidade era o que melhor definia o que seria vendido e divulgado, ou seja, a palavra Preventório designa em Niterói uma comunidade de Charitas que todos conhecem pela sua antiguidade e tamanho, porém carrega o estigma da favela, e muitos moradores preferem omiti-la e apenas informar que moram em Charitas. Não se acaba com o estigma, pois ele está numa esfera muito maior de transformação, porém abrir uma via de reconhecimento através de uma marca pode colaborar com a autoestima de seus moradores, e com o tempo, transformar este estigma. A embalagem foi feita com materiais baratos como plástico e papel corrugado, com as etiquetas anexadas da marca e outra explicativa do projeto.

Com o produto pronto e embalado, o próximo passo seria encontrar os pontos de venda para comercializá-los. Participamos da Feira do Campo de São Bento em dois finais de semana e as vendas foram um sucesso, rendendo financeiramente o que equivaleria a dois salários mínimos nacionais da época. Outro ponto de venda foi o Ponto Org, uma Ong sediada também em Icaraí que se propõe divulgar e

informar sobre a sustentabilidade ambiental e social e comercializa produtos comestíveis orgânicos e artesanato de várias comunidades.

Finalizamos a primeira etapa do projeto com sucesso, apesar do curto tempo de implantação, pois tivemos apenas quatro meses de trabalho e já tínhamos percorrido um trajeto que servia de exemplo e impulso para as outras etapas. Em janeiro houve uma parada de férias e a retomada seria em fevereiro, mas com o atraso dos repasses financeiros, o início foi em março.



Exposição no Ponto Org das T'shirts e panos de pratos.

Esta parada impossibilitou o projeto da forma que estava acontecendo, e foi necessário outras estratégias para dar continuidade. Foi necessário rever o que tinha sido feito, avaliar os erros e retomar o projeto por outra via que captasse o interesse da comunidade. Adiantamos uma etapa que seria desenvolvida mais tarde, a estamparia, tingimento e customização em *T'shirts*, e a manufatura de mini bonequinhas de retalho de lycra que se transformavam e brincos, broches e colares.

Em outro projeto do Campus Avançado, a Oficina de Silkscreen, foi elaborada uma matriz com a logo da marca Preventório e estampadas várias camisetas e *T'shirts*. Como essa produção não foi devidamente orientada, o tamanho da logo e seu posicionamento nas peças não ficaram de forma adequada para serem comercializadas, estavam descontextualizadas com a moda vigente. Aproveitamos essas peças para transformá-las em produtos fashion, e para essa transformação usamos o processo de tie-dye e algumas técnicas de customização.

A partir das reflexões de Michel de Certeau sobre a distinção entre estratégia e tática, pude rever minhas atitudes diante das situações vividas, elucidando-as

dentro dessas diferentes formas de ação. Para Certeau (2004, p.46) a estratégia é calculada e manipula as relações de força com um poder e querer que possa ser isolado, circunscrevendo o lugar que funciona como base para capitalizar proveitos e preparar expansões: é o projeto. Já a tática é a ação no campo do outro, com as condições que foram estabelecidas, aguardando os acontecimentos para transformá-los em situações oportunas de ganho. Lidando sempre com o tempo e a imprevisibilidade que o outro apresenta, e necessitando mais da astúcia do que do raciocínio para articular a seu favor, a tática é a ação da ausência de poder.

Enquanto a comunidade do morro do Preventório goza de uma grande oferta de projetos sociais de diversas naturezas, outras comunidades estão fadadas a nada receberem, mesmo estando inseridas dentro da cidade. São comunidades dominadas pelo tráfico de drogas e seus desdobramentos de violência. Poucos moradores de fora conseguem vencer o medo e transitar nas vias estreitas ao lado de rapazes armados, estarem correndo o perigo de a qualquer momento estar no meio de um tiroteio e ser vítima de uma bala perdida.



Com o grupo do Morro do Palácio – apresentando uma técnica de estamparia no bar da Maria Célia.

Este era o caso da comunidade do Morro do Palácio, situado no bairro do Ingá, com vista para o mar e o MAC, é uma favela incrustada em outra área nobre da cidade. O Campus Avançado está situado no Ingá e já havia implantado outros projetos nessa comunidade. Maria Célia, presidente da Associação de Moradores da comunidade, uma mulher empreendedora e com muitas habilidades, ofereceu seu

bar para iniciar o trabalho, colocando com ênfase a solicitação das moradoras por atividades que se desdobrassem em geração de emprego e renda.

Apesar do risco que estávamos expostos, havia um engajamento das participantes interessadas que compensava, abrindo uma possibilidade de ampliar e levar o projeto adiante. Durante quatro meses, com um tampo sobre a mesa de sinuca, o bar se transformava duas vezes por semana em oficina de estamparia, bordados, crochê e bijuteria. Aceitávamos todos os que demonstravam interesse, com isso tivemos um público diverso com mulheres, adolescentes e crianças de ambos os sexos.

As estagiárias do curso de Design de Moda no Projeto

No curso de Design de Moda da Universidade Salgado de Oliveira, o aluno necessita cumprir uma carga horária total de estágio supervisionado de 420 horas no setor produtivo da moda. O campo profissional é muito diversificado, dificultando uma sistematização de acompanhamento do estágio, mas promovendo uma troca positiva de diferentes experiências de cada aluna. Uma das indicações de estágio que tem sido feita para os alunos é a participação em Instituições que utilizam o design de moda nas ações sociais.

A customização foi apropriada pelo projeto como prática de reaproveitar restos de matérias primas que sobram em confecções e ateliês para a construção de peças únicas. O reaproveitamento de materiais é uma prática que impossibilita um projeto delimitado do que será realizado. É necessária muita criatividade para lidar com a diversidade de materiais e tirar o melhor proveito da situação, produzindo peças únicas. Esta forma de trabalhar muito se assemelha ao conceito de *bricolage* de Lévi-Strauss:

O bricoleur está apto a executar um grande número de tarefas diversificadas porém, ao contrário do engenheiro, não subordina nenhuma delas à obtenção de matérias-primas e de seus utensílios concebidos e procurados na medida de seu projeto: seu universo instrumental é fechado, e a regra de seu jogo é sempre arranjar-se com os 'meios-limites', isto é, um conjunto sempre finito de utensílios e de materiais bastante heteróclitos, porque o conjunto de meios não está em relação com o projeto do momento nem com nenhum projeto em particular mas é o resultado contingente de todas as oportunidades que se apresentaram para renovar e enriquecer o estoque ou para mantê-lo com os resíduos de construções e destruições anteriores. O conjunto de meios do *bricoleur* não é, portanto, definível por um projeto [...] ele se define apenas por sua instrumentalidade e, para empregar a própria linguagem do *bricoleur*, porque os elementos são recolhidos ou conservados em função do princípio de que 'isso sempre pode servir'. (1989, p.32)

Reger estas infinitas possibilidades de construção social entre comunidade e estagiárias, materiais comprados e resíduos de fábricas e ateliês e desenvolvimento de produtos com design, foi uma ação de mais táticas do que estratégias, atitudes de *bricoleur*.

Inicialmente, as duas estagiárias que iniciaram junto com o projeto, foram recebidas com restrições. Suas vestimentas e atitudes deixavam evidentes as diferenças socioeconômicas. Aos poucos, através das conversas, brincadeiras e trocas, formou-se um clima amistoso de colaboração, e a centralidade da minha coordenação foi distribuída entre o grupo, todos ensinavam e todos aprendiam. Estas estagiárias completaram seus estágios e as outras que entraram experimentaram uma aceitação mais rápida. Apenas uma aluna desistiu do estágio confessando ser difícil entrar na favela e conviver com uma realidade diferente da sua.

As estagiárias aprenderam algumas técnicas artesanais com as participantes, porém é mais complexo mensurar o aprendizado que a comunidade adquire com essas estagiárias. Elas trazem um olhar, um “gosto” que é compartilhado em suas classes sociais e que a comunidade mais pobre não tem acesso, não vivencia no cotidiano. O capital simbólico que as estagiárias acumularam, por pertencer a uma classe que usufrui no cotidiano, peças diferenciadas da moda e da decoração, faz com que elas tenham adquirido uma avaliação mais apropriada do que o consumidor irá gostar ou não, do que é considerado ultrapassado ou de mau gosto, facilitando a comercialização dos produtos. Para elucidar esta afirmação, os conceito de habitus e reprodução do sociólogo Pierre Bourdieu:

...falar de estratégias de reprodução não é atribuir ao cálculo racional, ou mesmo à intenção estratégica, as práticas através das quais se afirma a tendência dos dominantes, dentro de si mesmos, de perseverar. É lembrar somente que o número de práticas fenomenalmente muito diferentes organizam-se objetivamente, sem ter sido explicitamente concebidas e postas com relação a este fim, de tal modo que essas práticas contribuem para a reprodução do capital possuído. Isto porque essas ações têm por princípio o *habitus*, que tende a reproduzir as condições de sua própria produção, gerando, nos domínios mais diferentes da prática, as estratégias objetivamente coerentes e as características sistemáticas de um modo de reprodução (1989: 386-387).

Mais do que uma iniciação profissional, estas alunas tiveram a oportunidade de experimentar uma relação muito positiva com pessoas que moram na sua cidade, até mesmo em seu bairro, uma proximidade em campo neutro numa prática de mútua ajuda, onde mais do que minimizar as diferenças, promove um intercâmbio de informações e afetos. Os produtos realizados a partir desta ambiência podem

ganhar outro lugar no mercado, direcionando-se para aqueles compradores que procuram o valor agregado de mais humanidade.

Conclusão

Atualmente, distanciado no tempo, podemos fazer uma melhor avaliação sobre o projeto e seus resultados. Fica confirmada a validade do Convênio entre a Universidade e as Instituições que estão desenvolvendo projetos sociais em comunidades carentes, promovendo a função social da Extensão da Universidade. Porém é imprescindível que a reflexão teórica, principal função da academia, acompanhe estas ações, problematizando o que parece discurso estabelecido.

A experiência do projeto “Santo de casa faz milagre” apresentou uma fragilidade na relação com o espaço. Apesar de algumas facilidades em utilizar as locações das oficinas nas casas da comunidade, como locomoção, estes ambientes precários de infraestrutura para o trabalho reproduzia o que a comunidade já vivenciava no cotidiano, pouco ampliando novas relações organizacionais com o espaço e os materiais. Considero como ideal, a construção de uma sede dentro da comunidade com a infraestrutura necessária para as oficinas, solucionando o problema da locomoção dos participantes, apresentando uma qualidade que possa ser reproduzida no entorno, e conseqüentemente, atraindo os moradores do asfalto para frequentarem a comunidade, produzindo uma porosidade espacial entre a cidade formal e informal, almejada pelos atuais conceitos urbanistas.

A sede funciona como referência estável, já que todos os outros fatores são passíveis de faltas e atrasos, como os repasses de verbas para as instituições e conseqüentemente para seus funcionários, frequência dos participantes e tantos outros que só é possível a avaliação dos resultados depois de um bom tempo de permanência, pelo menos dois anos de atuação para sedimentar uma prática.

Apresentar o conceito de sustentabilidade agregado ao mercado de moda, pode inicialmente parecer uma incompatibilidade de premissas: enquanto a sustentabilidade exige parcimônia, reaproveitamento e, portanto, maior duração das mercadorias, a moda se baseia justamente na temporalidade das coleções, no descarte rápido das peças e sua substituição pelas novas tendências, numa espiral fundamentada no consumismo.

Exatamente por estar o design de moda atrelado ao fenômeno do consumismo, existem atualmente movimentos revendo esta relação e apresentando novas posturas diante do vestuário, propondo uma forma mais cuidadosa e lenta de produzir as peças, que resulta em produtos mais duráveis, com uma estética menos

vulnerável aos ciclos da moda e um processo de produção que respeita o meio ambiente e fomenta a qualificação dos trabalhadores envolvidos. O *Slow Fashion*, um conceito que tem se difundido com a intenção de contrapor o *Fast Fashion*, atende os consumidores de moda com desejo de participarem de uma engrenagem sustentável e ética.

O Curso de Design de Moda da Universo, objetiva não só formar um designer criativo e competente para ocupar um lugar no acirrado mercado de moda, mas também refletir criticamente sobre essas práticas e buscar novos caminhos que contemplem a sustentabilidade socioambiental.

Notas

¹ Uma intervenção artística coletiva em espaço público, com a técnica do mosaico, que se realizou na rua Oscar Pereira no bairro de Charitas, na cidade de Niterói. Visualmente, a resultante desse projeto é uma escadaria com 125 degraus, em que os espelhos dos degraus, mesas, bancos e painéis foram cobertos com 35 m² de mosaico. Durante dois anos, de 2004 a 2006, mais de 120 pessoas de diferentes idades e classes socioeconômicas, moradores e não moradores do bairro, produziram em torno de 800 trabalhos, realizados individualmente e coletivamente, freqüentando o ateliê da autora, moradora da rua desde 1994.

² O Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região englobam, além das empresas friburguenses, as cidades vizinhas de Bom Jardim, Cordeiro, Cantagalo, Duas Barras e Macuco. São cerca de 900 confecções com a produção voltada para as linhas: lingerie noite, dia e sensual, moda praia e fitness. Hoje, as peças produzidas no Pólo de Moda Íntima preenchem uma importante fatia do mercado brasileiro. Em alguns segmentos, o Pólo é responsável por 25% da produção nacional. A estimativa é que seja produzido um total de 114 milhões de peças por ano, destas, a lingerie representa 91,5% da produção das empresas da região.

Bibliografia

BARBOZA, Leila Maria da Silva. Mosaico do Lugar: Investigações sobre uma intervenção artística coletiva em um espaço público. Tese de Mestrado defendida em 2009. Disponível em http://www.uff.br/cienciadaarte/resumos/2009_leila_b.pdf

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa/Rio de Janeiro: Difel: Bertrand Brasil, 1989.

CAMPUS AVANÇADO <http://www.campusavancado.org.br/somos.php> acesso em 24/09/2011

CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas*. São Paulo: EDUSP, 2006.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.

GONÇALVES, Tadeu Bastos. Ainda o Caso Zara - Uma Reflexão Sobre a Mão de Obra em 23/09/2011

http://api.ning.com/files/1nKzAg2*EXzVHfkCuynudm2Q3pspvaWAMU7HyOPyxQEJSaRHJ4i22RQxJt5VvkDgZ0rxjvF2SGAZKLNm587eI6TDtdZQSR/AindaaZara.pdf

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O Pensamento Selvagem*. Campinas, S.P.: Ed. Papyrus, 1989.

PÓLO DE MODA ÍNTIMA NOVA FRIBURGO E REGIÃO – RJ acesso em 24/09/2011
<http://www.intimafriburgo.com.br/conteudo.php?conteudo=polo>

VISÃO DO EMPREENDEDOR – SEBRAE- RJ. <http://www.sebraerj.com.br/main.asp> acesso em 24/09/2011