

ARTICULAÇÃO PARA SUSTENTABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL NO SISTEMA DE MODA VIA ARTESANATO

Articulation for social and environmental sustainability in the fashion system

Factum, Ana Beatriz Simon; Dra.; Universidade Federal da Bahia,
biasimon@gmail.com¹

Quaresma, Ursula; Mestranda; Universidade Federal da Bahia,
projetandomoda@gmail.com²

Resumo: Este artigo aborda as problemáticas ambientais e sociais causadas pelo sistema da moda na contemporaneidade e aponta a aplicação dos princípios da moda circular para o reaproveitamento de resíduos têxteis, estimulando a articulação entre indústria e artesanato na produção de produtos sustentáveis capazes de diminuir desigualdades sociais e a agressão ao meio ambiente.

Palavras chave: Moda Circular; Artesanato; Reaproveitamento.

Abstract: This article addresses the environmental and social problems caused by the contemporary fashion system and points to the application of the principles of circular fashion for the reuse of textile waste, stimulating the articulation between industry and handmade in the production of sustainable products capable of reducing social inequalities and aggression to the environment.

Keywords: Circular Fashion; Handmade; Upcycling

Introdução

O presente artigo apresenta os resultados parciais obtidos na investigação desenvolvida no mestrado do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais (PPGAV) da Escola de Belas Artes (EBA) da Universidade Federal da Bahia

¹ Profa. Dra. do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia (UFBA), líder do grupo de pesquisa Design, Arte e Tecnologia da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) e pesquisadora no grupo de pesquisa Design, Sustentabilidade e Responsabilidade Social da UFBA.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia (UFBA), graduada em Pedagogia e pós-graduada em Design Estratégico pelo Instituto Europeo di Design (IED).

(UFBA). O estudo nasceu a partir da inquietação da pesquisadora quanto aos danos ambientais que as indústrias de moda baiana vêm causando como resultado do descarte dos resíduos têxteis, gerados principalmente na produção de uniformes, moda praia e moda feminina. Observou-se também o fato de a moda relacionar-se com diversas áreas, tais como arte, artesanato, design, além de com seu principal foco: o usuário – relações em que estão envolvidos, dentre outras questões, identidade e consumo.

Segundo a Agenda 2030 para Desenvolvimento Sustentável (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2015), o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 12 foi estabelecido para assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis, para que as organizações possam planejar e implantar a redução substancial de geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso. Para o consumidor, foi previsto que, em todos os lugares, as pessoas tenham informações relevantes e conscientes para o desenvolvimento sustentável, além de um estilo de vida harmonioso com a natureza. Desde então, o modelo praticado pelas indústrias filiadas ao Sindicato da Indústria de Vestuário e Artefatos de Joalheria e Bijuteria do Estado da Bahia (SINDIVEST) passou a ser o objeto de estudo, já que, até o momento presente, descartam seus resíduos têxteis sem estabelecer uma sistematização para o reaproveitamento.

Essa investigação objetiva, portanto, contribuir para o aproveitamento daquilo que seria descartado pelas indústrias filiadas ao SINDIVEST, por meio de uma articulação de responsabilidade social com grupos de artesãos de várias localidades do estado da Bahia, constituindo a base empírica dessa pesquisa cuja pretensão é demonstrar que é possível tecer uma rede de solidariedade de preservação ambiental e de combate à pobreza, tendo como elementos mediadores a arte e o design. Além disso, busca evidenciar que indústria e artesanato não são antagônicos, estando suas histórias entrelaçadas com a moda brasileira e sendo o artesanato a sua possibilidade de identidade e distinção nesse mundo globalizado.

Tendo o projeto *Sotaque art* como sua base empírica, o delineamento da experiência possui como referencial metodológico a pesquisa-ação, isto é, 'pesquisa voltada para descrição de situações concretas e para a intervenção ou

ação orientada em função da resolução de problemas efetivamente detectados nas coletividades consideradas' (THIOLLENT, 2006, p.15). Para atender os desdobramentos do projeto-piloto, foram realizadas visitas para identificação das técnicas e tipologias do artesanato têxtil em diversos grupos artesanais, bem como a indústrias, para alinhamento quanto à quantidade e tipos de resíduos descartados. Também foram feitos levantamento do perfil dos consumidores conscientes; revisão bibliográfica sobre os impactos gerados pelo *fast fashion* na sociedade e no meio ambiente e os benefícios da Economia Circular no sistema da moda; além de pesquisa de mercado para identificação de soluções inovadoras e projetos alinhados ao movimento crescente de iniciativas sustentáveis, reconhecido em todo o mundo como “moda circular”.

Esse artigo está composto por esta introdução e pelas seguintes seções: *Panorama Socioambiental da Moda na Contemporaneidade*, onde se faz uma breve revisão de literatura sobre o setor de moda, seus impactos no meio ambiente e suas possibilidades de mudança ao adotar os princípios da moda circular. Em *Artesanato e Indústria: Uma articulação a favor da responsabilidade socioambiental*, relata-se uma perspectiva histórica da passagem dos processos de produção artesanal para o industrial, propondo uma rearticulação entre artesanato e indústria no setor de moda, a fim de tornar os produtos brasileiros competitivos no cenário globalizado. Em *Tecendo uma rede de moda sustentável na Bahia: Sotaque art*, descreve o processo de desenvolvimento do projeto-piloto *Sotaque art*, desde a idealização até a sua implementação e seus possíveis caminhos de consolidação. Por fim, encerra-se com as considerações finais.

Panorama Socioambiental da Moda na Contemporaneidade

Na sociedade contemporânea sem fronteiras, a indústria da moda apresenta-se como um fenômeno integrado aos níveis econômicos, sociais e ambientais da localidade onde está inserida, sendo corresponsável por criar soluções estratégicas para os procedimentos insustentáveis de “extrair, fazer e descartar” que o seu processo linear produtivo vem gerando e que resulta na

exploração e, conseqüentemente, na redução dos recursos naturais disponíveis no planeta e nas desigualdades sociais.

Trata-se de uma das indústrias mais poluentes do mundo: toneladas de peças do vestuário e seus resíduos são frequentemente queimados a céu aberto ou depositados em lixões, contaminando o ar e o solo. Segundo o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), estima-se que o descarte nos oceanos seja o responsável direto pela morte de mais de um milhão de pássaros e de 100 mil mamíferos marinhos, como baleias, focas, leões-marinhos e tartarugas. Um acúmulo de 4 milhões de toneladas de objetos, 90% de plástico juntamente com fibras, restos de roupas e retalhos de tecidos, resultou na formação de uma grande ilha de lixo no Oceano Pacífico, a 2 mil quilômetros do Havaí.

Em um sistema pulverizado de mão de obra, a exploração do trabalho infantil e escravo em países em desenvolvimento ficou evidente após o desastre ocorrido em 2013 no complexo de fábricas Rana Plaza, em Bangladesh. Diante dos fatos expostos na mídia global, milhões de consumidores despertaram para as conseqüências do consumo desenfreado que multiplica a cada momento os problemas ambientais e sociais, e que é alimentado pelo modelo de negócio criado na Europa, amplamente aplicado e conhecido como *fast fashion* ou moda rápida, responsável por produzir roupas de baixo custo, com baixa qualidade, em pouco tempo, gerando toneladas de resíduos e atendendo uma falsa “necessidade” de consumo na busca incessante pelas novas tendências.

Se continuarmos encarando a “necessidade” como um valor fixo e universal, passível de redução quantitativa e reivindicação, então por certo não conseguiremos identificar e encarar problemas mais urgentes da humanidade. Aos olhos dos membros de sociedades industriais avançadas, uma coisa é clara: se não reexaminarmos nossas “necessidades”, arrastaremos a todos para a morte. Pois o que em geral achamos necessário à maioria de nós é, na verdade, a negação de nossos meios de sobrevivência. Separar as necessidades que amparam a vida das que destroem não deve ser visto como preocupação moral e sim como imperativo ecológico. (FRY, 2009, p.61)

A “necessidade” atual é conscientizar e promover a produção sustentável no sistema de moda, pois o modelo *fast fashion* vem causando fenômenos

irreversíveis. Neste contexto, o reaproveitamento dos resíduos gerados nas indústrias ganha cada vez mais importância, evitando sempre o seu acúmulo sem destinação adequada. Como já foi dito, 'as atividades humanas não devem interferir nos ciclos naturais' (MANZINI; VEZZOLI, 2005, p.27), o que demanda uma mudança de comportamento de uma sociedade baseada no consumo para uma sociedade conscientizada, capaz de valorizar a produção de artigos de modo socialmente justo e ambientalmente correto.

O sistema da moda enfrenta na contemporaneidade desafios em atender o consumismo impulsionado pelo crescimento e evolução da população. Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população mundial deverá chegar a 9,3 bilhões em 2050, um crescimento que deverá ocorrer, principalmente, nos países em desenvolvimento, que concentrarão 85% deste total.

No âmbito do desenvolvimento sustentável e com base nos princípios da Economia Circular, desde 2014, em todo o mundo, grandes marcas, ateliers e estilistas realinharam estrategicamente a visão e a missão dos seus negócios aos princípios da sustentabilidade, abrangendo a preservação da natureza, eliminação da pobreza, crescimento econômico e a garantia da existência das gerações futuras com ações baseadas no reaproveitamento infinito da matéria-prima, adotando o termo "moda circular".

De acordo com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) (2015), a moda circular é baseada no reaproveitamento infinito e efetivo de produtos têxteis, tecidos e fibras por meio de processos industriais que se complementam de forma econômica e transparente, em que produtores utilizam práticas de negócios que possibilitam o uso circular de materiais, prezando pela justiça social e estimulando uma relação saudável entre indústrias de moda e o meio ambiente baseada em práticas sustentáveis de consumo. A moda circular se tornou o grande tema de discussão da atualidade em importantes centros fabris, acadêmicos e fóruns econômicos em todo o mundo, e propõe estratégias e práticas que vão causar um verdadeiro colapso e mudanças de paradigmas na cadeia de valor desse segmento industrial.

Sendo assim, observa-se a estrutura dos princípios da moda circular, definido pela Sra. Anna Brismar³, que buscou nos princípios da Economia Circular e do desenvolvimento sustentável o estabelecimento da circularidade da matéria-prima com vistas ao seu ciclo infinito, sem que haja perda de valor.

São eles:

Princípio 1: Design com propósito – Propósito de desenvolver produtos e serviços de acordo com os conceitos regenerativos e restaurativos da Economia Circular, objetivando a manutenção de produtos, componentes e materiais em seu mais alto nível de utilidade e valor o tempo todo.

Princípio 2: Design para longevidade – Concepção de produtos com materiais nobres, estendendo a durabilidade, evitando o consumo contínuo e, posteriormente, o acúmulo de lixo.

Princípio 3: Design para eficiência de recursos – Concepção de produtos que consumam menos recursos como tempo, capital, mão de obra, combustível, energia, água etc.

Princípio 4: Design para biodegradabilidade – Concepção de produtos prevendo a decomposição sem agressão, beneficiando o meio ambiente.

Princípio 5: Design para reciclagem – Concepção de produtos prevendo a reciclagem como oportunidade para novos produtos e novos conceitos, fomentando a reciclabilidade dos materiais e evitando o acúmulo de lixo.

Princípio 6: Fonte e produção localmente – Uso de matéria-prima e mão de obra da própria localidade, região ou país, estimulando o desenvolvimento, a autonomia e a manutenção de grupos produtores, cooperativas e artesãos por meio da valorização de seus conhecimentos, técnicas e tradições.

Princípio 7: Fonte e produção sem toxicidade – Uso de materiais de baixo impacto, minimizando a dispersão de tóxico. Para esclarecimento, a toxicidade é a capacidade que uma substância tem de causar efeitos prejudiciais a um determinado organismo que tenha sido exposto a ela.

Princípio 8: Fonte e produção com eficiência – Uso de estratégias para definição de arranjo físico adequado e tecnologias para produção limpa. Para

³ Proprietária da empresa de consultoria sueca Green Strategy. Disponível em: <<http://www.greenstrategy.se/en/>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

esclarecimento, produção limpa representa a aplicação de uma estratégia econômica, ambiental e técnica integrada a processos e produtos, a fim de aumentar a eficiência do uso de matérias-primas, água e energia, com benefícios ambientais e econômicos para os processos produtivos.

Princípio 9: Fonte e produção com fontes renováveis – Maximização para utilização sustentável de recursos renováveis nos processos produtivos, fazendo uso de energia eólica, solar, hídrica ou hidroelétrica, bem como das ondas e das marés e da biomassa.

Princípio 10: Fonte e produção com boa ética – Produção capaz de garantir condições dignas e seguras de trabalho em todas as suas etapas, da plantação do algodão até os ateliers de costura. Inclui o pagamento de salários justos para mulheres, determinados grupos étnicos e artesãos, transparência dos atores e suas condições de trabalho e também transparência a respeito da origem e tipo de matérias usadas.

Princípio 11: Fornecer serviços para apoiar a vida longa dos produtos – Estratégias que podem estar inseridas no modelo de negócio das empresas, atendendo o ciclo de vida do produto e as necessidades dos consumidores, sendo elas: reparos, reuso, conserto e reciclagem.

Princípio 12: Reutilizar, reciclar ou adubar (compostagem) todos os restos – Estratégias que podem estar inseridas no modelo de negócio das empresas, para o reaproveitamento das fibras têxteis, resíduos têxteis e reutilização de peças de roupa para concepção de novos produtos. Para esclarecimento, compostagem é o processo biológico de valorização da matéria orgânica, seja ela de origem urbana, doméstica, industrial, agrícola ou florestal, e pode ser considerada como um tipo de reciclagem do lixo orgânico.

Princípio 13: Incentivar ampla colaboração – Estimular ações que promovam o comércio justo, conscientização dos consumidores, empresários, instituições públicas e privadas para definição de pontos de coletas e de descarte de artigos e resíduos têxteis, conhecimento compartilhado para um consumo mais consciente e sustentável, valorização e aproximação de todos os atores envolvidos para estabelecimento de trocas de experiências em prol de soluções sustentáveis. Estabelecimento de relações horizontalizadas entre as

marcas, os grupos produtores e os consumidores, para valorização dos conhecimentos tradicionais, dando espaço à criação e inovação inerentes a cada ofício.

Os 13 princípios acima atendem às perspectivas da indústria, sendo o princípio 12 relevante também para o consumidor, na descrição quanto à reutilização de peças de roupa para serem usadas na concepção de novos produtos. Outros três princípios seguem listados: 14 – Use, lave e repare com cuidado; 15 – Alugar, emprestar, trocar peças de segunda mão ou customizar a peça em vez de comprar uma nova; e 16 – Comprar qualidade ao invés de quantidade.

O ciclo de vida dos artigos de moda, ao invés de causar impacto negativo, pode, portanto, contribuir para o desenvolvimento do bem-estar dos ecossistemas e sociedades. A definição da Fundação Ellen MacArthur⁴, especialista no tema, versa que a Economia Circular é reparadora e regenerativa pelo design, e visa a garantir que os produtos, componentes e materiais em geral mantenham a sua utilidade e valor em todo o seu ciclo de vida. Aderir à moda circular é o caminho futuro viável para o *fast fashion* e todo o sistema da moda, cabendo aos estilistas, designers, empresários, consumidores e todos os envolvidos adotar os princípios capazes de promover uma moda ética e sustentável.

Entende-se que o papel do designer de moda terá grande importância quanto à implementação e ao desenvolvimento de novos modelos de negócios dispostos a adotar os princípios da moda circular. Salcedo (2014) cita que o verdadeiro desafio é repensar e redefinir a forma de desenhar, produzir, distribuir e utilizar as peças, o que deve ter início já na fase de concepção. Dentro desses desafios, entra o reaproveitamento dos resíduos têxteis que estrategicamente podem vir a ser utilizados no desenvolvimento de novos produtos. Como conclui Seiffert (2011, p.150), 'A pesquisa e o desenvolvimento, almejando converter resíduo em produtos, podem não ser simples, mas os benefícios decorrentes são evidentes'.

⁴ A Ellen MacArthur Foundation foi estabelecida em 2010 com a missão de acelerar a transição rumo a uma economia circular. Desde a sua criação, a Fundação se tornou uma das líderes globais de pensamento, inserindo a economia circular na agenda de tomadores de decisão em empresas, governos e na academia. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/economia-circular-1/conceito>>. Acesso em: 6 set. 2017.

Entretanto, o tempo entre a conscientização, a aplicação dos princípios da moda circular no desenvolvimento de produtos e serviços e a sua implementação nos modelos de negócios não pode ser longo. Salvar o planeta é uma atitude complexa e o sistema da moda não pode agir com morosidade. Trata-se de uma questão de respeito aos limites ecológicos, em que o homem e o planeta estão ameaçados. Posto de maneira objetiva:

[...] em definitivo, o design para a sustentabilidade pode ser reconhecido como uma espécie de design estratégico, ou seja, o projeto de estratégias aplicadas pelas empresas que se impuseram seriamente à prospectiva da sustentabilidade ambiental. (MANZINI; VEZZOLI, 2002, p.23)

Nesse contexto, os negócios de moda podem vir a atuar em mercados segmentados, definindo, dentre outras estratégias, o estabelecimento de uma relação com os consumidores conscientes, a fim de atender às suas exigências no processo de compra. Cada vez mais informados, estes consumidores pesquisam sobre o processo produtivo do bem ou serviço que está adquirindo e o seu impacto no desenvolvimento sustentável, desde o início da cadeia produtiva, passando pelo uso/consumo, até o descarte.

Para os consumidores que ainda não foram sensibilizados, os negócios de moda devem adotar estratégias para conscientização, com atitudes de engajamento, incentivando-os a fazer com que o seu ato de consumo seja também um ato de cidadania. De acordo com o Ministério do Meio Ambiente (MMA), o consumo consciente é uma contribuição voluntária, cotidiana e solidária para garantir a sustentabilidade da vida no planeta. Vale ressaltar que o foco do designer de moda não pode ser somente no desenvolvimento de produtos, mas nos atores sociais envolvidos em toda a cadeia da moda e na real aplicação dos princípios da moda circular nas suas práticas profissionais, oportunizando a sustentabilidade social e ambiental em todo o sistema.

Artesanato e Indústria: Uma articulação a favor da responsabilidade socioambiental

Compreender o momento de transição da produção artesanal têxtil para a industrial tem sido o fio condutor das memórias presentes na história da humanidade, que, desde a sua origem, buscou dominar e transformar os recursos naturais disponíveis no meio ambiente para uso na fabricação de indumentárias, as quais são capazes de representar os hábitos e os costumes de um povo. A partir do momento em que os tecidos, bordados, modelos e a maneira de os usar se transformaram em uma norma estética dos nobres da sociedade, esses artigos se tornaram moda. No passado, classe inferior não pôde seguir a moda, experimentando seus encantos somente como mão de obra.

Os primeiros tecidos nasceram da manipulação das fibras com os dedos. Assim o homem deu início à arte da cestaria, e de sua evolução surgiram os primeiros tecidos. Descobrimos novos modos de entrelaçar, novos desenhos foram criados e outras texturas foram sendo descobertas. Os primeiros cestos e os primeiros têxteis se diferenciavam não apenas pelas técnicas usadas em sua elaboração, mas, principalmente, pela escolha de materiais a serem tramados. (PEZZOLO, 2007, p.11)

O artesanato têxtil foi a primeira forma de produção independente, no qual o produtor detinha os meios de produção: instalações, ferramentas e matéria-prima. Em casa, sozinho ou com a família, o artesão realizava todas as etapas da produção. Os alfaiates foram os primeiros artesãos independentes que estabeleceram seus negócios nas cidades medievais.

A manufatura resultou da ampliação do consumo, que levou o artesão a aumentar a produção. Conseqüentemente, foram contratados para dar acabamento, tingir, tecer e fiar os tecidos. Surgiram fábricas, com assalariados, e a produtividade aumentou graças ao uso de máquinas, que resultaram em avanços significativos para a produção, já que novas tecnologias foram implantadas.

A partir de 1880, prevendo o avanço industrial e a desvalorização do artesão, o movimento estético inglês *Arts and Crafts*, ou Artes e Ofícios, liderado pelo designer William Morris e pelo crítico de arte John Ruskin, foi implantado em defesa do artesanato criativo, original e funcional como

alternativa à mecanização e à produção industrial. O movimento questionou principalmente a má qualidade dos produtos produzidos pela indústria, que apresentou, dentre outros fatores, a carência de criatividade e inovação tão desejadas pela burguesia da época.

A sociedade atual almeja esses mesmos fatores e busca nos artigos de moda processos artesanais, dotados de simbologias e de identidade dos atores que os fazem, sejam aplicadas em toda a peça ou em detalhes que enriquecem e valorizam o visual do usuário. É um movimento contrário aos produtos padronizados, criados pelo *fast fashion*, que homogeneizou as culturas diante da globalização.

Desde que existo que acredito no feito à mão. O que o homem faz me emociona. Sempre disse que devemos preservar estas “mudinhas” de pessoas maravilhosas, cujas filhas, muitas vezes, não querem mais fazer o ofício da mãe, principalmente quando ele não é valorizado. O customizado nunca esteve tão na moda e o fato é que o artesanal é sempre exclusivo e dá a cada um a grande oportunidade de ser ele mesmo. (ARANTES, 2012)

Sugere-se que, como no passado, o artesanato têxtil e a indústria da moda se complementem, oportunizando visibilidade ao potencial produtivo dos artesãos que são capazes de agregar valor cultural aos artigos, utilizando, dentre outras técnicas, a tecelagem, o crochê, os bordados, o tricô, as rendas e o *patchwork*, agregando aos artigos diferencial competitivo frente à acirrada concorrência no sistema da moda.

Enquanto o *fast fashion* estimula o consumo desenfreado, não permite que o ecossistema se regenere. O *slow fashion* pode ser uma estratégia usada nos negócios, pois incentiva as indústrias, designers e consumidores a tomarem decisões adequadas e justas, para gerar impactos positivos na sociedade e no meio ambiente.

Tratando-se do processo produtivo artesanal, é evidente a preocupação das indústrias com o tempo de produção dos artigos, cumprimento de prazos, sustentabilidade, design contemporâneo e aceitação pelo consumidor. Cabe então ao designer estabelecer estratégias no desenvolvimento de coleções que podem ser alinhadas ao conceito *slow fashion*, conceituado por Marchioro

(2010, p.173) como processo de criação e produção dentro da mesma linha de pensamento da cozinha lenta: são peças desenvolvidas com ênfase no design, confeccionadas com matérias-primas selecionadas, com capricho e qualidade, para possibilitar um longo período de uso.

Sendo assim, o artesanato vem de encontro aos valores do *slow fashion*, por ser uma produção mais lenta, que deverá ser planejada, diminuindo o impacto social e ambiental, uma vez que a produção estará em um ritmo mais saudável e alinhado aos ciclos naturais, respeitando também o tempo e as condições do artesão que, estimulado, será ator de desenvolvimento nas suas comunidades. Isto oportuniza melhores condições de vida e combate o desemprego.

Para Borges⁵, a descrição adotada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), em comparação a outras corriqueiramente disponíveis, é a mais adequada para descrever a produção artesanal.

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente a mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias-primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social. (UNESCO, 1997 apud BORGES, 2011, p.21)

O futuro da moda está em conectar os consumidores na essência das técnicas artesanais. Afinal, 'ninguém pode negar o luxo que é adquirir uma peça exclusiva, ainda mais quando trabalhada manualmente' (AGUIAR, 2012, p.13). Fato que decorre na constante da história da humanidade, que coloca em evidência processos produtivos que integram o passado com o presente e o antigo com o moderno.

Para Berlim (2012), a posse ou o consumo de produtos, sejam eles materiais ou imateriais, representam para o sujeito moderno muito mais do que

⁵ Adélia Borges é jornalista e atua como curadora em exposições com foco em artesanato e design. Disponível em: <<https://www.adeliaborges.com/perfil/>>. Acesso em: 6 set. 2017.

simples aquisição. Os valores atribuídos aos produtos os transcendem e as motivações do consumo de moda vão além da clássica explicação da busca por status. O consumidor atual orienta-se também, e talvez mais do que se imagina, por valores individuais, emocionais e psicológicos.

No que se refere ao artesanato, este se apropria de elementos que constituem a cultura material e imaterial, se valendo de cores e formas das paisagens locais, do patrimônio histórico, da arquitetura típica, das lendas e festas populares. Geralmente, tem como características a beleza, utilidade e a arte. Além de ser uma atividade produtiva, é também um meio de expressão cultural do homem. Para os consumidores, significa artigos exclusivos e para a indústria da moda, diferencial competitivo.

Tecendo uma rede de moda sustentável na Bahia: *Sotaque art*

Com o apoio da organização brasileira Baanko Challenge⁶, que está presente na América Latina para fomentar negócios de impacto social, foi estabelecida, no segundo semestre de 2016, a implementação durante três semanas do modelo de negócio-piloto *Sotaque art*. Projetado pela autora desta pesquisa, este modelo reconhece a importância do papel do designer pela busca por soluções sustentáveis na promoção de práticas colaborativas da indústria da moda com artesãos. Contribui, assim, para a conservação da identidade cultural e dos modos de fazer e saber-fazer do artesanato baiano, visando ao reaproveitamento dos resíduos têxteis gerados pelas indústrias filiadas ao SINDIVEST.

No Brasil, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) estabelece que resíduo é todo o material, substância, objeto ou bem que já foi descartado, mas que ainda comporta alguma possibilidade de uso, por meio da reciclagem, do reaproveitamento ou de processamento industrial. Frente à complexidade visualizada no assunto, começou-se a pensar a respeito das questões específicas que envolviam o papel do designer em diferentes momentos no

⁶ A Baanko é uma organização que utiliza os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU para fomentar o ecossistema de Negócios de Impacto Social. Disponível em: <<http://baanko.com/>>. Acesso em: 6 set. 2017.

desenvolvimento de produtos economicamente viáveis, ambientalmente corretos e socialmente justos.

Durante os estudos para definição dos atores sociais envolvidos, a pesquisadora identificou uma outra problemática no contexto da sociedade baiana: a extinção, em 2015, do Instituto Mauá, órgão do Governo do Estado que foi criado em 1939 e que promovia o incentivo da produção artesanal dos 11 mil artesãos baianos, espalhados por diversos municípios. Em sua sede, expunha permanentemente cerca de duas mil peças em cerâmica, couro, cestaria e trançados, tecelagem, metal, renda, madeira, lapidação e reaproveitamento de retalhos e de sucata, com predominância da cerâmica para comercialização.

O Instituto Mauá promovia capacitações que ocorriam em diversas localidades, dentre elas indígenas e quilombolas, apoderando a maioria das mulheres presentes na atividade e fomentando a continuidade das tipologias artesanais transmitidas de geração em geração.

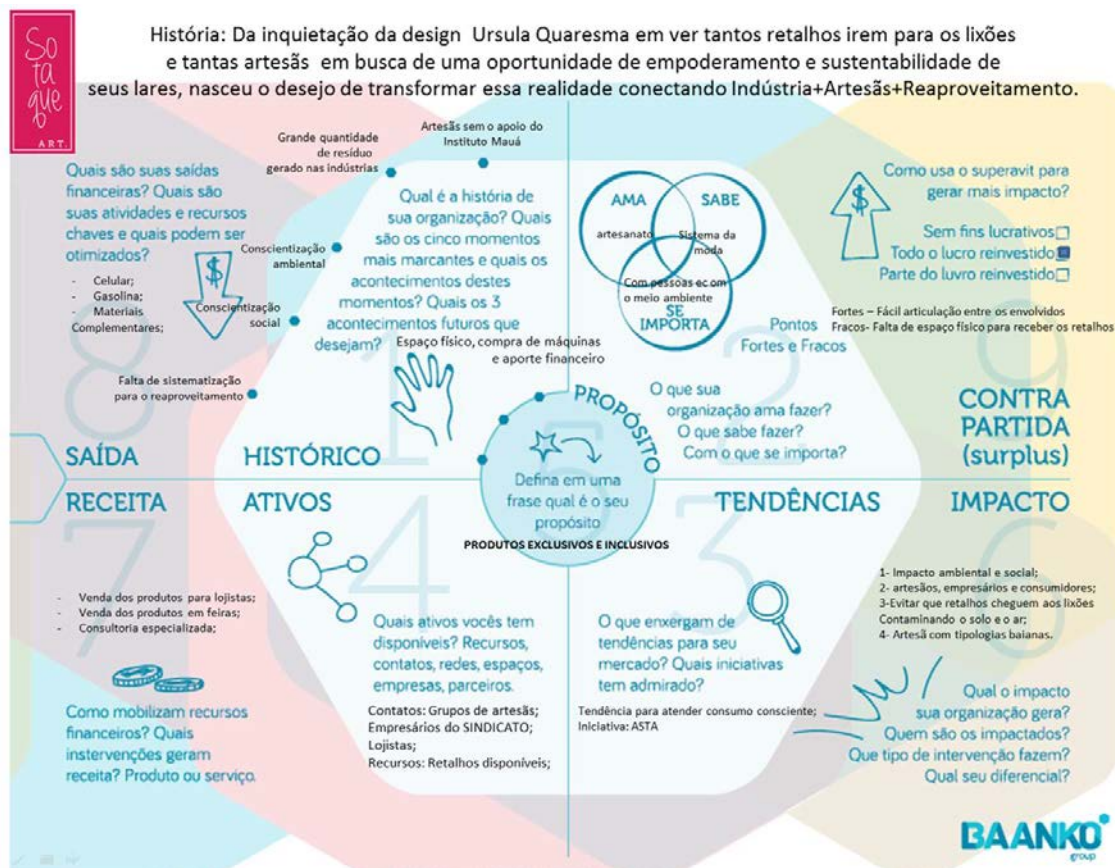
Integrar a indústria da moda, resíduos têxteis e artesãos foi um dos caminhos encontrados para o cenário desestruturado e sem perspectivas, visto que as mudanças necessárias no mundo da moda não se restringem apenas a essa indústria, sendo aplicável em outros setores que possuem demanda volátil, como é o caso do artesanato. Manzini (2003) coloca que o papel do designer é fundamental e que o profissional deve começar compreendendo o contexto no qual irá atuar e gerar transformações. Deve também compreender as mudanças já em progresso da sociedade em rede e do conhecimento, o que exige dos atores sociais, entre eles os designers, novas formas de pensar e agir.

Dessa maneira, a fim de vivenciar na prática os possíveis caminhos pela busca por soluções colaborativas, foi realizado o modelo de negócio-piloto *Sotaque art*, comprometido em validar o fortalecimento dos dois processos complementares – indústria e artesanato –, com vistas ao reaproveitamento dos resíduos têxteis. Para empoderar as artesãs, foi dada a elas a decisão de uso dos resíduos têxteis no desenvolvimento dos produtos. Para tanto, foram realizadas visitas com vistas a apresentar a nova proposta, promovendo uma

interação e troca de experiências entre as artesãs e a pesquisadora. Durante as visitas, foi possível constatar que o modelo proposto estava gerando responsabilidade socioambiental para as indústrias e inovação social para as comunidades, oportunizando cooperação, solidariedade e, principalmente, empoderamento dos atores envolvidos no processo.

Sob a orientação da equipe do Baanko Challenge, foi preenchido o Canvas Social (Figura 1), atendendo todas as necessidades e particularidades propostas por todos os envolvidos: empresários sindicalizados, artesãos, designer e consumidores.

Figura 1: Canvas social



Fonte: <http://blog.baanko.com/modelagem-de-negocios-de-impacto-social/>, 2016

Para realizar as atividades práticas, foram selecionadas duas indústrias de moda, sindicalizadas ao SINDIVESTE, para doação dos resíduos têxteis (retalhos): Vivire⁷ e Goya Lopes⁸.

Na sequência, foram selecionados dois grupos de artesãs localizados no interior da Bahia. As artesãs da cidade de Cachoeira do Edgar receberam 75 quilos de retalhos de malha com composição 90% Poliamida e 10% Elastano da empresa Vivire. Durante o desenvolvimento dos produtos, naturalmente as artesãs sentiram dificuldade para unir o tecido com a palha e o cipó. No entanto, no decorrer de 20 dias, as dificuldades haviam sido superadas e os produtos começaram a ganhar formas orientadas pela pesquisadora. Totalizaram-se 20 bolsas com qualidade, design e processo artesanal aplicado.

Os 30 quilos de retalhos da empresa Goya Lopes foram encaminhados para uma associação de artesãs localizada em Paulo Afonso. A composição dos retalhos usado foi 100% algodão, o que facilitou na encadernação e colagem de caixas, agendas, *moleskines*, porta-lápis e porta-retratos. Foi necessário treinar as artesãs para que os produtos atendessem um visual estético de valorização das estampas. Totalizaram-se 30 produtos com qualidade, design e processo artesanal aplicado.

A pesquisadora, no papel de designer, ao conversar com as empresárias e entendendo suas demandas, definiu duas linhas de produtos, conforme descrito a seguir.

Empresa 1 – Vivire, em parceria com as artesãs de Cachoeira do Edgar, utilizou a tipologia de tramas com fibras naturais e, sob orientação da designer, confeccionou uma linha de bolsas de palha com os retalhos de tecidos inseridos na trama juntamente com o cipó. O preço de venda para loja ficou em R\$ 62,00 a unidade (Figura 2A).

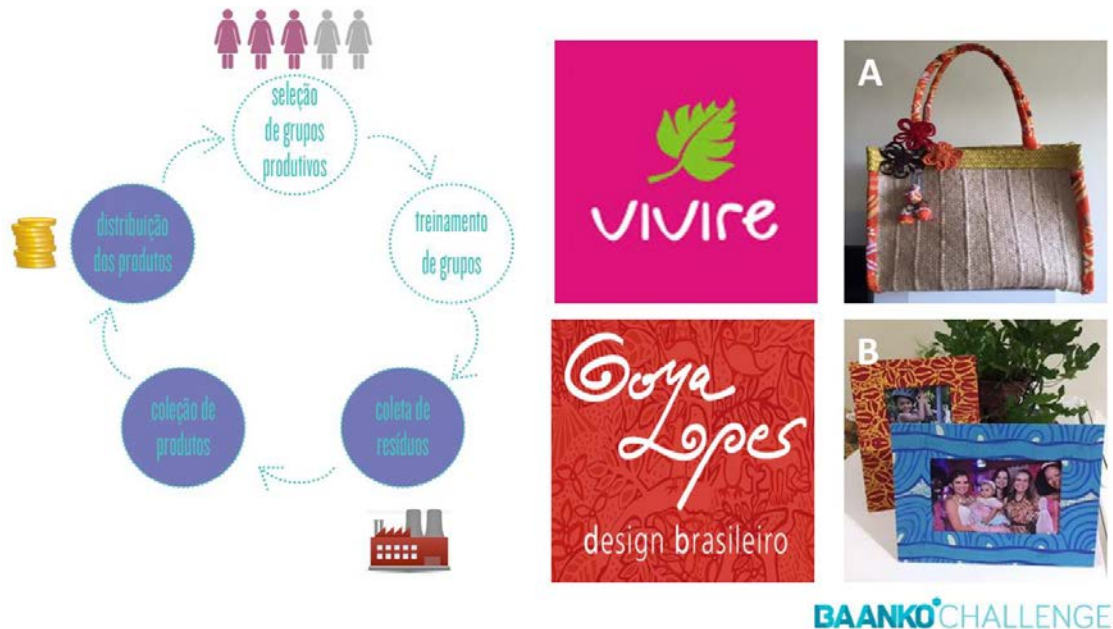
Empresa 2 – Goya Lopes, em parceria com artesãs de Paulo Afonso, utilizou da tipologia de forração e, sob orientação da designer, confeccionou

⁷ Marca da designer Virginia Moraes que desenvolve uma moda balneário com estampas alegres, sinônimo de bom gosto e qualidade. Disponível em: <<http://www.vivire.com.br/>>. Acesso em: 3 set. 2017.

⁸ Marca que leva o nome da designer que se inspira em grupos étnicos e a interação entre eles na criação de suas estampas. Disponível em: <<https://goyalopes.com.br/>>. Acesso em: 3 set. 2017.

uma linha de presentes corporativos com os retalhos de tecidos aplicados em agendas, *moleskines* e porta-lápis. Preço de venda para loja variou de R\$18,00 a R\$ 35,00 a unidade (Figura 2B).

Figura 2: Produtos desenvolvidos com artesãs



Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora, 2016

As vendas dos produtos no atacado, com pedido mínimo de 12 peças, geraram renda para as artesãs, pois a indústria doadora dos retalhos comprou os produtos para serem revendidos em suas lojas. Para a empresa, foi uma oportunidade de reaproveitar os resíduos têxteis e de agregar produtos sustentáveis ao seu mix oferecido aos consumidores. As principais dificuldades identificadas pelas artesãs, durante o processo prático para o reaproveitamento dos resíduos, residiram nos seguintes fatores: retalhos não homogêneos, alto custo para a coleta e transporte dos resíduos até as artesãs, falta de estrutura física adequada para produção e falta de recursos para aquisição de materiais complementares.

Entende-se que o modelo de negócio-piloto *Sotaque art* foi contemplado, no entanto, será necessária revisão quanto o papel dos atores sociais dessa articulação, considerando designers, indústrias, artesãos e consumidores. A necessidade de revisão do papel dos atores sociais envolvidos no projeto foi identificada pela matriz FOFA (Figura 3).

Figura 3: Matriz FOFA

	Fatores internos	Fatores externos
Pontos fortes	FORÇAS <ul style="list-style-type: none"> - Apoio das indústrias; - Variedade de matéria-prima; - Produção com ponto de comercialização definido; - Ampla técnicas artesanais; 	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Produtos socialmente justo e ambientalmente correto; - Cocriação entre designers e artesãos; - Diferencial competitivo;
Pontos fracos	FRAQUEZAS <ul style="list-style-type: none"> - Tempo de transporte; - Não definição de posto de coleta; - Não definição de posto de descarte pelas indústrias; - Falta de recurso para compra de materiais complementares; 	AMEAÇAS <ul style="list-style-type: none"> - Falta de envolvimento dos atores sociais; - Falta de articulação entre a indústria e artesãos; - Falta de interesse do consumidor;

Fonte: Arquivo pessoal da pesquisadora, 2016

A sigla FOFA significa forças, oportunidades, fraquezas e ameaças. Muito conhecida como matriz SWOT – onde as letras significam strengths (forças), weaknesses (fraquezas), opportunities (oportunidades) e threats (ameaças) –, é amplamente usada por empresas para ter uma visão clara e objetiva sobre quais são as forças e fraquezas no ambiente interno, e as oportunidades e ameaças no ambiente externo, permitindo analisar e elaborar estratégias para obter vantagem competitiva e melhorar o desempenho organizacional.

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises de cenário (ou análises de ambiente), sendo usada como base para a gestão e o planejamento estratégico de uma organização. É um sistema simples para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão. (DAYCHOUW, 2007, p.8)

Essa simplicidade descrita por Daychouw (2007) permitiu analisar os cenários e elaborar estratégias visando à continuidade do projeto. Importa salientar que, ao manter relação cotidiana com grupos em estado de vulnerabilidade social, é necessário ter cuidado para não se estabelecer hierarquias. Dessa forma, as trocas aconteceram e ampliaram as perspectivas em prol do mesmo objetivo: o desenvolvimento de produtos com resíduos têxteis, com qualidade e design.

Considerações Finais

Conclui-se que, demonstrando preocupação com a situação atual do planeta, o sistema da moda contemporâneo estabeleceu os princípios da moda circular como importante estratégia para reposicionamento das marcas, com ações efetivas para a sustentabilidade social e ambiental. As empresas que usam do modelo de negócio *fast fashion* possuem a oportunidade de revisar suas práticas insustentáveis, adotando os princípios da moda circular e podendo, efetivamente, apresentar processos mais transparentes, justos e sustentáveis, tratando da sua estrutura organizacional, da alocação de recursos e de seus processos de interação com parceiros e clientes.

No decorrer do presente artigo, reconheceu-se a possibilidade de unir a indústria e o artesanato como estratégia do designer de moda para o desenvolvimento de produtos sustentáveis comprometidos com o impacto ambiental e social. Isto também considera que o consumidor contemporâneo possui cada vez mais consciência do impacto causado pelas suas escolhas de

compras, e procura, através do seu comportamento de consumo, estabelecer uma relação responsável com a sociedade e o meio ambiente.

Pode-se também confirmar que o modelo-piloto *Sotaque art* conseguiu unir positivamente o artesanato, que estava na busca por uma oportunidade de expor o seu ofício e ser valorizado, com a indústria, ávida por dar um descarte correto aos seus resíduos têxteis e ainda por oferecer aos consumidores a confiança de produtos éticos como parte integrante do seu mix de produtos.

Desdobramentos

Com os resultados positivos do modelo-piloto *Sotaque art*, está sendo realizada uma articulação, com proposição e incentivo da pesquisadora, para que os empresários do condomínio Bahia Têxtil implantem um espaço físico destinado para a reutilização dos resíduos têxteis e aprimoramento das artesãs da comunidade local. O condomínio é um polo têxtil composto por 21 empresas, que geram diariamente uma grande quantidade de resíduos têxteis que necessitam de uma destinação correta.

Referências

AGUIAR, T. **Moda artesanal brasileira na visão de um personal stylist**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

ARANTES, M. A sustentável leveza da moda. **Nas entrelinhas**, Paraíba, 23 abr. 2012, entrevista concedida a Raquel Medeiros. Disponível em: <<http://www.nasentrelinhas.com.br/noticias/pano-pra-manga/202/a-sustentavel-leveza-da-moda/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

BERLIM, L. **Moda e sustentabilidade**: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2012.

BORGES, A. **Design + artesanato**: o caminho brasileiro. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

DALPRA, P. (Org.). **DNA Brasil**: tendências e conceitos emergentes para as cinco regiões brasileiras. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

DAYCHOUW, M. **40 ferramentas e técnicas de gerenciamento**. 3.ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & sustentabilidade**: design para mudança. São Paulo: Senac, 2011.

FRY, T. **Reconstruções**: ecologia, design, filosofia. São Paulo: Edusp, 2009.

GWILT, A. **Moda sustentável**: um guia prático. São Paulo: Ed. G. Gili, 2014.

LEE, M. **ECO CHIC**: o guia de moda ética para a consumidora consciente. 1.ed. São Paulo: Larousse, 2009.

MANZINI, E. Strategic design for sustainability: instruments for radically oriented innovation. In: JÉGOU, F; MANZINI, E. **Sustainably everyday**: scenarios of urban life. Milano: Edizioni Ambiente, 2003.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. 1.ed. São Paulo: EDUSP, 2002.

_____. _____. 1.ed. 2ª impressão. São Paulo: EDUSP, 2005.

MARCHIORO, C. O consumo e os sistemas de produção de moda: reflexões sobre o fast e o slow fashion. In: DE CARLI, A. M. S.; MANFREDINI, M. (Org.). **Moda em sintonia**. Caxias do Sul: Educs, 2010.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Site oficial**. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Transformando nosso mundo**: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Nova Iorque, set. 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/#>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

PEZZOLO, D. B. **Tecidos**: histórias, tramas, tipos e usos. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

SALCEDO, E. **Moda ética para um futuro sustentável**. São Paulo: Ed. G. Gili, 2014.

SEIFFERT, M. E. B. **ISO 14001 Sistemas de Gestão Ambiental**: implementação objetiva e econômica. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL. **Inova Moda**: criação: colapsos: inverno 2017. Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2015.

THIOLLENT, M. A inserção da pesquisa-ação no contexto da extensão universitária. In: BRANDÃO, C. R.; STRECK, D. R. (Org.). **Pesquisa participante: a partilha do saber**. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2006.

UN ENVIRONMENT. **About UN Environment**. Disponível em: <<http://www.unep.org/about/>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

VEZZOLI, C. O cenário do design para uma moda sustentável. In: PIRES, D. **Design de moda: olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.