

Nós: tecendo novos caminhos

Eloize Navalon

Universidade Anhembi Morumbi

navalon@anhembi.br

Fernanda Quilici Mola

quilicifernanda@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta o projeto em moda “Nós – Tecendo novos caminhos” que atua como capacitador e fator de geração de renda para jovens adolescentes que estejam em situação de risco ou que possuam qualquer outra característica de exclusão social. Apresenta-se aqui seu histórico, sua justificativa, seus objetivos e sua proposta de implantação com a oferta de oficinas de capacitação profissional unindo técnicas artesanais, ao Design de Moda.

Palavras-chave: Design de Moda, artesanato, economia solidária, sustentabilidade.

Abstract

This paper presents the project fashionable “We - Weaveeing new ways” that act as enabling and factor of generation of income for young adolescents who are in risk situation or that they possess any another characteristic of social exclusion. It presents its description, its justification here, its objectives and its proposal of implantation with it offers of workshops of professional qualification joining handmade techniques, to the Fashion Design.

Key-Words: Fashion Design, handmade. Solidary economy, Sustainability

Histórico

À frente da criação do projeto “Nós- Tecendo Novos Caminhos”, está Fernanda Quilici Mola, formada em Design de Moda pela Universidade Anhembi Morumbi. Com um trabalho fortemente artesanal, a designer utiliza uma técnica específica de crochê desenvolvida ao longo de sua pesquisa que consiste em tecer intuitivamente sem seguir regras ou diagramas pré-estabelecidos. Ao propor tal exercício, questiona e desmistifica conceitos de certo e errado, estimulando a autoconfiança e autonomia dos praticantes da técnica. Ele é um desdobramento de seu trabalho de conclusão de curso, em

que uma coleção de doze *looks*, foi confeccionada utilizando trabalhos manuais, em parceria com algumas adolescentes moradoras da comunidade Spama, em Pirituba, São Paulo.

Ao longo do processo de produção de sua coleção de formatura, ficou evidente que a dedicação doada a cada peça confeccionada consumia muito tempo, que a impedia do cumprimento de outras funções também importantes do projeto em sua totalidade. Neste momento, recorreu-se à colaboração de artesãs que colaborassem na confecção das peças, permitindo direcionar sua atenção às outras atividades necessárias.

Foi então que, em 2012, a designer, moradora da região de Pirituba – SP -, estabeleceu contato com a AMORA, organização sem fins lucrativos voltada principalmente ao atendimento de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, moradores da comunidade Spama, de mesma região, propondo também, melhorias à qualidade de vida desta comunidade.

A ONG não tinha o tipo de trabalho artesanal que a designer procurava, mas esta acabou por despertar preocupações mais profundas que o simples cumprimento de seus prazos acadêmicos: o abandono, a marginalização, a pobreza, justapostos à possibilidade transformadora que o design pode propor.

A concepção de um produto, de forma consciente ou não, é fruto da interação do atores envolvidos no projeto com a realidade sociocultural circundante que os influenciam. Isso se vê presente de maneira cada vez mais clara e definida quando nos dirigimos para a produção artesanal, espontânea e popular, na qual o produto e o produtor se espelham como que em um verdadeiro jogo de significado e significante. Existe, na verdade, uma visível simbiose ética, estética, comportamental e cultural entre o artesão e o artesanato. Dessa maneira, o ambiente, o território e o estilo de vida local se tornam referências tipológicas e estéticas para a concepção de utensílios de forma artesanal. Assim, poderíamos dizer que o artesão se vê no artefato e o criador na criatura. (MORAES, 2010, p. 70)

Diante deste cenário, a designer proponente do projeto inicia as oficinas de capacitação, transmitindo o conhecimento das técnicas utilizadas em sua criação para outras pessoas, gerando possibilidade de emprego e renda para aquela comunidade. Com encontros semanais de duas horas, foi desenvolvida

uma oficina com técnicas de costura, crochê e *moulage*, com meninas entre 14 e 19 anos.

Pela pouca disponibilidade de tempo e iminência de entrega das peças, não foi possível capacitar essa mão de obra a fim de que esta pudesse realizar, integralmente, a confecção do trabalho de conclusão de curso da designer. Ainda assim, a oficina de capacitação seguiu seu andamento em paralelo. Em um último momento, foi possível introduzir suas integrantes na confecção de quatro peças da referida coleção.

Seu trabalho de conclusão de curso obteve boa repercussão ao ser um dos finalistas do Projeto Ponto Zero – idealizado e organizado pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT) e pelo evento CASA DOS CRIADORES -, concurso que tem o objetivo de revelar novos talentos da Moda no Brasil. Devido a essa oportunidade, a coleção, resultante do projeto, pôde ser apresentada ao grande público, sendo desfilada na Casa dos Criadores em dezembro de 2012, garantindo visibilidade para este trabalho, estimulando reflexões no meio acadêmico e midiático a respeito do caráter transformador e responsável do Design de Moda.

Uma de suas peças também foi veiculada na revista *L'Officiel*, em agosto de 2012. Por consequência do concurso, desfile e do editorial da revista, o nome da Designer foi citado¹ em importantes sites de referência em moda no país, como: *Chic* – Glória Kalil, Uol Moda, BRRUN, FFW. Paralelo a isso, seu

¹<http://ffw.com.br/noticias/moda/entre-veteranos-e-novissimos-talentos-o-balanco-do-3%C2%BA-dia-de-cdc/>; <http://www.brrun.com/tag/fernanda-quilici/>; <http://casadecriadores.uol.com.br/categoria/video/page/2/>; <http://chic.ig.com.br/moda/noticia/fernanda-quilici-inverno-2013>; <http://mais.uol.com.br/view/jeagotflz953/fernanda-quilici--anhembi-morumbi-04028C1C3666C8914326?types=A&>; <http://tvuol.uol.com.br/assistir.htm?video=fernanda-quilici--anhembi-morumbi-04028C1C3666C8914326>

vídeo² conceitual de divulgação da coleção, realizado em parceria com a empresa Sinlogo, alcançou o patamar de vídeos mais acessados no portal Vimeo em menos de 24 horas de disponibilização, tendo sido compartilhado e divulgado em caráter viral em redes sociais, blogs e sites internacionais.

Devido à grande exposição que teve seu projeto, a designer vem sendo convidada a dar entrevistas, palestras, além de receber propostas para desenvolvimentos de coleções, sempre dando ênfase ao “Nós”. O empresário Luiz Fernando Campanella Rocha, dono da marca Ferri Couros voltou seu olhar para este projeto, propondo parceria em produção e compra de seus produtos. Foi então que a idéia da oficina de capacitação evoluiu para o projeto de geração de renda, em que os produtos produzidos junto a esta ou outra comunidade interessada, serão comercializados, revertendo sua renda para os participantes do projeto, para a(s) ONG(s) que o ampara além de outros benefícios para a própria comunidade favorecida.

Justificativa

O mercado da moda, no cenário atual, na constante competição por preço, busca por alternativas cada vez mais baratas de mão-de-obra. Neste contexto, não são raras as denúncias e polêmicas a respeito da escravização e exploração da mão de obra, inclusive infantil. Produções massificadas que competem por preço, geralmente, tem seu consumo relacionado essencialmente às tendências evidenciadas pela mídia.

²<http://vimeo.com/55262628>

Por outro lado, um produto realizado com técnicas artesanais, em que cada ponto foi tecido vagarosa e intencionalmente, inserido em um contexto da valorização humana e cultural, não compete por preço, e sim por história e significado.

A roupa feita à mão carrega uma série de valores que as diferenciam das produções manufaturadas. Não se trata da comercialização apenas de artefatos de moda, mas de um conjunto de significados simbólicos que estão por trás desses produtos. Cada peça é única e conta uma história. A história de um tempo-tecido, carregado de intenções a cada laçada.

Podemos considerar que o vestir, após o surgimento da moda, ganhou conotações comportamentais de busca de identidade e que as atuais teorias socioculturais têm como ponto de partida para a definição de moda a **construção cultural de identidade**. (BERLIM, 2012, p. 27)

Os consumidores de produto artesanal são aqueles que reconhecem seu valor emocional e importância de nível cultural e sócia. Também pretendem construir sua identidade cultural através de seu uso. Sendo assim, eles tendem a aceitar e desejar peças que estimulam o consumo e o descarte consciente, aproximando-se, inclusive, das preocupações com a sustentabilidade, tema tão abordado na atualidade.

A sustentabilidade do projeto “Nós” se amplia para além dos limites das questões ecológicas, considerando o ser humano e a responsabilidade social como um dos fatores centrais para a construção de um ambiente sustentável, onde a Moda pode dar sua contribuição. De acordo com Hawkeen, no prólogo da publicação Moda e Sustentabilidade: design para a mudança de Fletcher e Grose:

Três coisas com que lidamos todos os dias têm enorme impacto no mundo que nos rodeia: combustível (energia), alimento e moda. Os dois primeiros são hoje estudados e abordados com toda a dedicação. Está na hora da moda nos mostrar e nos fascinar com o que é possível, nos propiciar o imperativo moral de mudar cada aspecto da produção e da compra de nossa segunda pele. (FLETCHER E GROSE, 2011, PG 05)

Dessa maneira, o projeto objetiva apresentar a possibilidade de criar condições para um sistema de criação e de produção de moda, visando

“fomentar atividade que crie riqueza social e ambiental e valor a longo prazo.” (FLETCHER E GROSE, 2011, PG 180) com a criação de uma plataforma que possa quebrar os paradigmas da indústria da moda, pensando muito além de processos e produtos.

O nome do projeto, “Nós – tecendo novos caminhos”, se deu tanto pela natureza artesanal de suas produções, quanto pelo contexto social em que está inserido. É o coletivo agindo pelo todo. São os nós bem atados, que aproximam, unem, conectam e fortalecem o vulnerável. É o entendimento de que não é apesar dos nós, mas por causa deles que é possível transformar uma realidade simples de linha, e então, tecer novos caminhos.

[...] deve-se reconhecer que o resultado a ser obtido não pode ser pretendido como uma “salada” cultural dispersa e desordenada. O design dentro da heterogeneidade de uma cultura múltipla e complexa é possível quando se promove a união de diferentes elementos, buscando-se harmonia e equilíbrio entre eles. Assim, pode-se dar espaço ao design no âmbito de uma cultura plural (como a brasileira e global) promovendo a associação entre elementos afins, apesar de suas origens diversas. (MORAES, 2010, p. 72)

Nessa oficina de crochê, o mais importante não é o domínio de uma técnica artesanal, mas, principalmente, aquilo que está nas entrelinhas dessas tramas. É possível atribuir à prática do crochê outros significados simbólicos e relevâncias que superam os benefícios do acesso à renda e a uma nova possibilidade profissional. O crochê é um jogo constante entre o desafio e a conquista. Cada novo ponto aprendido representa, ao mesmo tempo, a dificuldade e a superação, e a própria realização do trabalho é sua recompensa. Tal recompensa não diz respeito somente ao fator econômico, mas à possibilidade de reconhecer-se como indivíduo atuante e capaz, fortalecendo sua autoestima, estimulando sua autonomia e emancipação. Em outras palavras, o crochê representa nesse projeto, simbolicamente, um paradigma em que outras circunstâncias aparentemente impossíveis – como as próprias alunas se referem à atividade, no início –, também podem ser alcançadas ou superadas. O direito de sonhar se torna mais palpável, e valores como compromisso, persistência, propósito, dedicação e responsabilidade, adquirem uma nova perspectiva, pois é possível perceber resultados concretos dessas atitudes. Segundo FLETCHER E GROSE:

O design de moda será liderado por impactos, não por tendências. Conforme surjam novas idéias para reconstituir o meio ambiente e a sociedade, estas passarão a impulsionar a inovação, e surgirão de diversos locais, relações de trabalho colaborativo e culturais, não de “abstratos” oráculos de “tendências”. (2011, pg 181)

O crochê tradicional, aquele que segue padrões e diagramas, também é lecionado nas oficinas, estimulando principalmente a concentração, o raciocínio e a matemática. É preciso atenção, foco, disciplina e dedicação a cada ponto tecido, porque cada laçada tem sua razão de ser. Mesmo que, a princípio, o trabalho pareça disforme e irreconhecível, aos poucos, as alunas se tornam aptas a encarar pacientemente o processo vagaroso de construção, ponto a ponto, da forma desejada – fazendo uma alusão poética à vida, que também é uma seqüência de pontos e nós que devem ser tecidos continuamente, mantendo seu foco no objetivo final. Do ponto de vista morfológico, as palavras texto e têxtil possuem o mesmo radical. Ambas tecem, com palavras ou com linhas, e constroem uma narrativa, comunicam. É, portanto, no crochê representando o acesso a uma nova linguagem, ampliando fronteiras de alcance de suas vozes, em que ponto a ponto, tecem-se diálogos com o mundo externo.

Assim, para elas, a moda passa a ser compreendida dentro de um novo contexto: aquilo que até então estava distante, associado a doações e a uma ação meramente utilitária (pudor e proteção) adquire significado. A roupa se torna, nesse momento, uma possibilidade de expressão, de construção de uma narrativa pessoal, da qual esses indivíduos estavam à margem até o momento anterior. A possibilidade de interferir, alterar e inserir características pessoais e emocionais na matéria promove a participação efetiva desses indivíduos no mundo. Mais do que isso, estimula o reconhecimento de sua própria identidade e pertencimento a uma sociedade. E esta é a principal inclusão social ao qual este projeto se refere. Além da vida digna, do trabalho justo, do acesso aos recursos financeiros, é a possibilidade de se reconhecer como indivíduo atuante e pertencente a uma sociedade, apto ao trabalho e vida digna, com direito ao sonho e a voz ativa, capaz de mudar sua própria realidade e daqueles que os cercam. É a moda como fator de transformação pessoal e social.

Objetivos

A realização da proposta “Nós – tecendo novos caminhos” tem como objetivo geral promover desenvolvimento local sustentável, gerando impacto social a partir da capacitação profissional, inclusão na escala produtiva e possibilidade de geração de renda.

A respeito do desenvolvimento dessas comunidades desfavorecidas, o conceito principal é que elas se tornem mercados (consumidores e produtores) independentes e autônomos, alimentando o consumo, ao mesmo tempo em que este as alimenta. Pode-se, ainda, dizer que promover o acesso a uma vida digna, de qualidade, que cumpra com os direitos e necessidades básicas de sobrevivência de um ser humano (alimentação, saúde, educação, lazer) também é promover a sustentabilidade. Em igual medida, o acesso ao trabalho nas proximidades de moradia desses indivíduos, além de reduzir as aglomerações urbanas e todas as suas conseqüências negativas de um ponto de vista social e ecológico, ainda permite a qualidade de vida para esses cidadãos, que enfrentariam cerca de três a seis horas diárias de trânsito na locomoção em direção à atividade que garante seu sustento.

A proposta visa não somente melhorar a qualidade de vida, capacitar, e gerar renda para a comunidade, mas, também, retirar das ruas e de um contexto de risco, crianças e adolescentes inserindo-os em uma nova realidade, incentivando a participação intelectual, e não apenas prática, em suas produções. Um contexto em que cada envolvido atua democrática e colaborativamente em cada uma de suas etapas de trabalho, compreendendo o processo, a finalidade e a importância daquilo que está sendo produzindo, sentindo-se (e fazendo, de fato) parte daquilo.

Essa ação pode ser algo capaz de promover benefícios impalpáveis, como a autonomia e a autoestima, que são tão importantes quanto os benefícios físicos adquiridos em produtos, pois é nesse ponto que está enraizada a real possibilidade de transformação social. A autonomia permite a emancipação dessas comunidades, que passam a buscar e propor suas soluções para suas próprias dificuldades. Abandonam a atitude de vítima e inércia, e passam a agir coerente e legalmente em prol de suas melhorias.

Para tanto, elaborou-se um projeto de captação de fomentos com a finalidade de colocar em prática em um sentido mais amplo – atingindo mais jovens e adolescentes a serem capacitadas – apresentando, como aqui, a história do projeto, sua justificativa e pertinência. Há também uma descrição e apresentação de recursos necessários, assim como a apresentação de um programa de trabalho e o público a que se destina.

As Oficinas

O público alvo do projeto de capacitação é adolescente em situação de risco, entre 14 e 21 anos. Os interessados no projeto podem ser do sexo feminino ou masculino, contanto que a capacidade máxima seja, a princípio, de 15 inscritos. Não há processo de avaliação para seleção dos candidatos, mas os interessados no curso devem estar cientes de algumas exigências básicas para sua permanência: Pontualidade; Máximo de 25% de ausência aos encontros; Responsabilidade com suas ferramentas de trabalho.

Plano de trabalho

O trabalho proposto será realizado única e exclusivamente nas dependências da ONG e ou grupo que se candidate, incluindo almoço e lanches oferecidos pelo próprio projeto aos participantes. Os três primeiros meses terão maior foco na capacitação, com aulas de 3h30 de duração, três vezes por semana. Os alunos serão recebidos às 8h, quando será oferecido um café da manhã até as 8h30. Em seguida, iniciam-se as atividades, pausando para o almoço das 12h às 13hs.

O programa prevê aulas alternadas entre teorias (história, processos criativos, moda, design, sustentabilidade etc) e prática, também realizadas em visitas a tele centros (espaços de acesso e inclusão digital). Nestas ocasiões, eles terão a oportunidade do acesso a vídeos e imagens de outros trabalhos realizados com a mesma técnica aprendida estimulando o hábito da pesquisa e a autonomia da busca pelas próprias respostas.

Ao término das aulas, serão distribuídas pequenas tarefas que devem ser realizadas em casa, como estímulo ao hábito da atividade oferecida. Como

forma de organizar os conteúdos aprendidos, será indicado que cada aluno (a) tenha uma pasta identificada, onde possa reunir suas amostras e referências, bem como um dispositivo para arquivos de trabalhos (pendrive) para manter guardado o resultado de suas pesquisas. Também é necessário que cada participante possua suas próprias ferramentas de trabalho, como agulhas (de crochê e costura, em diversos tamanhos e espessura), fita métrica, tesoura, alfinetes, linhas e lãs.

Ao longo da capacitação, serão desenvolvidas e definidas as peças que deverão entrar em produção nos últimos três meses do projeto. A cada renovação do projeto, novos produtos serão propostos, de acordo com a demanda do mercado – pedidos exclusivos como os da Marca Ferri Couros, por exemplo - e ou desejo dos participantes.

Na fase mais avançada do projeto haverá maior ênfase na produção. Por ser esta mais recompensadora de um ponto de vista financeiro, sugere-se encontros mais longos, de seis horas diárias, de segundas à sextas-feiras. Assim, os participantes serão recebidos às 8h, com pausa de meia hora para café da manhã. Às 8h30 iniciam-se as atividades, pausando para o almoço das 12h às 13hs. Retoma-se então, as atividades, até as 16hs, quando faz-se uma nova pausa para um lanche e higienização, e, então, estão liberados, de modo a não comprometer suas obrigações escolares.

Paralelo às oficinas de capacitação e geração de renda, ainda cabe à designer responsável do projeto, as pesquisas de materiais e referências, prospecção de clientes compradores dos produtos desenvolvidos pela comunidade, reuniões de divulgação da iniciativa e dos produtos por ela gerados, busca de patrocínios, apoios e ou incentivos de empresas públicas ou privadas, a fim de obter o alcance previsto em seus objetivos,

Tempo de duração do projeto:

A duração completa de cada projeto será de 6 (seis) meses, podendo ser renováveis e readequados de acordo com a demanda social e de parcerias e patrocínios.

Recursos

Para que o projeto seja viável, são necessárias as matérias primas para as oficinas de capacitação e produção, e recursos financeiros para uma contribuição tanto pelo uso do espaço, quanto uma bolsa auxílio para os participantes do curso. Os materiais necessários individualmente serão: Pasta de arquivo com folhas plásticas; 2 Lápis; 1 Borracha; 1 Apontador; 1 Pendrive 16 Gb; 1 Fita métrica; 1 Caixa de Alfinetes com Cabeça Colorida; Agulhas de Crochê tamanhos de 1,5 à 8mm; Novelos de linha e lã próprios para crochê (aproximadamente 14 por mês) 1 Tesoura; 1 cartela de agulheiro (contendo diferentes tamanhos de agulhas de costura); 1 sacola ou maleta para preservar e transportar os materiais individuais.

Pelo uso do espaço, será necessária uma contribuição a ser definida com a organização parceira. Inicialmente estimam-se R\$350,00 (trezentos e cinquenta reais) correspondendo ao uso de água, energia, e internet. Para cada participante, haverá uma ajuda de custo que garanta sua frequência nas oficinas, no valor de R\$ 350,00 mensais, ou uma cesta básica.

O valor dos produtos será calculado a partir do número de horas médio necessário para a produção de cada artefato. A hora paga aos participantes será calculada com base no salário mínimo, dividindo-o pelas seis horas diárias de trabalho propostas aqui. Em cada produto confeccionado será anexado uma etiqueta identificando seu autor para que se possa, então, repassar esse valor final ao mesmo artesão-criador. Para a oficinaira – designer propositora desse projeto -, foi estipulado um valor mensal de R\$ 1280,00, baseado no custo de mercado desta mão de obra por 8hs semanais.

Equipe e parceiros

A equipe do projeto “Nós” é constituída unicamente pela organizadora do mesmo, Fernanda Quilici, responsável pelas oficinas de capacitação, produção, além de pesquisa e planejamento de coleção desenvolvida, prospecção de clientes e patrocinadores, e divulgação do projeto.

A empresa de confecção de bolsas e calçados Ferri Couros, torna-se parceira ao comprometer-se à compra de todos os produtos realizados pela oficina do projeto, e pela ajuda de custo em alguns materiais necessários para sua produção. Após adquirir esses produtos, a confecção Ferri Couros

customizará as bolsas adicionando couro, essência de sua marca, a esses produtos, unindo um processo artesanal a um industrial, completando o ciclo do design.

Orçamento Total:

Orçamento Total	Individual	Total
Materiais	R\$ 1929,40	R\$ 15926,00
Bolsa Auxilio	R\$ 350,00	R\$ 5.250,00
Contribuição Espaço	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Salário Oficineira	R\$ 1.280,00	R\$ 7.680,00
		R\$ 29.206,00

Financiadores e contrapartidas

A parceria com a empresa Ferri Couros garantirá maior visibilidade e divulgação ao projeto ao inserir esses produtos em lojas dos shoppings mais conceituados de São Paulo. Empresas que venham a financiar esse projeto, contribuindo com materiais ou recursos financeiros, terão seu nome associado a cada estratégia de divulgação do “Nós”, incluindo as da Ferri Couros, agregando valor de responsabilidade social e sustentabilidade a suas empresas, além da qualidade e inovação estética dos produtos produzidos.

Além disso, ao retomar uma técnica manual tão antiga, a designer atualiza o crochê inserindo-o em um novo contexto de interpretações e desejos, estimulando o olhar e o consumo por produtos e materiais desta natureza.

Considerações

Trazer à tona um projeto em moda que propõe a criação de produtos com valores imateriais e que apresente em seu processo de desenvolvimento e confecção a capacitação de mão de obra oriunda de condições de risco, propondo então a inclusão social, em um trabalho de conclusão de curso

parece uma questão pedagógica inevitável aos cursos superiores de moda neste momento.

Porém sua real implantação - que já é um fato – mesmo diante de incontáveis dificuldades como obtenção de recursos financeiros, humanos, divulgação, distribuição e até aceitação do público, demonstra a abertura, mesmo que ínfima, para o exercício de criação em moda que não vise o consumismo nem a guerra de preços, mas sim a diferenciação. Assim, observa-se que o mercado de moda, seja ele criador, produtor ou consumidor, e não só o acadêmico, abre-se para essa “nova” possibilidade. E esta, não parece ser um modismo.

REFERÊNCIAS:

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

DE MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo, Editora Edgard Blücher, 2010.

FIETCHER, Kate; GROSE, Linda. **Moda & Sustentabilidade: design para a mudança**. São Paulo, Editora Senac, 2011.