

## **DESIGN DE MODA E INOVAÇÃO: UM NOVO OLHAR SOBRE AS POTENCIALIDADES DO PÓLO DE CONFECÇÃO DO AGRESTE PERNAMBUCANO.**

Maria Teresa Lopes

### **RESUMO**

Este artigo visa apresentar a pesquisa situada na área de economia criativa. E se destina a apresentação de novos produtos de design, visando a busca de novos perfis de grupos de consumo para as materialidades já desenvolvidas no setor de artesanato e industrianato do Agreste pernambucano.

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

### **Abstract**

*This article presents research situated in the area of creative economy. E is for the presentation of new design products, aimed at the search for new profiles of consumer groups to the material issues already developed in the craft sector and industrianato the Pernambuco's Agreste.*

*Keywords: Innovation, Fashion design and Consumer groups.*

### **Introdução**

Esse artigo propõem-se a fazer um cruzamento entre dois campos teóricos: consumo e significação – e para este último toma como base as análises do discurso visual e verbal como base da significação Agreste que se articula com a produção artesanal para a geração de novos produtos para as demandas de consumo globais. Para tanto faz uso dos resultados de um pesquisa desenvolvida em 2014, que situa-se geopoliticamente, no Agreste e no Litoral pernambucano, intitulada: Mapeamento do potencial inovador do APL de confecção do agreste pernambucano, tendo como conhecimento de base para a inovação o design de moda, que atuou durante 14 meses no contexto do Arranjo Produtivo de Confecções, concentrando-se em 8 cidades (Caruaru, Bezerros, Toritama, Gravatá, Santa Cruz do Capibaribe, Poção, Pesqueira e Passira) e em Recife. A pesquisa que esse texto relata ocupou-se de investigar do ponto de vista da abordagem subjetivista de base qualitativa e interpretativista.

Os conteúdos tratados no decorrer da investigação trata o design de moda como um argumento para a inovação, e toma o consumo como um segundo argumento mais empírico que teórico que colabora também para a inovação.

Numa máxima simples, onde se acredita que novos produtos, possam conquistar novos perfis de consumidores. Contudo, como a base central de inovação se deu a partir do mapeamento dos perfis materiais da produção artesanal da região, como por exemplo: madeira, tecido, linha, barro, jeans, malha entre outros, essa pesquisa no entanto ocupou-se de se uma investigação que se situou no âmbito da significação e faz isso articulando dois objetos de análise uma material e objetual e outro imaterial, que são os discursos dos artesãos.

O corpo pragmático da pesquisa se deu a partir do mapeamento e da análise dos elementos formais (tipologia de objetos) e simbólicos (tipologias figurativas) que são conformadores dessa cultura material regional, e que na sua ordem material e aparente recebem a classificação de artesanato, industriano, ou mesmo de produção industrial. E adotou como objeto de análise os mecanismos de deflagração e de circulação de discurso que possibilitam o adensamento do imaginário em cultura material local, mas fazendo um corte onde o design de moda aparece como um conhecimento que também é pertinente a esse contexto e que serão apresentados a seguir.

Metodologicamente, e por conta da complexidade do contexto estudado optou-se por se criar um bloco de informações único, nomeado como **Mapa de Significação** das cidades, que aqui por conta do espaço exíguo somente serão apresentadas 5 cidades, àquelas que se relacionam com o objeto final que será apresentado, e que fora desenvolvido a partir de uma metodologia própria, intitulada **Sign-Crossing**, estruturada para esse contexto em que a dimensão cultural toma grande parte da ordem de significação do ambiente a ser inovado.

Por fim este artigo irá apresentar como todo esse contexto tão particular aos conteúdos de design: inovação e metodologia, se articula com o campo do consumo, mais particularmente, com os grupos de consumo autoral, conceito esse trabalhado pelo Future Lab Concept, do pesquisador Francesco Morace, no livro Consumo Autoral (2009).

## 2. MAPA DE SIGNIFICAÇÃO

Dentro dessa perspectiva de explorar e mapear essa realidade material e imaginária do Agreste, e entendendo esse mapeamento como a construção de uma coleção de marcadores e indicadores de contexto social de grupos humanos em sua ordem simbólica se pode então apresentar o **mapa de significação** que segue abaixo:

Figura 01: Santa Cruz do Capibaribe [Malha]

**Linha de significação**

**Santa Cruz do Capibaribe** > Malharia > Fonte de renda > Economia local e Geração de empregos

A produção de peças de roupa em malha na cidade de Santa Cruz do Capibaribe é um componente da sua significação. E nesse sentido a realidade econômica acaba se sobressaindo e significando toda uma cidade. Assim, as expressões nas ordens artísticas, culturais ou mesmo folclóricas se esmaecem diante da força política e econômica que é empresarial. Quanto ao posicionamento da cidade no campo da simbólico e econômico da moda e do design brasileiro, haverá, do ponto de vista do discurso e da prática uma repetição da dinâmica de Toritama, onde arte e design estão distantes da criação das peças.



Figura 02: Toritama [Jeans]

**Linha de significação**

**Toritama** > Jeans > Fonte de renda > Economia local e Geração de empregos

A produção de jeans de Toritama é uma significação dessa cidade. Mas numa dimensão cuja força significativa é de ordem capital, industrial e privada. Essa realidade foi iniciada a partir da dificuldade local em se trabalhar com a agricultura e agropecuária, uma vez que a cidade possui um clima semi-árido, que requer um investimento financeiro para atender esse tipo de produção. Atualmente a realidade dessa cidade está direcionada para o tratamento e a confecção de peças em jeans, ou seja, sua economia se fundamenta essencialmente no campo da moda, contudo Toritama vive uma dinâmica do ponto de vista do capital simbólico complicada, pois ao mesmo passo em que é uma das maiores produtoras de jeans do país, chegando inclusive a exportar a sua produção, na sua dinâmica discursiva e que se reflete na prática toma como base estética a cultura da cópia e o distanciamento dos campos da arte e do design. Nessa medida, a inovação é algo restrito ao maquinário para a indústria e muito distanciado da criatividade do imaginário humano.



Figura 03 e 04: Poção/ Pesqueira [Bordado]

**Linha de significação**

**Porção** > Renda Renascença > Fonte de renda > Tradição e Geração de empregos

O município de Poção tem na Renda Renascença uma grande força de significação, não necessariamente pela sua relação de produção, mas por receber toda a produção dos municípios que compõem a região e organizar uma dinâmica de comercialização nacional, tendo Recife como um ponto de escoamento estratégico dessa produção. Nessa cidade já existe uma circulação de discursos que permite que o design seja absorvido a partir da sua relação de inovação pela presença de um pequeno empresariado que entende que para se oferecer novos produtos é preciso inovar.





Figura 05: Gravatá [Madeira]



Esse mapa de significação ofereceu indicadores de processos de produção em que as materialidades estudadas, assim como os processos de produção, são hoje espaços muito interessantes para novas propostas de modelos de negócios e de novos perfis aparentes de objetos, pois acomodam os diálogos – designer e artesão e/ou designer e produtor em escala industrial – para assim se iniciar projetos de objetos de moda que favorecessem a realidade e contribuam para o desenvolvimento econômico e social da região.

### 3. Aproximações com a temática dos grupos de consumo e Considerações finais

Assim, dando continuidade a proposta de explicar como o design de moda quando articulado como um conhecimento de base para a inovação, pode ser discutido no campo do consumo, tomando como proposta produção de uma

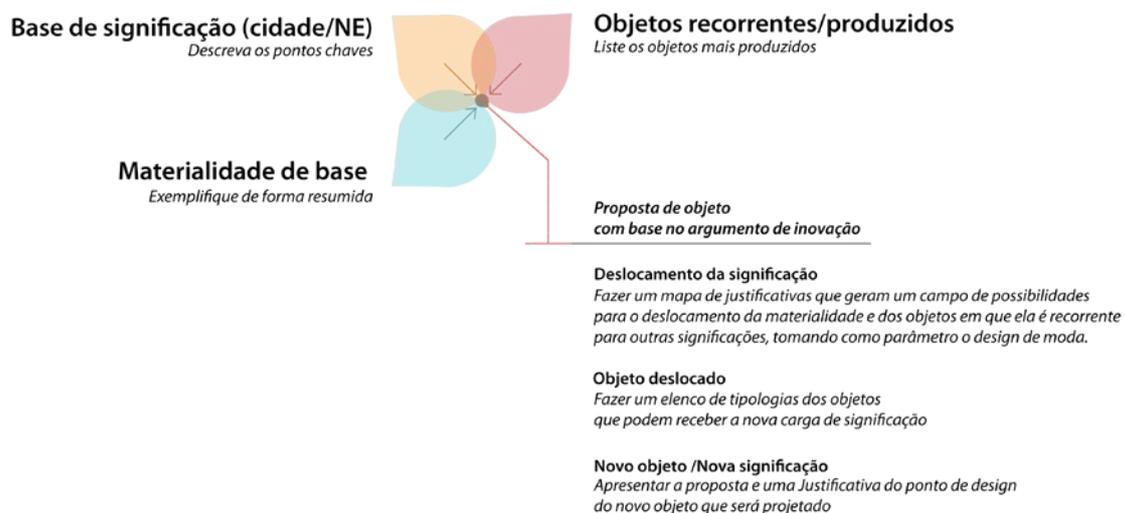
metodologia de produção de artefatos de moda. A ideia central é a de apresentar uma metodologia específica que transporte os valores culturais para a aparência dos objetos e em seguida localizar grupos de consumo que possam estar em paridade, e vice-versa, encontrar grupos de consumo que façam identidade de significação-aparente com objetos cuja a cultura nordestina seja um ponto importante de significação, sem no entanto cair no cômico, no pastiche ou mesmo folclórico.

### 3.1 Metodologia *Sign-Crossing*

Dessa forma, pode-se apresentar a *Sign-Crossing*<sup>1</sup> como a metodologia que se originou dessa significação mapeada, e com o auxílio do levantamento bibliográfico de uma revisão nas metodologias de design contemporâneas. Assim, constatou-se que apesar de muitos estudiosos da área apontarem a significação, ou a dimensão semiótica da produção com base na realidade como um fato de suma importância, não se encontrou uma metodologia de design que contemplasse esse contexto como algo intrínseco ao problema a ser resolvido. Assim optou pela criação de uma metodologia própria denominada de *Sign-Crossing* e que encontra-se apresentada no infográfico abaixo.

A finalidade dessa metodologia é a de proporcionar o desenvolvimento de objetos, por meio do olhar do designer, tomando como base as tendências de moda como parâmetros para a inovação.

Figura 6 – Infográfico da metodologia *Sign-Crossing*



<sup>1</sup> Essa metodologia foi desenvolvida pela autora do artigo e apresentada no relatório da pesquisa intitulada Mapeamento do potencial inovador do APL de confecção do agreste pernambucano, tendo como conhecimento de base para a inovação o design de moda, entregue ao CNPq.

Essa metodologia divide-se em duas fases, uma primeira de **Compreensão do contexto** em que esse objeto será produzido e uma segunda de **Proposição do objeto**. Sendo assim, e no intuito de garantir uma boa compreensão desse processo de como essa metodologia pode ser conduzida tomaremos o exemplo, do objeto proposto pela bolsista Camilla Dayanne, que trabalhou na cidade de Toritama, como argumento explicativo. Essa bolsista desenvolveu um projeto de uma carteira feminina em jeans, com apliques de renda renascença e fecho em madeira talhada.

A seguir as etapas da metodologia como elas forma aplicadas e a sua explicação etapa a etapa:

### [Fase 1] **Compreensão do contexto**

#### **a. Base de significação**

A base de significação é a etapa onde o designer irá inserir na sua base de dados de análise do contexto e da importância da atividade relacionada à moda para o município, bairro, rua, ou seja, a dimensão geopolítica em que ele está trabalhando. No caso do objeto aqui apresentado, essa dimensão foi composta por duas cidades, separadamente, a de Santa Cruz e a de Toritama. Isso se justifica por que Santa Cruz do Capibaribe é a maior produtora de confecção de Pernambuco e seu crescimento econômico e populacional se deu através da difusão da prática de faccionar roupas para a comercialização nas feiras do Agreste. Já o município de Toritama, é um dos menores municípios de Pernambuco e uma das maiores produtoras de confecções em tecido de jeans no Brasil, o seu crescimento econômico, também está relacionado com a confecção e comercialização de peças de vestuário.

Dentro dessa realidade a significação que a materialidade escolhida assume é determinada pela análise de discurso feita com as entrevistas anteriores, nesse caso de Camilla foi escolhido o jeans (para revestimento) e a malha (para forro) que assumem a significação no campo da moda local, como principal fonte de renda de duas cidades inteiras. Nesse sentido essa é uma materialidade muito comum, abundante em quantidade e tipologia aparente e de fácil acesso, e principalmente, se apresenta como algo tão comum que passa despercebido quanto a sua qualidade estética e potencialidade de criação e renovação de aparência.

#### **b. Materialidade de base**

Essa etapa da análise consiste em se entender a ordem formal predominante, ou seja, que formas essa materialidade se assume como realidade no ambiente estudado, notadamente, em que setor do campo da moda, quais os segmentos do vestuário, acessórios, calçados ela se apóia com mais frequência, e nesse sentido, que objetos se acumulam e são mais recorrentes, e por repetição e acumulação visual nas feiras, lojas, nos ambientes de circulação visual em geral, que por recorrência acabam assumindo uma significação de características dessa região. No caso aqui estudado o Jeans e a Malha.

### **c. Objetos recorrentes**

No caso das duas cidades analisadas, o mais encontrado em Santa Cruz do Capibaribe é a Malha, que do ponto de vista formal é recorrente nos três principais segmentos de vestuário, que são: Moda Feminina, Moda Praia e Moda Fitness, respectivamente, e em Toritama cuja materialidade é o jeans forma mapeados três principais peças que foram encontradas de maneira recorrente, que são: A calça, a saia e o short jeans. Dessa maneira sabe-se que para inovar dentro dessa realidade se deve evitar o somatório de todas essas recorrências. Entendido o que é comum e usual, agora pode-se passar a etapa seguinte, onde se buscará deslocar essa significação para um outro contexto, no entanto, sem deslocar tanto, ao ponto de que se possa perder, por exemplo, o acesso aos modos de produção.

#### **[Fase 2] Proposta do Objeto**

A segunda fase visa estruturar a realização da proposta projetual<sup>2</sup> criadora, que sob esse ponto de vista, organiza-se a partir de 3 (três) bases argumentativas favoráveis a inovação, conformando assim o corte inovador, que são elas:

##### **a. Deslocamento da significação**

Essa etapa compreende numa análise de um campo de potencialidades que esse designer pode trabalhar, e nesse caso ele deve levar em consideração suas habilidades projetuais, seu network, as dinâmicas de produção local e de consumo glocal, ou seja, tecer um campo de imbricações suas em relação ao projeto, tomando pra si a condição de interventor dessa realidade, mas sem perder o foco na renovação, na mudança de significação do objeto e especificamente no caso dessa pesquisa, todos os outros campos de interação que foram organizados, com a madeira de Gravatá, a Xilogravura de Bezerros, a renda e o bordado de Passira, Poção e Pesqueira e o Barro em Caruaru, no caso O objeto proposto tem como material base o jeans, para levar o significado que esse material tem na região para as peças, a fim de relacionar com o objeto proposto com a produção feita nas cidades estudadas, mostrando como o material pode ser trabalhado em outras perspectivas.

##### **b. O objeto deslocado**

No caso dessa etapa também é conduzida após um estudo das potencialidades do objeto, mas nesse caso da viabilidade de produção, e isso associando as dinâmicas de consumo glocal, essa é uma parte mais centrada na relação de consumo e fetiche dos objetos, mas tomando como perspectiva a negação da comunalidade e da recorrência dos objetos produzidos nas cidades estudadas. No caso trabalhado por Camilla, ela fez o

---

<sup>2</sup> É cabido uma explicação aqui de que a Sign-Crossing, ajuda o designer a estruturar a produção de objetos do ponto de vista da sua criação, pois é um processo de organização conceitual que sejam oriundos de uma realidade complexa como a do APL trabalhado. Já o contexto da produção do objeto, o que se recomenda é que o designer escolha a base metodológica com a qual ele tenha maior familiaridade e segurança.

deslocamento da materialidade do jeans do campo do vestuário para de acessórios de moda feminina, ou seja, o jeans aqui acaba deixando de ser percebido como componente da aparência do vestir (masculino/feminino) como calças, saias e shorts e é deslocado para a produção de acessórios, como é o caso da carteira.

### **Novo objeto/ Nova significação**

O objeto proposto por Camilla, foi uma carteira em que a materialidade base é o jeans, mas que recebe e sua superfície aplica com a renda renascença feita no município de Poção e a madeira da cidade de Gravatá.

Figura 7: Croqui do Objeto Proposto. Desenho de Bruna Melo e Gustavo Vieira *Fonte:* Adaptado pelo Autor



Este objeto proposto pela bolsista tem na base da carteira uma composição que é todo estruturada em madeira (Gravatá) e em jeans (Toritama) , na parte frontal ela tem uma aplicação de renda renascença (Poção), mas também pode ser feita um impressão em Silk e o seu fechamento é em zíper em formato de folha de madeira.

### **3.2 Articulações com o consumo**

De posse do objeto evocou-se uma necessidade, a de se articular com o campo do consumo, evocando assim a dinâmica de um grupo social que se estruturasse num comportamento global, e que estivesse engajado com uma cultura de consumo que a dimensão cultural fosse algo que singularizasse, para este fim encontrou se no autor Francesco Morace, em seu livro Consumo Autoral, um perfil de comportamento de consumo global – Singular Woman – Em que o autor identifica o Brasil como o país em que essas características são bastante significativas.

Morace com base nas pesquisas do *Future Lab Concept*, afirma que a *Singular Woman*, é uma mulher com idade entre 35 e 50 anos que tem um temperamento audaz, é segura de si e surgiu a partir do enfraquecimento da identidade masculina. Esse grupo social/perfil de consumo feminino funcionou para esta pesquisa como uma identidade coletiva, como um caminho para a personalização que estaria apto a receber na sua base de significação os valores articulados esteticamente pela carteira acima projetada, e assim trazer essa significação para si.

Isso ocorreu pelo fato de que a *Sign-Crossing* garantiu que fossem inseridos um grupo de valores simbólicos na superfície do objeto (carteira), formando assim a sua aparência, cujos componentes estéticos se articularam em dois pólos valorativos de oposição: um popular (interpretado como jeans e Malha) e outro de luxo (interpretado no aplique da renda). Essa bipolaridade significativa, característica desse projeto de design de moda buscou articular valores significantes do grupo *Singular Woman*, que apresenta conceitos como a audácia, a singularidade e a força feminina como particulares e significadores.

Nesse sentido pode-se então concluir com a afirmação que até o presente momento, a realidade do Agreste pernambucano na qual está localizado o pólo de confecção permite se trabalhar numa perspectiva inovadora, em que o design de moda é um agente dessa inovação. E, ao mesmo tempo, essa dinâmica de mudança de comportamento objetual pode também ser direcionada a uma ordem de consumo global, gerando assim produtos com valores locais (Global e Local), sem no entanto que os valores da cultura nordestina sejam expostos de maneira folclórica, depreciativas, ou mesmo o pior de forma inexistente.

### **Referências Bibliográficas**

LOPES, M.T. 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

LOPES, M.T. Relatório de pesquisa: Mapeamento do potencial inovador do APL de confecção do agreste pernambucano, tendo como conhecimento de base para a inovação o design de moda. CNPq, 2015. (Prelo)

MORACE, Francesco. Consumo autoral: as gerações como empresas criativas. [trad.] Kathia Castilho. São paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009.

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.