

O DESIGN DE MODA COMO DIFERENCIAL INOVADOR PARA O MAPEAMENTO DO POTENCIAL DO PÓLO DE CONFECÇÃO DO AGRESTE PERNAMBUCANO.

*The fashion design as innovative differential for mapping the potential of
making the pole rural Pernambuco.*

Lopes, Maria Teresa; Doutora; UFPE;
teresa.designer@gmail.com

RESUMO

Este artigo visa apresentar a pesquisa situada na área de economia criativa. Tem como eixo temático as ações de empreendedorismo cultural e criativo, e toma como território criativo o pólo de confecção do agreste. Configura-se na discussão do design de moda como uma ferramenta intelectual de base para alavancar estruturas de inovação em cultura material.

Palavras chave: Inovação, Design de moda e cultura de consumo.

Abstract

This article presents research located in the area of creative economy, has as main theme the actions of cultural and creative entrepreneurship, and takes as creative territory of the pole of the Brazilian clothing, sets in the discussion of fashion design as an intellectual tool based structures to leverage innovation in material culture.

Keywords: Innovation, Fashion design and consumer culture.

Introdução

Este artigo apresenta a pesquisa-ação¹ subsidiada pelo CNPq. Esse tipo de pesquisa consiste na realização de um mapeamento do potencial real de inovação que se estrutura na produção artesanal de algumas cidades do Agreste e da cidade de Recife (Litoral) situadas no estado de Pernambuco,

por meio do design de moda, quando o entende como um conhecimento que gera parâmetros para o desenvolvimento com base inovadora para a produção local.

¹ Utiliza-se aqui o termo pesquisa-ação por se entender que esta pesquisa cria uma dinâmica condutora em torno da expectativa de uma ação pesquisadora que se orienta para a expectativa da transformação social, tanto desse pesquisador, quanto do seu entorno quando todo o material que está sendo coletado e discutido se converter em informação e conhecimento, como instrumentos de formação.

Para tanto, ocupa-se em diagnosticar um grupo de variáveis que se estruturam entre o design de moda e a natureza econômica dessa região, por meio de um mapeamento iconográfico e discursivo e a posterior contenda qualitativa dos dados coletados. A criação desse mapa para a inovação toma como macro-alíneas os seguintes pontos:

- a. Os perfis materiais da produção material/artesanal da região. Exemplo: madeira, tecido, linha, cerâmica, entre outros;
- b. As relações de produção como o associativismo, a produção familiar, a cooperativa, entre outros;
- c. Os elementos formais (tipologia de objetos) e simbólicos (tipologias figurativas) conformadoras da cultura material;
- d. Os mecanismos de deflagração e de circulação de discurso que possibilitam o adensamento do imaginário em cultura material local.

Outro ponto igualmente importante é o fato de que se trabalha tomando como base o fato de que esse projeto é um processo de formação que acontecerá por meio da troca de experiências entre dois grupos de indivíduos que, a partir de um olhar criterioso, se pode inferir que eles são as duas faces de uma mesma moeda. Apenas por questões discursivas, de base cultural e econômica preponderantemente, acabam afastados. Essas duas faces da mesma moeda são, por um lado, os alunos do curso de design da UFPE e do Centro Acadêmico do Agreste e, por outro, os pequenos empreendedores, os produtores familiares locais e notadamente as artesãos locais.

Nesse contexto é importante salientar que o perfil dos estudantes egressos do curso de design de Caruaru são, na maioria, alunos das cidades do entorno: Bezerros, Gravatá, Santa Cruz do Capibaribe, entre outras que fornecem ao curso uma média de 160 alunos por ano. Ao saírem do curso eles irão se tornar os futuros designers que trabalharão na economia local. Esta, por sua vez, ainda não está fortemente amadurecida para abrir espaço e criar postos de trabalho para esses novos profissionais.

1. O APL – Arranjo Produtivo Local – de confecções do Agreste Pernambucano

A região do Agreste Pernambucano passa atualmente por uma realidade ambígua quanto ao seu desenvolvimento social. Por um lado, possui um grande potencial de crescimento econômico, sendo inclusive uma área de forte investimento do governo do estado. Por outro, vive um quadro social discrepante, como baixos índices de qualidade de vida dos trabalhadores locais e o prevailecimento da informalidade nas relações de trabalho.

Hoje, o APL de confecção do Agreste envolve 14 municípios e cidades da região, cujos destaques são Caruaru, na área de produção e comercialização (e a feira da Sulanca é um exemplo disso), Santa Cruz e suas facções de roupas, e Toritama como a cidade do Jeans. Esse Arranjo Produtivo Local movimentada a economia do estado e seus números são grandiosos: mais de 100.000 pessoas encontram-se envolvidas com essa cadeia produtiva, entre trabalhadores formais e informais; existem em funcionamento cerca de 12.000 empreendimentos; representa pelo menos 10%

da produção de confecções brasileiras (em número de peças) atendendo aos mercados do N/NE do Brasil².

Entretanto, ao mesmo tempo em que apresenta todo esse potencial econômico, constitui-se numa realidade onde a baixa capacidade de inovação de seus produtos (devida em grande parte ao conhecimento apenas aspiracional em design), a baixa escolaridade dos produtores e trabalhadores, e uma concorrência atual cada vez mais acentuada dos produtos chineses, tem comprometido a sua produção, gerando uma ordem onde predomina a cultura material da cópia.

Essa dura realidade social abraça também um arcabouço cultural, cujo repertório imagético, apoiado nas expressões culturais nordestinas, configura-se num imenso suporte para a indústria de criação. Para que isso ocorra, contudo, a cultura precisa ser percebida como um valor tão importante quanto os aspectos econômicos do processo, podendo-se assim abrir espaços para se aproximar a imensa cultura visual da região à sua cadeia produtiva da moda, tendo o design como um argumento, ou seja, um elo entre eles. Só assim se poderia construir um panorama menos intervencionista e mais educador para a inovação.

Para entender melhor essa situação e como o design de moda pode contribuir para melhorar o APL de confecções do Agreste de Pernambuco, podemos analisar a Matriz FOFA abaixo:

<i>Ambiente interno</i>	<i>Ambiente externo</i>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
a. Consolidação e experiência do mercado de confecção; b. Curso em Design da UFPE – CAA; c. Forte tradição em cultura popular; d. Proximidade das cidades que conformam essa região.	a. Região que é alvo de investimentos e facilidades de crédito; b. Migração crescente de diversos profissionais atraídos pelo desenvolvimento econômico; c. Os processos comerciais alavancados pela globalização dos mercados.
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
a. Baixa escolaridade e qualificação dos profissionais; b. O excesso de informalidade; c. Baixa percepção do valor do produto; d. O conhecimento apenas aspiracional em design; e. Dificil absorção dos alunos egressos do curso de design;	a. Concorrência Chinesa e indiana; b. Baixa permeabilidade a intervenções institucionais; c. Crescimento de outros mercados mais preparados;

² Dados de pesquisas realizadas pelo SEBRAE entre os anos de 2003 e 2013.

Diante desse quadro de um antagonismo tão comum à identidade social brasileira, pode-se então traçar um percurso argumentativo que justifica os interesses de pesquisa aqui relacionados, sob a dinâmica de convergência de três grupos distintos de argumentos: o primeiro, teórico-metodológico, por ser a aplicação de uma metodologia de intervenção de design intitulada Meid³; o segundo, analítico da realidade social e cultural da região do Agreste pernambucano, marcada pela intensa atividade cultural e econômica; e, por último, a sua potencialidade para o desenvolvimento da economia criativa circunscrita à região.

2. Objeto de estudo

O **objeto de estudo** trabalhado é a produção artesanal de 8 cidades do Agreste pernambucano: Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe, Toritama, Gravatá, Bezerros, Passira, Poção e Pesqueira; e uma litorânea, Recife.

3. Objetivos:

3.1 Objetivo geral

Tem-se como objetivo geral a elaboração de um mapa qualitativo e geopolítico por meio da análise do binômio: principais atividades empreendedoras artesanais; e elementos simbólicos (gráficos e formais) constituintes da cultura popular local, tendo a relação de inovação dimensionada por meio do design de moda.

3.2 Objetivos específicos

- a. Fomentar a aproximação, por meio do design de moda, entre a universidade e os grupos produtivos do APL de confecção (artesãos, empreendedores individuais e de pequeno porte);
- b. Fomentar a relação para aprendizagem entre alunos da ênfase de design de moda e a economia local;
- c. Fomentar a atividade de design de moda como um fator para desenvolvimento social, econômico e cultural, com base em princípios inovadores;
- d. Ampliar os campos de atuação da atividade de design de moda na cultura de mercado local;
- d. Fomentar uma cultura de formação empreendedora no curso de design a partir da realidade sócio-cultural local;

4. O design de moda como argumento para inovação

³ Meid - Modelo Exploratório de Intervenção de Design. Omitido para revisão cega (2013).

Para estruturar a discussão teórica do design de moda como pressuposto intelectual para inovação, tomou-se como metodologia a organização de quatro grupos de argumentos baseados nos eixos temáticos oriundos da economia criativa e adotados pelo CNPq⁴, como elementos organizadores de pressupostos epistemológicos e metodológicos de pesquisa.

a. Design de moda como base para o **empreendedorismo cultural e criativo**:

pode ser assim compreendido tomando como objeto de análise a realidade e a produção material que ela dimensiona, como no caso dos artesãos e dos pequenos grupos sociais empreendedores deste APL. A observação dirigida auxilia a cercar os campos das potencialidades para o desenvolvimento de novos projetos de design, novas áreas de atuação ou mesmo a renovação e a ressignificação da ordem material vigente.

b. O APL de confecções de Agreste como **território criativo**.

Ao se propor um recorte geopolítico, como esse da localização do objeto de estudo (Agreste pernambucano), cuja tradição cultural popular abriga uma rica ordem imaginária, que é materializada com a produção artesanal, o design de moda entra como um conhecimento teórico e metodológico que reorganiza o valor percebido de um objeto, podendo auxiliar a impregnar outros campos de significações na aparência desses objetos.

c. As atividades de artesanato e design como **associativismo, cooperativismo e autogestão de empreendimentos e profissionais criativos**;

Entendendo que o mapeamento das relações e experiências que conformam a dinâmica da realidade econômica do APL funcionam como casos de estudo para se estruturar campos de argumentos, cujo objetivo é o de projetar relações de mudanças comportamentais empreendedoras, articulando o design de moda e o de serviços para isso.

d. Artesanato e design de moda como componentes de **inovação em cultura**.

Construir esse argumento passa por dois pontos centrais: em primeiro lugar, entender que a inovação a partir da cultura popular passa pela adoção dos grupos de valores simbólicos que compõem, tanto esse imaginário, quanto a sua ordem material, e isso pode ser reorganizado em novas ordens materiais que auxiliam no processo de formação dessa geração de design; e em segundo, a experiência na ação empreendedora qualificada tendo como parâmetro o do artesão local e tendo a sua atuação como uma realidade a ser tomada como exemplo para mimese, a crítica qualificada ou ainda a reordenação projetual.

⁴ Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Edital de inovação 2013.

5. Metodologia de pesquisa

A metodologia que aqui será utilizada é intitulada de **Modelo Exploratório de Intervenção do Design – Meid** (omitido para revisão cega, 2013). Consiste na atividade de realização de uma pesquisa cuja abordagem paradigmática é subjetivista, na medida em que suas estâncias epistemológicas básicas se articulam para entender como a realidade social é criada (Morgan e Smircich, 1980, adaptado por Mendonça, 2001). E traz o interpretativismo como base para a construção das ferramentas teórico-metodológicas de coleta e análise dos dados.

Com relação ao **Modelo Exploratório de Intervenção do Design – Meid**, se faz necessário entender que ele funciona enquanto metodologia de aproximação entre designers e grupos sociais de contextos culturais diversos, com a finalidade de estabelecer um panorama de contato com os conhecimentos relativos à cultura material e às tensões e vicissitudes que a conformam como realidade.

Esse modelo parte do entendimento do design para além da condição de disciplina e o abraça como um fenômeno cultural. Isso colabora para que a sua compreensão esteja propositadamente a mercê da apropriação simbólica e significativa da diversidade e da complexidade dos variados contextos sócio-culturais construídos materialmente pelo homem, no caso aqui retratado, o recorte Agreste pernambucano.

Pode-se resumir a estrutura desse modelo com a tabela abaixo:

Tabela 1. – Quadro de resumo do Meid

Fase 1 – Mapeamentos	
Atividades	Objetivo
1. Mapeamento Iconográfico;	<i>Visita estruturada por entrevista com registro fotográfico ou audiovisual.</i>
2. Mapeamento dos Fundamentos da Linguagem Gráfica;	<i>Levantamentos de dados, a partir das imagens selecionadas para registro dos discursos visuais, quais sejam, os elementos que são fundamentos da Linguagem Gráfica: cores, texturas, imagens, esquemas e tipografias; e os elementos textuais, que são característicos do grupo.</i>
3. Mapeamento da ordem Subjetiva	<i>Elaboração da relação com a base bibliográfica e os seguintes conceitos: o discurso, o imaginário, a materialização e o espírito do tempo.</i>
4. Mapeamento social implícito ao design	<i>Elaboração da relação com a base bibliográfica e os seguintes conceitos: as especialidades do design, a cultura, a economia, a tecnologia e o meio-ambiente.</i>
Fase 2 - engajamento com o objeto-problema	
Atividades	Objetivo
1. Realização do	<i>Conhecimento da realidade do grupo social sob a</i>

Briefing	<i>ordem metodológica do design de moda.</i>
2. Criação do mapa de inovações possíveis	<i>Entendimento do problema a partir da sua contextualização e observação da sua abrangência.</i>

A partir desse modelo de atividade, foram estabelecidas as orientações das ações no campo, sob os seguintes princípios:

1. O levantamento dos grupos sociais⁵, ou pessoas que estejam engajadas na produção cultural local, ou mesmo uma comunidade de produção artesanal, uma tribo urbana, uma cooperativa, uma empresa, uma comunidade de produção familiar, enfim um ajuntamento de pessoas, que tenha na sua cultura material a expressão de seus significados de produção.
2. A observação atenta aos comportamentos, linguagens e códigos contidos nos costumes dos grupos analisados, e notadamente como esse contexto se consolidava como sua produção material, por meio das etapas anteriores.
3. A aproximação da equipe aos grupos deve ser feita como parceiros, e se estabelecer uma relação de compartilhamento experiências e conhecimentos, para se chegar a uma relação dialógica entre o universo de design do qual a equipe é portadora e o conhecimento condicionante ao grupo estudado.
4. A necessidade do registro dos hábitos implícitos e compartilhados por esse grupo por meio dos discursos, da ação gestual, na possível relação mediatizada nas redes sociais, na imprensa e notadamente na expressão gráfica que encontrarem.

6. Aproximações com a temática da cultura de consumo

É importante se destacar que a forma como esta pesquisa está sendo conduzida se configura numa atividade de intervenção controlada por uma base teórica que parte do design e se dirige a grupos sociais por meio da sua identidade como cultura material e sua situação regional, abarcando assim sua situação geopolítica e sua inserção na economia como fatores relevantes para as discussões apresentadas. O levar em consideração as suas expressões culturais, como elementos de sensibilização de uma superfície ou mesmo de elemento conformador da sua aparência e como condicionante da investigação, configura-se aqui como um processo de discutir um modelo de pesquisa-ação a uma prática profissional engajada com a realidade local.

Esse entendimento acaba deslocando a perspectiva da atividade de design (e nesse contexto a de moda também) para uma relação que se estabelece para além do contexto da mítica criadora, e mais atuante na construção da realidade. Assim, moda e design podem ser consideradas atividades de

⁵ Aqui no texto quando for feita referência aos alunos de design, eles serão chamados de equipe, quando for referente ao grupo social será tratado com o termos “grupo”.

criação, mas que, diante dos aspectos econômicos e sociais impostos pela região Agreste, assumem uma articulação com a cultura de consumo que na maioria dos casos dialoga com uma materialidade e organização da produção que é regional, mas busca afirmação e significação por meio de uma subjetividade global.

Logo, esse diálogo entre subjetividade e materialidade tomando como contexto a cultura de consumo, notadamente, a cultura material de uma região, é muito importante nas discussões e considerações que aqui se organizam, visto que há uma intenção de se projetar objetos a partir desse contexto. O interessante aqui é entender que há uma perspectiva que precisa ser discutida, afim de se entender se o desenvolvimento econômico dessa região, de fato deve está condicionado a um programa visual de obrigatoriedade da impregnação dos valores simbólicos que são articulados por uma certa linguagem gráfica, regional e Agreste, sobre os objetos de design que estão sob as vigências e tendências do consumo de moda.

Perguntas como: será que todos querem bonecos de barro como estampa na roupas? Será que todos desejam ver e ler por letras de xilogravura? Ou será que intervir com design e criar novos objetos que muitas vezes apenas carregam em si uma memória artesanal geram assim uma aderência e uma significação que permita a sustentabilidade e o sustento da região e das pessoas envolvidas? São muitas questões que tangenciam a realidade sob a ótica do consumo de objetos artesanais. Quem consome produtos artesanais também consome a moda que é feita no agreste?

A partir desses questionamentos se observa que a relação de troca simbólica entre as atuações do design de moda e da produção artesanal, dentro dessa região é algo bastante pertinente e que não deve ser ignorado, pois essa discussão também alcança questões relativas à organização da produção e ao imaginário popular de ambos (design e artesanato), que dessa maneira acabam por encontrar-se com questões relacionadas ao universo do consumo, notadamente no que diz respeito a sua fenomenologia valorativa dos objetos e sociológica de distinção.

Sob essa ordem fenomenológica se pode perceber que sobre esse tema irá ocorrer um campo de ações deterministas (por ideologia de consumo) e determinantes (por condicionamentos econômicos e leis de mercado) que proporcionam uma dinâmica de discursos para o consumo de objetos que não pode ser ignorada, pois ela instrui, conforma, colabora, e determina a construção material vigente, e por conseguinte afeta a realidade das pessoas que estão envolvidas nesse contexto social.

Para explicar essa questão do contexto social que condiciona o objeto de estudo e as demandas discursivas em que se inserem os conteúdos da cultura de consumo, pode-se trazer para discussão os argumentos de McCracken (2003), quando aponta que, se o desejo de consumir é retroalimentado de desejos culturalmente construídos, a sociedade terá no consumo de moda um das maiores aspectos culturais, desse ponto de vista,

pela relação que ele assume como o acesso, a massificação e a distribuição de valores e também de significados.

Nesse sentido, as estruturas dos valores simbólicos e materiais que estão presentes no universo considerado: design de moda e produção artesanal do Agreste, também se articulam pelo desejo e pelas ações de consumo das tantas pessoas que vêm comprar nas Feiras da Sulanca e de Caruaru e as demais da região. Por exemplo, não se produziriam réplicas dos bonecos de barro de mestres como Vitalino e Galdino, se não existissem consumidores que dotam de sentido essa materialidade.

A importância de se observar esse contexto pelas lentes do consumo reside num fato essencial, que é o estabelecimento de discursos acadêmicos que garantam a esse projeto de pesquisa a sua aderência à realidade, para não se correr o risco de cair numa construção de argumentos romantizada, ou mesmo folclórica, evitando assim acionar uma ordem de significações que se esvazia enquanto práticas para o desenvolvimento econômico.

Dessa forma se pode entender que essa linha tênue na qual muitas vezes são colocadas as expectativas de uma produção de design localizada no agreste, que se articula entre atender as demandas de um mercado consumidor global – realidade economia condicionante do setorial de moda – e ao mesmo tempo garantir uma suposta qualificação simbólica nas peças, que se relacione com o imaginário e a produção artesanal local, é entendida aqui como um valor que ao mesmo tempo que é uma condição utópica para a materialidade, também se revela como uma orientação projetual muito importante como instrumento formador, como elemento de marca de significação do campo, e como expressão de uma realidade do design que está sob e paradigma da intervenção⁶, mas que na mesma medida precisa ser questionado, para que o design não assuma um ação messiânica de salvação da produção informal de moda.

O campo do consumo ainda colabora aqui como argumento estruturante para se evitar alguma nebulosidade discursiva ou mesmo prática nas questões discutidas, pode-se levantar um outro ponto controverso, e, por isso, muito importante de se discutir, que é a questão da ação intervencionista do design, e o fato de que ela pode orientar os projetos para a adoção de uma linguagem visual que os organiza sob uma aparência higienizada e artificializada pela sobreposição de expressões gráficas e formais excessivamente globalizadas.

É um lugar comum nas atividades de intervenção de design, os designers se colocarem sob um olhar estrangeiro diante de um grupo de produção artesanal, empreendendo o novo a partir da configuração de novas formas distantes demais da dimensão simbólica daquela expressão artesanal, e deflagrando concretamente identidades visuais deslocadas demais daquela realidade.

⁶ Este paradigma é aqui definido como sendo a relação contemporânea do design, como conhecimento interventor, numa perspectiva educacional e andragógica, na medida em que entende que educar é intervir na realidade dos sujeitos, assumindo assim uma alusão ao educador Paulo Freire. (omitido para revisão cega, 2013)

É possível se especular que esse tipo de projeto pode gerar uma situação imagética interessante, do ponto de vista dos deslocamentos que geram distinção dentro do campo de poder simbólico⁷ do design, mas controversos se tomados pelas leis de mercado, pois funcionam como se o objeto fosse colocado metaforicamente numa espécie de limbo simbólico, resultantes de simulações de ambiências de consumo que deixa o consumidor refém de objetos como bolsas tipo carteiro, jogos americanos, cadernetas, que atendem a uma relação de urgência especulativa pelo novo, mas que não necessariamente despertam o desejo de uso ou de distinção.

Enfim, esse tema é por si só cheio e controversias e de meandros em que repousam considerações de inclusão e exclusão social, de reserva e abertura de mercado que, notadamente, se estabelecem sob uma dinâmica em que, ao mesmo tempo em que a região Agreste passa por um processo de um forte desenvolvimento econômico, a realidade social precária expõe todos que constroem essa realidade, a idiosincrasia de seus extremismos que aparentemente parece atribuir valores de vilão e mocinhos para a relação de consumo e artesanato, respectivamente.

No final o que se apresenta é que a discussão acerca do consumo e das questões que se abrem diante dessa realidade do Agreste pernambucano, vai para além da ordem do inclusivo e exclusivo, ou consciente e solidário, mas evoca se pensar estratégias de atuação onde o princípio da inovação seja repensando diante da realidade encontrada e não da desejada política ou discursivamente, e dessa forma se possa garantir que inovar não será excluir, mas sim ensinar e aprender por participação construtiva da realidade que é contingente.

7. Considerações finais

Conclui-se este artigo enfatizando o quanto será importante para o desenvolvimento econômico e social da região agreste a construção de um mapa localizando geograficamente os tipos de ordem material mais freqüentes (tipologia material), e as formas (tipologia de objetos), mais utilizadas, para assim propor novos usos ou formas;

Assim como a identificação das expressões gráficas mais recorrentes e o entendimento do seu processo de significação e de identidade local, a fim de que se possa estruturar os argumentos para o exercício da glocalidade dentro da cultura de consumo.

Por fim, entender como aliar processos de desenvolvimento econômico, com a dinâmica cultural vigente da região Agreste por meio do design de moda, contribui para a promoção do bem estar social, e, dessa forma, a partir da ordenação desse processo, pode-se então retirar experiências para serem utilizadas como instrumentos de formação profissional em design.

⁷ Pierre Bourdieu (2005)

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Trad. Fernando Tomaz. 8 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

<omitido para revisão cega>. Apresentação e discussão dos MODELO EXPLORATÓRIO DE INTERVENÇÃO DE DESIGN – Meid: a ação em parceria como metodologia para o desenvolvimento da formação acadêmica em design. 9 colóquio de moda: Fortaleza – CE. 2013

MCCRACKEN, Grant. Cultura & Consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MENDONÇA, J. R. C. Interacionismo simbólico: uma sugestão metodológica para a pesquisa em Administração. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25., 2001, Campinas. Anais. Campinas: ANPAD, 2001.

MORGAN, G.; SMIRCICH, L. The case for qualitative research. Academy of Management Review, v. 5, n. 4, p. 491-500, 1980.