



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE DESENHO E TECNOLOGIA
CURSO DE DESIGN

LUIS FERNANDO PEREIRA TAVARES DA SILVA

**ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA
COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE**

SÃO LUÍS – MA

2025

LUIS FERNANDO PEREIRA TAVARES DA SILVA

**ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA
COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal do Maranhão como parte
dos requisitos para obtenção do título de
Bacharel em Design.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Raquel Gomes
Noronha.

SÃO LUÍS – MA

2025

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Pereira Tavares da Silva, Luís Fernando.

ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN
PARTICIPATIVO EM UMA COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À
SUSTENTABILIDADE / Luís Fernando Pereira Tavares da Silva.
- 2025.
124 p.

Orientador(a): Prof^a. Dra Raquel Gomes Noronha.
Monografia (Graduação) - Curso de Design, Universidade
Federal do Maranhão, Universidade Federal do Maranhão,
2025.

1. Moda. 2. Consumo. 3. Sustentabilidade. 4. Design
Participativo. I. Gomes Noronha, Prof^a. Dra Raquel. II.
Título.

LUIS FERNANDO PEREIRA TAVARES DA SILVA

**ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA
COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal do Maranhão, como parte
dos requisitos para obtenção do título de
Bacharel em Design.

Aprovado em ____ / ____ / ____

Nota: _____

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof^ª Dr^ª. Raquel Gomes Noronha (UFMA)
Doutora em Ciências Sociais (UERJ)

Membra: Prof^ª. Dr^ª. Priscila Andrade Silva (UFMA)
Doutorado em Design (PUC-Rio)

Membra: Alice Moraes (UFMA)
Mestranda em Design (UFMA)

AGRADECIMENTO

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a todos que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho de conclusão de curso.

Em primeiro lugar agradeço a Deus pela força e sabedoria que me concedeu ao longo dessa jornada especialmente nos momentos mais desafiadores.

À minha mãe Edna Pereira da Silva pelo amor incondicional paciência e apoio durante toda a minha trajetória acadêmica. Ao meu pai Walter Tavares da Silva que embora tenha partido durante esse percurso, sempre me ofereceu o seu apoio e confiança se orgulhando e acreditando em mim até o fim. Às minhas irmãs, ao meu sobrinho Erick e a toda a minha família por sua compreensão e incentivos constantes; sem esse suporte nada disso seria possível.

À minha orientadora Profa. Dra Raquel Gomes Noronha pela valiosa orientação pelos ensinamentos e pela dedicação incansável no desenvolvimento deste trabalho sua orientação foi fundamental demonstrando que a excelência de um profissional reside no amor pelo que faz. Sua paciência e comprometimento foram essenciais ao longo de todo o meu percurso acadêmico.

Aos meus amigos e colegas de curso Fernanda Pereira, Fabrício Medeiros, Gineton Rodrigues e Isadora Alice pelo apoio mútuo, pelas trocas de conhecimento e pelas discussões enriquecedoras que tornaram todo o processo acadêmico mais leve e interessante.

Quero também agradecer a Profa. Alice Moraes, Clara Duarte, Cristiane Cadete, Cláudia Ribeiro e Rosamilde de Menezes que contribuíram de maneira significativa para o meu trabalho com as trocas de conhecimento, apoio, conselhos e palavras de incentivo que foram fundamentais para me manter firme.

Agradeço, de forma especial, às membras da minha banca, Pr^a. Dra. Priscila Andrade Silva e a Mestranda. Alice Moraes, pela atenção, pelas valiosas contribuições e pela análise cuidadosa deste trabalho. Suas orientações e sugestões enriqueceram ainda mais o desenvolvimento do meu estudo.

Aos professores que ao longo dos anos compartilharam os seus ensinamentos e me ajudaram a crescer tanto profissional quanto pessoalmente meu sincero agradecimento.

Por fim, deixo a minha gratidão a todos que de maneira direta ou indireta me ajudaram a alcançar esta etapa a cada contribuição por menor que fosse minha gratidão é imensa.

"Alterar os instrumentos e você vai mudar toda a teoria social que vai com eles"

Bruno Latour

RESUMO

O cenário atual da indústria da moda é caracterizado pelo consumo excessivo, obsolescência rápida dos produtos e impactos ambientais negativos do modelo fast fashion. Nesse contexto, surge a necessidade de repensar os processos de produção e consumo, integrando práticas colaborativas e sustentáveis, o que justifica a relevância deste estudo. Os objetivos foram mapear o estado da arte sobre moda, consumo, sustentabilidade e Design Participativo, além de descrever a experiência prática da coleção "Digitais: o resgate dos tingimentos naturais, uma coleção colaborativa". O estudo também buscou realizar uma análise crítica dos processos envolvidos na criação da coleção, identificando desafios e propondo diretrizes para práticas sustentáveis no setor da moda. A pesquisa abordou conceitos fundamentais sobre moda, consumo e sustentabilidade, articulando teorias de autores renomados como Lipovetsky, Bauman e Fletcher. A revisão bibliográfica evidenciou o potencial transformador do Design Participativo, destacando a importância da inclusão de diferentes agentes no processo criativo para democratizar a produção, reduzir impactos ambientais e promover inovações. A metodologia adotada foi qualitativa, aplicada e exploratória, combinando pesquisa bibliográfica com estudo de caso, incluindo entrevistas semiestruturadas com os participantes da coleção e registros sistemáticos por meio de diários de campo. A triangulação de dados contribuiu para a validação das informações e uma análise aprofundada dos processos colaborativos e desafios enfrentados durante o desenvolvimento da coleção. Os resultados mostraram que o Design Participativo integrou diferentes saberes e experiências, enriquecendo o processo criativo e ampliando a consciência ambiental dos envolvidos, embora tenha sido necessário superar resistência aos modelos tradicionais de produção e investir em maior capacitação para aplicar os princípios colaborativos. O estudo evidencia que o Design Participativo é uma abordagem eficaz para promover a sustentabilidade na moda, ao incentivar práticas inovadoras e o consumo consciente. A experiência demonstrou que a cocriação não apenas amplia as possibilidades estéticas dos produtos, mas também gera uma mudança cultural capaz de transformar o setor, apontando para a importância de políticas e iniciativas que incentivem modelos colaborativos e sustentáveis, preparando o caminho para uma indústria da moda mais ética e responsável.

Palavras-Chave: Moda. Consumo. Sustentabilidade. Design Participativo.

ABSTRACT

The current state of the fashion industry is characterized by excessive consumption, rapid product obsolescence, and the negative environmental impacts of the fast fashion model. In this context, there is a need to rethink production and consumption processes, integrating collaborative and sustainable practices, which justifies the relevance of this study. The objectives were to map the state of the art on fashion, consumption, sustainability, and Participatory Design, as well as to describe the practical experience of the collection "Digitals: the revival of natural dyeing, a collaborative collection." The study also aimed to critically analyze the processes involved in creating the collection, identifying challenges and proposing guidelines for sustainable practices in the fashion sector. The research addressed fundamental concepts of fashion, consumption, and sustainability, referencing theories from renowned authors such as Lipovetsky, Bauman, and Fletcher. The literature review highlighted the transformative potential of Participatory Design, emphasizing the importance of involving different agents in the creative process to democratize production, reduce environmental impacts, and promote innovation. The methodology adopted was qualitative, applied, and exploratory, combining bibliographic research with a case study, including semi-structured interviews with participants in the collection and systematic records through field diaries. Data triangulation contributed to validating the information and providing a detailed analysis of the collaborative processes and challenges faced during the development of the collection. The results showed that Participatory Design integrated different knowledge and experiences, enriching the creative process and raising environmental awareness among those involved, although overcoming resistance to traditional production models and investing in greater training to apply collaborative principles were necessary. The study highlights that Participatory Design is an effective approach to promoting sustainability in fashion by encouraging innovative practices and conscious consumption. The experience demonstrated that co-creation not only expands the aesthetic possibilities of products but also generates a cultural shift capable of transforming the sector, pointing to the importance of policies and initiatives that encourage collaborative and sustainable models, paving the way for a more ethical and responsible fashion industry.

Keywords: Fashion. Consumption. Sustainability. Participatory Design.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Exemplos de metodologias para uso na fabricação de produtos - coleção de moda	28
Quadro 2 - Princípios e Práticas do Design Participativo.	56

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cemitério de roupas do Atacama.....	38
Figura 2 - Cronologia de eventos acerca da temática sustentabilidade.	42
Figura 3 - Processo de Triangulação.	68
Figura 4 - Localização do SENAI-MA.....	73
Figura 5 - Print da tela de pesquisa e foto da seleção de ideias.....	75
Figura 6 - Teste de tingimento natural.	76
Figura 7 - Esboços e desenho técnico.....	77
Figura 8 - Criação de moldes.....	78
Figura 9 - Corte, costura e tingimento das peças.....	79
Figura 10 - Prova de roupa, ajuste e estamparia artesanal.....	80
Figura 11 - Ensaio fotográfico e desfile	81
Figura 12 - Entrevista no programa ChegAí	82
Figura 13 - Cocriadoras* entrevistadas pelo pesquisador.	85

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	MODA	18
2.1	Moda, Roupas, Vestuário, Traje e Indumentária	19
2.2	Trajeto da Moda como Sistema	22
2.3	Coleção de Moda	26
2.3.1	Metodologias aplicadas na criação de coleções de moda.....	27
3	CONSUMO	30
3.1	Dilemas entre as Visões de Modernidade	31
3.2	Sociedade de Consumo	33
3.3	Mecanismos de Persuasão do Consumo	35
3.4	Problemática do Consumo de Moda	37
4	SUSTENTABILIDADE	41
4.1	Reflexões acerca do Cenário Ecológico Atual	43
4.2	Sustentabilidade e a Moda	45
4.2.1	Técnicas Sustentáveis na Moda: <i>Upcycling</i> , Tingimento Natural e Estamparia Artesanal	52
4.3	Design em Favor da Sustentabilidade	54
4.3.1	O Design Participativo: História, Princípios e Práticas para Soluções Sustentáveis e Inclusivas.....	55
4.3.1.1	Princípios do Design Participativo segundo Paizan e Mellar.....	56
4.3.1.2	Práticas do Design Participativo segundo Spinuzzi	57
4.3.2	Do coletivo à autonomia: práticas transformadoras e a construção de um futuro sustentável.	60
5	METODOLOGIA	65
6	RELATO DE EXPERIÊNCIA	73
6.1	Entrevista Semiestruturada	84
7	ANÁLISE DE RESULTADOS	86
7.1	Princípios do Design Participativo	86
7.2	Práticas do Design Participativo	88
7.3	Práticas Sustentáveis no Design de Moda	90
7.4	Sustentabilidade e Inovação	91
7.5	Transformação Sistêmica por Meio do Design	92

7.6	Perspectivas Locais e Comunidades no Design Participativo	94
8	CONCLUSÃO.....	96
	REFERÊNCIAS	98
	APÊNDICES	108
	APÊNDICE A – Roteiro de Entrevistas	109
	APÊNDICE B – Transcrição das Entrevistas.....	110
	APÊNDICE C - Declaração de Registros de Experimentos e Narrativas Assinados.	122
	APÊNDICE D - Termos de Consentimento Livres e Esclarecidos Assinados	125
	APÊNDICE E – Fotos extras da Coleção Digitais.....	128

1 INTRODUÇÃO

O setor de moda é caracterizado por um ciclo rápido, variações de tendências, produção exacerbada e um grande fluxo de descarte, dentro de uma sociedade que incentiva hábitos de consumo exagerados e cíclicos, resultando em consequências socioambientais negativas. Com isso, surgiu a necessidade de promover a conscientização sobre a sustentabilidade na moda, por meio de ações diretas no processo de produção, desde a fabricação até o consumo, a fim de reduzir as repercussões ambientais e nocivas. Considerando essa premissa, ficou entendido que o Design Participativo pode ser uma dessas ações que fomenta esse tipo de conscientização.

Não raro tornou-se conhecimento que a sustentabilidade pode ser entendida como a competência de atender necessidades atuais sem causar danos às gerações futuras. Para Sanches (2009) esse conceito vai além da preocupação ambiental, englobando práticas que melhoram a qualidade de vida e preservam os recursos naturais. Na indústria da moda, conforme o autor, isso se reflete nas estratégias que amenizam impactos negativos, como uso de materiais recicláveis e a promoção de condições de trabalhos justas no decorrer da cadeia produtiva.

Para Fletcher e Grose (2012), a moda sustentável promove uma maior consciência dos padrões de consumo e defende os princípios do design circular, no qual os produtos são meticulosamente projetados para que possam ser reutilizados. Conseqüentemente, ao integrar metodologias sustentáveis, a indústria da moda tem o potencial de reduzir seu impacto ecológico e, ao mesmo tempo, educar consumidores e fornecedores sobre a importância da tomada de decisões responsáveis, auxiliando assim na conservação do planeta e no avanço de uma estrutura social mais ética.

Na caminhada em busca da sustentabilidade, nota-se um papel fundamental do design que, por meio de suas estratégias, vem ligando diversas áreas e indicando soluções inovadoras em prol do equilíbrio entre desenvolvimento humano e o tratamento que se deve dar ao planeta (Manzini, 2008). Essa questão é defendida pelo autor como sendo benéfico nesta jornada, que reflete essa interseção entre design, sustentabilidade e outros campos, e que nos últimos anos vem ganhando bastante relevância, são as práticas participativas do design.

No estudo intitulado “Envolvendo estudantes no design de tecnologia educacional: aprendendo com design participativo”, de autoria de Paizan e Mellar (2008), um consenso é alcançado quando eles alinham seus pontos de vista com (Ern, 1992). A perspectiva implica que o Design Participativo atua como um mecanismo integrando diferentes indivíduos em um projeto, posicionando-os como participantes-chave em todo o processo, em colaboração ativa

com os designers-pesquisadores, podendo deliberar sobre produtos e/ou serviços, de maneira que possa aprimorá-los.

O Design Participativo, segundo Sanders e Stappers (2008), é uma abordagem inovadora que visa a inclusão de usuários e outras partes interessadas no processo de design. Essa abordagem se destaca pela cocriação, permitindo que todos os envolvidos, independentemente de suas habilidades ou experiências, contribuam para o desenvolvimento de soluções. A cocriação enfatiza a colaboração ativa entre designers e usuários, promovendo um ambiente onde as ideias podem emergir de maneira não só coletiva, mas também democrática.

Dentro de uma sociedade marcada pelo efêmero e o obsoleto, o que permanece em evidência, sendo discutido por movimentos como o *Fashion Revolution*, são os impactos sociais e ambientais gerados pela indústria da moda.

O movimento *Fashion Revolution* surgiu após o colapso do edifício de oito andares o *Rana Plaza*, em *Bangladesh*, ocorrido em 24 de abril de 2013. O desastre causou a morte de 1.138 pessoas e deixou 2.500 feridos. No edifício, estavam localizadas cinco fábricas têxteis. Esse evento ficou conhecido como a tragédia do *Rana Plaza*, gerando um grande impacto e mobilização no setor da moda (Sartori, 2017).

O Design Participativo pode inserir múltiplos agentes, como consumidores e outras entidades relevantes, no centro do processo produtivo de moda, promovendo uma visão mais holística de sustentabilidade e consumo consciente. Assim, os envolvidos no processo produtivo podem se identificar com as problemáticas ambientais e refletir sobre elas, contribuindo para a construção de uma coleção de moda sustentável local que incorpore esses atributos do Design Participativo.

Portanto, foram reunidos argumentos e dados com o propósito de responder à seguinte pergunta de pesquisa: **“De que forma o Design Participativo pode auxiliar na geração, comunicação e expansão de conhecimentos sobre moda e sustentabilidade?”**.

Fletcher (2008) afirma que, na moda, a relação entre diferentes atores e designers é fortalecida pelo Design Participativo, sendo que a prática sempre foi comum entre costureiras e clientes. Na prática, a produção abrange modelagem, corte, costura sendo geralmente compartilhada em projetos de moda promovidos por cursos, envolvendo comunidades e parceria com ONGs. Para Manzini e Penin (2006), a inclusão de ações participativas, envolvendo vários interessados, em toda a cadeia produtiva de moda, é essencial para que haja uma compreensão mais completa da sustentabilidade e promover soluções viáveis para o setor de moda.

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar os princípios e práticas do Design Participativo em uma coleção de moda sustentável local como meio para gerar, comunicar e expandir conhecimentos sobre moda e sustentabilidade. Para alcançar esse objetivo geral foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: 1. Mapeamento do estado da arte com pesquisa bibliográfica sobre Moda, Sustentabilidade, Consumo e Design Participativo; 2. Descrição da experiência com a coleção Digitais: o resgate dos tingimentos naturais uma coleção colaborativa; 3. Análise crítica da coleção a partir dos princípios do Design Participativo e 4. Geração de reflexões e requisitos para a sustentabilidade em coleções de moda colaborativas.

A coleção de moda, conforme mencionada acima, sendo ela o objeto de estudo desta pesquisa, denominou-se *Digitais: o resgate dos tingimentos naturais uma coleção colaborativa*. Esta coleção não tratou-se de um produto específico de uma marca, mas sim de um processo baseado em uma metodologia ativa, que envolveu a colaboração entre diferentes participantes e a experimentação contínua, que promoveu uma abordagem dinâmica e participativa no desenvolvimento de suas práticas e conceitos.

De acordo com Fonseca e Neto (2017), as metodologias ativas são abordagens pedagógicas focadas no protagonismo do aluno no processo de aprendizagem. Exemplos dessas práticas incluem o trabalho colaborativo entre pares, a aprendizagem baseada em problemas e projetos, a sala de aula invertida, o ensino híbrido, entre outras.

A moda, o consumo e a sustentabilidade estão cada vez mais interligados na sociedade atual. Diferentes perspectivas sobre a relação entre eles são discutidas, juntamente com sugestões para reduzir os impactos socioambientais negativos. No entanto, em uma sociedade dominada pela cultura do imediatismo e da obsolescência, promover práticas sustentáveis e aumentar a conscientização sobre elas é um desafio.

Para promover a sustentabilidade é imperativo ir na contramão das normas da obsolescência, incentivar o consumo consciente, a reutilização de materiais e promover parcerias entre as partes interessadas. O Design Participativo com seu atributo de integrar múltiplas perspectivas e responsabilizar todos os envolvidos no processo produtivo e de consumo parece atender todas essas demandas.

Devido aos impactos ambientais nada positivos advindos do setor produtivo de moda, dentro de um cenário propício para o desuso das práticas ambientais, essa pesquisa se justificou através da análise dos atributos do Design Participativo em uma coleção de moda sustentável colaborativa local. Visou-se entendê-lo como meio de promover a moda sustentável e conscientizar sobre a importância e a necessidade das práticas ambientais. A pesquisa destinou-se a comunidade local, áreas acadêmicas e afins.

A inclusão ativa dos diversos agentes no processo de criação e produção da moda não apenas enriqueceu o desenvolvimento da coleção, mas também sensibilizou os participantes em relação às questões ambientais, resultando em práticas mais sustentáveis e conscientes. A pesquisa explorou essa dinâmica dentro de uma coleção específica, analisando como o Design Participativo foi efetivamente implementado e quais impactos isso gerou na percepção e comportamento dos envolvidos.

Este estudo trouxe a análise dos princípios e práticas do Design Participativo em uma coleção de moda sustentável local. A escolha do tema esteve intrinsecamente relacionada à crescente necessidade de transformar a indústria da moda em um setor mais responsável em relação ao meio ambiente. A publicação da *Fashion Revolution* (2023), reconhecida por seu trabalho em prol da sustentabilidade na moda, destaca diversos impactos ambientais graves, os quais fundamentam a escolha desse tema:

A indústria da moda é uma das mais poluentes do planeta. A fabricação de tecidos sintéticos, por exemplo, contribui significativamente para a emissão de micro plásticos, que, ao serem liberados durante a lavagem das roupas, acabam nos oceanos e afetam negativamente a fauna marinha. Além disso, a produção de fibras naturais, como o algodão, demanda grandes quantidades de água, com algumas estimativas sugerindo que são necessários cerca de 2.700 litros de água para fabricar uma única camiseta de algodão.

A indústria da moda também é responsável pelo consumo intensivo de produtos químicos tóxicos, utilizados no tingimento e tratamento de tecidos. Esses produtos são frequentemente liberados durante os processos de produção e descarte, resultando em poluição de rios e solos. O uso indiscriminado dessas substâncias não afeta apenas o meio ambiente, mas também as comunidades locais que dependem da água para suas atividades diárias.

O modelo de negócios da moda rápida (*fast fashion*) alimenta a cultura do descarte, incentivando a produção em massa de roupas que são rapidamente descartadas. Estima-se que, anualmente, 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis sejam geradas no mundo, com uma grande parte desses produtos indo parar em aterros sanitários. Esse processo resulta não só no desperdício de recursos, mas também em uma sobrecarga nos sistemas de gestão de resíduos urbanos.

A produção em larga escala de roupas também esteve associada a práticas de trabalho exploratório, como condições de trabalho precárias em fábricas e a exploração de mão-de-obra barata, especialmente em países em desenvolvimento. Esse modelo contribui para a perpetuação da desigualdade e dificulta a implementação de práticas sustentáveis e justas, tanto social quanto ambientalmente.

Ao explorar esse tema, o seguinte trabalho demonstrou como o Design Participativo contribui para transformação da moda em uma indústria mais sustentável, promovendo a economia circular, a justiça social e o respeito aos direitos dos trabalhadores, alinhando-se com os desafios e necessidades apontados pela *Fashion Revolution*.

Esta pesquisa foi de natureza qualitativa, aplicada, exploratória e descritiva. A abordagem qualitativa foi escolhida devido ao seu caráter interpretativo, permitindo uma análise profunda das práticas e experiências dos participantes envolvidos na criação da coleção de moda sustentável. Como aplicada, a pesquisa resolveu problemas concretos, propôs soluções e aprimorou as práticas de moda sustentável por meio do Design Participativo.

A natureza exploratória justificou-se pela investigação de um tema pouco explorado, enquanto a abordagem descritiva visou detalhar os processos e práticas observadas durante o processo de desenvolvimento da coleção *Digitais: o resgate dos tingimentos naturais uma coleção colaborativa*. Dessa forma, o texto ficou mais claro e a leitura se tornou-se mais fluida, separando a descrição das características da pesquisa da explicação das abordagens adotadas.

A progressão do estudo foi segmentada em duas fases. A primeira fase consistiu em uma pesquisa bibliográfica, na qual se mapeou o estado da arte sobre os temas abordados. Para isso, foram utilizadas duas abordagens de pesquisa bibliográfica: a pesquisa bibliográfica exploratória, que ajudou a entender os conceitos fundamentais de Moda, Consumo, Sustentabilidade e Design Participativo; e a pesquisa bibliográfica de revisão, que por meio dela pôde se realizar uma análise crítica da literatura existente, identificando as principais contribuições e lacunas nos campos de estudo relacionados à pesquisa.

A segunda fase do trabalho consistiu no estudo de caso da coleção de moda local *Digitais: o resgate dos tingimentos naturais uma coleção colaborativa*, cujo desenvolvimento foi acompanhado e vivenciado pelo pesquisador. Nesta fase, foi elaborado um relato de experiência, no qual o pesquisador compartilhou sua vivência no processo de criação da coleção, destacando os desafios enfrentados e as soluções encontradas ao longo do desenvolvimento. Esse relato permitiu uma análise mais profunda das práticas de Design Participativo e sustentabilidade adotadas, oferecendo uma perspectiva interna e reflexiva sobre a experiência do pesquisador no contexto do projeto.

Além disso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com cinco cocriadoras da coleção de moda, mencionadas acima, selecionadas por serem as mais proativas e comunicativas no processo. Por meio das entrevistas foram coletados dados qualitativos sobre os conhecimentos adquiridos pelos participantes, os quais dialogam com os temas abordados na pesquisa. A partir dessas informações, foi possível realizar uma análise crítica da coleção,

refetindo sobre a aplicação dos conceitos teóricos discutidos na revisão de literatura e avaliando o impacto das práticas observadas, tanto no desenvolvimento da coleção quanto nas percepções dos envolvidos.

Através dessa abordagem metodológica, proporcionou-se uma compreensão integrada entre teoria e prática, analisando como os princípios do Design Participativo podem ser aplicados no contexto da moda local e como a sustentabilidade pode ser efetivamente incorporada no processo de criação.

O componente teórico da presente investigação foi formulado por meio de levantamento bibliográfico, organização temática e análise crítica sobre os temas Moda, Consumo, Sustentabilidade e Design Participativo. Para atingir esse objetivo, bancos de dados CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), *Scielo (Scientific Electronic Library On-line)*, Google Livros, Google acadêmico, Biblioteca Digital Folha e Bibliotecas da Universidade Federal do Maranhão foram considerados e consultados.

Além de a pesquisa ter sido assistemática, a análise dos dados derivados desta foi realizada exclusivamente de maneira qualitativa, utilizando especificamente a análise de conteúdo. As transcrições das entrevistas semiestruturadas e as anotações feitas em diário de campo foram minuciosamente inspecionadas. O método de triangulação foi empregado para autenticar todas as descobertas.

A análise dos resultados da pesquisa foi realizada a partir de categorias identificadas na literatura, com base nas obras de Paizan e Mellar (2011); Spinuzzi (2005); Fletcher e Grose (2011), Berlim (2009), Manzini (2023), Pisetta e Junior (2024), Miranda, Santos e Noronha (2019) e (Light; Akama, 2012). As categorias a serem abordadas foram:

1. Princípios do Design Participativo;
2. Práticas do Design Participativo;
3. Práticas Sustentáveis no Design de Moda;
4. Sustentabilidade e Inovação;
5. Transformação Sistêmica por Meio do Design;
6. Perspectivas Locais e Comunidades no Design Participativo.

As categorias mencionadas foram detalhadamente conceituadas no capítulo metodológico da pesquisa, proporcionando uma análise aprofundada dos dados coletados. Dessa forma, foi possível obter *insights* valiosos sobre as relações entre os diferentes aspectos do estudo.

O presente trabalho de conclusão de curso foi estruturado em oito capítulos. O primeiro capítulo foi dedicado a introdução que aborda o panorama sobre o tema da pesquisa, a delimitação do tema estudado, além da contextualização do problema da pesquisa, dos objetivos específicos e objetivo geral, da justificativa da pesquisa, breve exposição da metodologia adotada na pesquisa e a estrutura dos capítulos do trabalho.

O segundo capítulo, trouxe à luz alguns conceitos atribuídos à moda, apresentando os termos roupa, vestuário, traje e indumentária, fazendo a distinção entre estes e a moda, sendo um fator essencial que deu início ao subcapítulo posterior que se tratou da trajetória da moda evidenciando como ela veio a se tornar um sistema. Também foi evidenciado o conceito de coleção de moda, além de serem expostas as metodologias empregadas no processo de desenvolvimento de uma coleção de moda.

O terceiro capítulo, abordou o conceito de consumo, expôs dilemas entre pós-modernidade, hipermodernidade e modernidade, discutiu a sociedade de consumo e comportamento do consumidor, bem como publicidade e o marketing, além de discorrer sobre a problemática do consumo de moda. No quarto capítulo, foi discutido o tema sustentabilidade, evidenciando o percurso das atividades sustentáveis, reflexões sobre o cenário ecológico atual, a relação entre a sustentabilidade e moda, além de técnicas sustentáveis e deu ênfase no papel do design em favor da sustentabilidade na moda.

Compondo o trabalho, o quinto capítulo abordou as questões metodológicas, com uma descrição detalhada da caracterização da pesquisa, dos métodos e ferramentas utilizados durante as investigações, assim como para o tratamento dos dados. Em continuidade, o sexto capítulo, relacionado às investigações, *in loco*, apresentou o relato de experiência, do pesquisador, com a coleção sustentável local. A análise dos dados, por sua vez, surgiu foi tratada no sétimo capítulo, considerando o material coletado tanto por levantamento bibliográfico, quanto pelas entrevistas semiestruturadas e dados obtidos em campo. Por fim, o oitavo capítulo apresentou a conclusão.

2 MODA

A moda possui muitas definições e estas apontam para direções distintas, resultando em uma dificuldade de assimilação do que ela própria significa. Isso se justifica pelo simples fato de a moda possuir um caráter ambíguo, manifestando-se de maneira inconstante e operando na individualidade, além de impor padrões sejam eles estéticos ou comportamentais (Lipovetsky, 2009). Com base nisso, julgou-se necessário expor, tendo como base estudos de pesquisadores da área, alguns conceitos de moda.

De acordo com Cidreira (2005, p. 30), moda:

Oriunda do latim *modus* que significa maneira, a moda é denominada como maneira, modo individual de fazer, ou uso passageiro que regula a forma dos objetos materiais, e particularmente, os móveis, as vestimentas e a coqueteria. Mais genericamente, maneira de ser, modo de viver e de se vestir. Curiosamente, e por uma espécie de ida e vinda linguística a língua inglesa no momento recupera a palavra francesa *façon* (modo) e a transforma em *fashion* e assim passa a nomear a moda.

Conforme citado acima, a moda é a forma de ser, de se comportar e de agir das pessoas, associada à postura sedutora, inspiradora e admirável de alguém. Fica evidente que, mesmo manifestando-se brevemente, ela se faz regra e molda as coisas como os carros, casas, roupas, dentre outros. Uma atenção também é direcionada à palavra 'moda', sugerindo que, além de possuir significados diversos, ela pode ser designada de outras maneiras.

A moda, para Limeira (2008), é um espelhamento dos estilos de vida, de indivíduos dentro de uma sociedade específica em determinado período da história. O autor ainda explica que a moda “é influenciada pelas mesmas forças que movem a sociedade” (Limeira, 2008, p.266). Nota-se que há um ciclo, movimento e conseqüentemente mudanças. E vê-se, pois, que esse fenômeno vai muito além da superficialidade, por isso, faz-se necessário uma observação mais atenciosa já que causa impacto e interfere na sociedade.

A moda, também é entendida, dentro de sua ambigüidade, como uma indústria que produz objetos, sejam estes para cobrir o corpo como, também, para melhorar a aparência de um indivíduo,

A própria definição de moda é ambígua. Com efeito, a moda pode ser compreendida de duas maneiras diferentes. Em primeiro lugar, ela pode ser definida como a indústria do vestuário e do luxo (à qual podemos acrescentar os cosméticos), em que múltiplos protagonistas, como profissionais e empresas, desenvolvem carreiras ou estratégias. (Godart, 2010, p.10).

Além de uma indústria, conforme citado acima, composta de uma variedade de agentes, profissionais e empresas que movem suas engrenagens, a moda apresenta, na visão do autor acima, um outro sentido. Para este, a moda é descrita, também, como sendo um fenômeno de manifestação da arte, uma vez que ela fomenta uma indústria cultural e criativa fazendo com que cada objeto produzido por ela esteja impregnado de vários significados.

Braga (2005, p. 22) apresenta a moda de maneira a evidenciar sua importância sendo um fenômeno que percorre várias camadas sociais,

Moda é o reflexo de uma época, da cultura de um povo, denunciadora de períodos e locais, verdadeiramente, uma sinalizadora dos tempos. Por ela, podemos contextualizar estudos históricos, observar hábitos e costumes, distinguir o gosto, entender o processo criativo, estudar a economia, verificar o desenvolvimento tecnológico e, mais do que tudo isso, compreender também mediante seu estudo e observação e de seu significado cultural, a mente humana.

Conforme citado acima, a moda comunica e expõe marcos históricos, como fenômenos sociais, políticos e culturais. A moda estabelece, segundo a autora Calanca (2008, p. 11-12), "[...]o comportamento, a conduta, o modo de ser de uma comunidade, de um grupo social, remete ao conceito de sistema, de estrutura, ou seja, um conjunto de vários elementos relacionados entre si". Nota-se que a autora não só reforça outros conceitos, mas também, enfatiza que a moda é um sistema, ou seja, um conjunto de elementos que se conectam formando um todo ordenado.

Fica entendido, portanto, que a moda pode ser entendida por arte, comunicação, comportamentos, atitudes, ideias, evidenciadas por objetos usados pelas pessoas em uma sociedade, mas que também faz a vez de uma indústria que fabrica produtos voltados à aparência destas pessoas. Compreende-se que a moda é uma somatória de muitos componentes, atribuindo a ela conceitos distintos, trazendo complexidade e dificultando seu encaixe em um conceito fixo e objetivo. Devido a isso, acredita-se que traçar um percurso histórico da moda como sistema, ajude a reforçar e compreender melhor todas essas questões.

2.1 Moda, Roupas, Vestuário, Traje e Indumentária

Antes de traçar o percurso histórico da moda como sistema é preciso compreender alguns termos que podem aparecer em estudos, que abordam a temática, para que a leitura seja fluida. Para isso, deve-se considerar o significado ou função que cada um possui, assim como

pontos conflituosos. Os termos aqui mencionados trata-se da roupa, vestuário, traje e indumentária.

Começemos a priori, explicando as associações feitas ao termo “roupa”, pois é dito que este é considerado um sinônimo da moda, o que é um erro, já que a roupa se trata de um objeto físico que pertence ao vestuário (Kratz, 2016). Este erro pode ser justificado no que explica Berlim (2020), que a roupa é o maior símbolo de representação visual da moda. Feghali (2008), em contribuição nos sugere que a moda por ser um conceito, fica difícil de assimilar, uma vez que não possui uma forma física que pode ser vista, imaginada e tocada, como é o caso da roupa.

Podemos entender, através de um confrontando das ideias dos autores, conforme citados acima, que este conflito de informações pode ser resultado de a roupa ser considerada um objeto pelo qual a moda mais se expressa. Compreende-se, que este fator, somado ao fato de a roupa ter uma forma material que pode ser vista, pensada e tocada, favorece para que alguém tenha uma percepção equivocada, ainda mais se houver a falta de um devido conhecimento sobre ambos os assuntos.

Uma situação semelhante ao que foi descrito acima, ocorre entre a moda e o vestuário. Conforme Perpétuo (2017, p. 33) "Normalmente o vestuário está ligado à moda, sem que haja a devida compreensão de que são coisas diferentes, embora inter-relacionadas." O que a autora quer dizer sobre os assuntos moda e vestuário é que, embora um sirva de auxiliar para a outro, um complemento, ambos estão sujeitos a uma sinonímia equivocada, ou seja, são tratados como se vestuário fosse uma outra denominação para moda.

Para melhor entender o significado do vestuário, atentemo-nos ao que afirmam Souza e Ferraz (2013, p. 21) ao dizer que este se traduz por “um conjunto de peças de roupas que se veste no dia a dia”. Desta forma fica evidente que, o vestuário trata-se da união de vários tipos de objetos, idealizados e moldados, de maneira que possam ser vestidos pelas pessoas dentro da sociedade. Desta maneira pode-se incluir, então, acessórios como sapatos, chapéus, cintos dentre outros, como componentes do vestuário.

Se apropriarmos-nos de um dos conceitos de moda já apresentado anteriormente e compararmos com o significado de vestuário, logo, é possível reforçar a distinção e conexão entre ambos. Fica entendido que, o vestuário é a composição de muitos produtos utilizados com a finalidade de cobrir o corpo, a exemplo, têm-se as roupas, já a moda, por sua vez, é uma indústria que trabalha com a criação destes e mais outros tipos de produtos.

Para Barthes (2005), o traje ou roupa também conhecido como vestimentas, ou vestes é um objeto que se usa no corpo criado a partir de critérios particulares, embora apoiando-se nas

bases da indumentária. Quanto a indumentária, para o autor, esta se configura em uma vestimenta sendo ela um resultado da construção de caráter simbólico de caráter coletivo, ou seja, é definida por um grupo social ou um povo de determinada época.

Ao compararmos a indumentária à moda, podemos dizer que ambas funcionam como ferramentas para a construção simbólica tanto social, quanto de caráter cultural. Assim nos assegura Barnard (2003, p.63):

[...]vale a pena ressaltar, aqui, que moda e indumentária não são usadas apenas para indicar ou fazer referência a posições sociais e culturais, mas para construir e marcar, em primeiro lugar, aquela realidade social e cultural. O que se está afirmando, é que através da moda e da indumentária é que nos constituímos como seres sociais e culturais.

Conforme citado acima, é possível entender que a indumentária e a moda são formas de linguagens não-verbais, uma vez que podem se comunicar através de um indivíduo mesmo que sem usar o recurso de caráter oral, a voz. Nota-se que o conteúdo das mensagens, as quais ambos se propõem a transmitir, está para além de mostrar o *status* social de um indivíduo, elas evidenciam como o ser humano usa linguagens, símbolos e tipos de expressões em sociedade e grupo cultural.

Por fim, é importante destacar que, embora os termos "roupa", "vestuário", "traje" e "indumentária" sejam frequentemente usados de forma intercambiável, suas definições e funções possuem diferenças significativas. A "roupa" refere-se a um objeto físico, parte do vestuário, enquanto o "vestuário" é um conjunto de peças utilizadas no cotidiano, incluindo acessórios.

O "traje", por sua vez, está mais relacionado a um conjunto de vestimentas com forte carga simbólica, como uniformes e trajes religiosos, que operam em sistemas mais duradouros e com ciclos menos efêmeros do que as roupas do vestuário diário. Já a "indumentária" diz respeito ao conjunto de vestimentas que se configuram de maneira coletiva, em um contexto cultural ou histórico, com significados e simbologias próprias de um grupo social ou de uma época.

Essas distinções são fundamentais para a compreensão da moda enquanto um fenômeno social e cultural. Enquanto a moda e o vestuário estão ligados a um ciclo de consumo mais rápido e dinâmico, trajes e indumentárias variam em ciclos mais longos, refletindo valores mais permanentes e símbolos coletivos. Ao entender essas diferenças e aproximações, podemos perceber como a moda, como um sistema complexo, contribui para a construção da identidade

individual e coletiva, ao mesmo tempo que se adapta às mudanças e às tradições de diferentes períodos e contextos sociais.

2.2 Trajetória da Moda como Sistema

Na obra *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, com tradução de Maria Lúcia Machado, publicada em 2009, o autor *Gilles Lipovetsky* delinea a trajetória da moda como um sistema, desdobrando-a em três momentos. O primeiro momento é descrito como o “estágio aristocrático”, que vai do século XIV até a metade do século XIX; o segundo, denominado "a moda dos cem anos", abrange a segunda metade do século XIX até o ano de 1960; e o terceiro, chamado de "moda consumada", se estende de 1960 até o século XXI. Com base nisso, decidiu-se seguir essa linha de raciocínio, apoiando-se também em estudos de outros autores.

Como bem nos assegura Braga (2022), o estágio aristocrático, marca o surgimento da moda na Idade Média sendo resultado da burguesia copiando o vestuário dos nobres e estes para manter sua singularidade recorrem a um novo jeito de se vestir. Lipovetsky (2009), não só reforça, esta ideia, como assegura que neste período se desenvolvia o comércio, as comunicações marítimas e o tráfego de mercadorias, trazendo benefícios. Este autor nos ainda afirma que a moda, quanto ao seu início, instala-se, primeiramente, no ocidente moderno.

Um ponto importante, nesse percurso, trata-se das leis suntuárias que, “[...]especificavam os tipos de material e ornamento que podiam ser usados por membros de diferentes classes sociais” (Crane, 2013. p.24). A importância destas leis, no contexto da moda, está no banimento da própria, já que a função desta era de impedir que qualquer classe distinta da nobreza usufrísse de seus privilégios (Knoll, *et al.*, 2016). Com isso, a burguesia, a quem se refere (Palomino, 2003), como a classe enriquecida pelo comércio, após o fim das leis suntuárias, passaram a apropriar-se dos privilégios que antes não podiam.

Assim, este momento é descrito por Lipovetsky (2009, p. 24):

Nesse percurso multissecular, um primeiro momento se impôs durante cinco séculos, da metade do século XIV à metade do século XIX: é a fase inaugural da moda, onde o ritmo precipitado das frivolidades e o reino das fantasias instalaram-se de maneira sistemática e durável. A moda já revela seus traços sociais e estéticos mais característicos, mas para grupos muito restritos que monopolizam o poder de iniciativa e de criação. Trata-se do estágio artesanal e aristocrático da moda.

Nota-se que alguns fatores favoreceram para que ocorresse toda uma dinâmica de imitação e esse quadro leva a interpretação de que o movimento constante da burguesia de copiar a realeza junto a busca desta, por outros meios de diferenciação, deu origem a mutabilidade sendo essa característica intrínseca à moda. Essa postura da burguesia de se inspirar e querer parecer com a nobreza, também, remete ao que se vê atualmente e possui um encaixe perfeito na seguinte declaração, de que “[...]a moda se dá através da cópia do estilo daqueles a quem se admira” (Treptow, 2013, p. 26).

Um segundo momento é datado do final do século XIX ao ano de 1960. Conforme Lipovetsky (2009), o momento reflete um contraponto, de um lado a alta costura tendo o luxo como destaque, com criações feitas respeitando as medidas corporais de cada cliente e do outro lado compartilhando o cenário da moda, tem-se a confecção industrial com alta produção em série e econômica. Nesse contexto, esse contraste iniciou o que é chamado pelo próprio autor de “Moda dos Cem Anos”, ou como sistema bipolar já que os modos de produção dos trajes são opostos, alternando-se entre alta costura e confecção industrial.

De acordo com Braga e Prado (2011), durante os eventos deste momento, a corte perde o direito de decidir como suas indumentárias deveriam ser criadas, este fato é resultado da hegemonia burguesa, como também da ousadia dos costureiros franceses impondo suas criações e construindo sua autonomia. Em contribuição, nos afirma Souza (1996), que a moda passa a percorrer outras áreas da sociedade de forma mais significativa, após a perda do poder que a corte tinha de determinar como as roupas deveriam ser criadas.

Quanto às inovações ocorridas neste momento, assim nos é descrito por Fischer (2010, p. 110):

[...]o vestuário era feito pelo costureiro conforme orientações do cliente. Foi apenas na segunda metade do século XIX que Charles Frederick Worth, originário da Inglaterra, apresentou aos seus clientes, pela primeira vez, roupas feitas a partir de suas próprias ideias. Ele apresentou sua coleção de peças prontas em manequins vivos uma prática desconhecida na época e obteve muito sucesso, abrindo assim, um novo caminho para moda.

Monçores (2020), nos afirma que de forma estratégica, *Worth* começou a moldar o cenário da moda propondo uma forma de se trabalhar bem original. Cada roupa deste criador recebia sua assinatura e uma etiqueta, tal feito promoveu uma reorganização no sistema de oferta e produção do vestuário. Com base no cenário atual, vê-se que o uso da etiqueta não foi apenas uma novidade passageira, já que até hoje muito se utiliza deste artifício.

Segundo Braga e Prado (2011), *Charles Frederick Worth*, além de optar por elaborar peças ainda não vistas, ele deu a possibilidade de suas clientes, independente da classe, escolherem as roupas de acordo com seus gostos e posteriormente, após a escolha, tiravam-se as medidas de seus corpos para finalmente serem costuradas. Ainda no contexto, os autores, relatam que as coleções criadas pelo estilista, eram apresentadas em desfiles de moda correspondendo a uma data e estação específica.

Lipovetsky (2009), sugere que a confecção industrial precedeu a alta costura, entretanto, apresentava má qualidade nas peças produzidas e só pôde ter maior expressividade ao buscar referências da alta costura. Nesse sentido, é possível entender que a confecção industrial se apropriou das características da alta costura, incorporando atributos desta em seus produtos, contudo, com um custo menor por usar materiais mais acessíveis e uma produção capaz de atender a todas as classes.

Conforme citado acima, imagina-se que tais características se encontravam na qualidade do acabamento das peças de roupa, já o baixo custo deveu-se ao uso de matérias-primas mais baratas. Nota-se que a moda vai firmando-se ainda mais como parte da sociedade, adentrando a área de negócios, criando conceitos, padrões e um novo sentido para si.

A partir de 1960, assiste-se a uma nova fase, o terceiro momento da moda findando-se no século XX. Como bem nos afirma Lipovetsky (2009), o período mostra a generalização de uma produção por meio de profissionais, a lógica industrial seriada, coleções sazonais e desfiles. Nesta fase, a moda apresenta sua maior amplitude como sistema e vai tornando-se intrínseca no cotidiano das pessoas, bem como um aspecto essencial para a sociedade.

Neste momento, mudanças favoráveis ocorreram na indústria de confecção, como o maquinário melhorando as atividades de costura, produção veloz e otimização do tempo. O *prêt-à-porter* se difunde e a moda passa a captar a essência jovem dentro de um clima revolucionário (Silva, 2005). A fase expõe o fim da vestimenta sob medida e a homogeneização da produção industrial, contudo, ainda bebendo da fonte da alta costura.

De acordo com Meadows (2013, p. 10),

O Prêt-à-porter, também conhecido como *ready-to-wear*, e que significa “pronto para usar”, tornou-se uma alternativa viável à alta costura nos anos 1960, quando as *maisons* de moda começaram a apresentar *designs* em séries de tamanhos padronizados que poderiam ser comprados diretamente nas boutiques.

Em contribuição nos é dito que “o *prêt-à-porter* engajou-se no caminho do novo, produzindo industrialmente roupas acessíveis a todas as classes, incluindo as menos

favorecidas, e assim ‘moda’ inspirada nas últimas tendências do momento” (Lipovetsky, 2009, p. 126). Para o autor, a sociedade passou a desejar coisas novas, com certo entusiasmo caminhando em direção ao consumo, o efêmero começa a ser mais presente no dia a dia dos indivíduos, ou seja, a temporalidade breve vai sendo incorporada aos poucos nos produtos.

De acordo com Caldas (2006), neste momento, os meios de comunicação social, passaram não só a falar em nome, mas tratou-se de convencer as pessoas em relação ao *prêt-à-porter*. Ainda conforme a fala do autor, despertou-se nas pessoas o consumo excessivo juntamente à procura intensa por novos produtos de moda, este fato foi o efeito do luxo, encanto e magnetismo vindo das revistas e desfiles divulgando coleções de moda.

Lipovetsky (2009) nos afirma que, a partir deste terceiro momento da moda, a novidade virou tendência, a escolha do que usar com base no gosto pessoal se fortaleceu e fındou-se a opressão. Ainda para o autor, a postura passou a ser de adequação, a moda e o consumo cada vez mais foram firmando sua parceria e, sendo esta, algo fundamental para a vida social de muitas pessoas. Em poucas palavras, “a evolução da moda durante o século XX pode ser descrita como um processo de democratização” (Rosa, 2013, p. 66).

Portanto, podemos chegar à conclusão de que a moda, considerando seu surgimento e expansão foi incorporando em si muitos elementos tangíveis que podem ser tocados ou vistos e intangíveis que não possuem uma forma física, seja na premissa de comportamento ou de indústria, que inclusive são reproduzidos até os dias atuais, o que nos leva a entender que a moda sempre foi um sistema, desde sua existência, mas as “regras” deste sistema se transformaram. Logo, é indiscutível que essa sistematização se deu por meio de fatores sociais, econômicos, políticos e tecnológicos. Por fim, é possível entender que a moda possui muitas conotações distintas devido sua inter-relação com muitos aspectos presentes na sociedade.

A trajetória da moda, conforme descrita por Lipovetsky, revela uma evolução que vai da exclusividade aristocrática à democratização no século XX. Inicialmente restrita à nobreza, a moda foi se expandindo ao longo do tempo, impulsionada pela industrialização e pelo crescimento do consumo em massa. A transição da alta costura para o *prêt-à-porter*, juntamente com o avanço da produção em larga escala, tornou a moda acessível a diferentes classes sociais, consolidando-se como uma parte fundamental da identidade e do cotidiano das pessoas. Assim, a moda tornou-se global, impulsionada pelos sistemas de comunicação e influenciada por fatores sociais, culturais e tecnológicos.

2.3 Coleção de Moda

Lipovetsky (2009), afirma que a moda, quanto indústria, se caracteriza pelo ato contínuo de criação e divulgação suas criações em eventos marcados para acontecer em uma estação específica do ano. Segundo o autor, as formas de criação alcançam grandes dimensões dentro da sociedade por meio da “coleção de moda”. Tendo em vista que, este último termo dialoga com o objetivo geral desta pesquisa, decidiu-se abordar brevemente sobre coleção de moda, assim como contextualizar atributos importantes a ela relacionados.

Para entendermos o que é uma coleção de moda, faz-se necessário, a priori, discorrer sobre o significado de “produto de moda”. Segundo Rech (2002), todo item produzido agregando excelência, utilidade, estética, custo e atenção a um certo público é um produto de moda. Uma vez munidos desta informação, torna-se mais fácil a percepção sobre o termo “coleção de moda”, que, ainda segundo a autora, é uma combinação harmoniosa de vários destes produtos apresentados sazonalmente e com propósito visual ou comercial.

A coleção de moda é tida como, um compilado de fontes de referências cujos elementos possuem um alinhamento equilibrado, elementos que visualmente conversam entre si (Navalon, 2008). Fiorini (2008), contribui, afirmando que as características de uma coleção de moda, a torna um sistema singular, efêmero, construído a partir de produtos variados para serem usados no corpo e ainda nos descreve que:

Cada coleção apresenta alternativas formais e opções funcionais para o usuário, utilizando sua capacidade associativa e combinatória: desde o produto mais básico ao mais experimental, todos compartilham um discurso comum, emitem a mesma mensagem (Fiorini, 2008, p.110).

Diante deste quadro, compreendeu-se que a coleção de moda é a junção de diversos produtos de moda pensados e criados de maneira coerente, equilibrada para emitir uma mensagem e que o conteúdo da mensagem pode vir a evidenciar uma ideia ou voltar-se à venda, ao consumo. Obviamente, que uma coleção de moda, possui características particulares em relação a criação de um simples produto, contudo, acredita-se que ambos passam por todo um processo de desenvolvimento. Dito isso, acredita-se que o próximo passo a seguir é identificar que meio utilizar para se criar produtos/ coleções de moda.

Portanto, chega-se à conclusão de que dependendo da marca, a criação de coleções de moda vai muito além da concepção de produtos, envolvendo estratégias e meios adequados para produção e apresentação. Pode incluir a pesquisa de tendências, a análise do comportamento

do consumidor e o uso de novas tecnologias. Cada coleção reflete decisões estéticas, comerciais e culturais, comunicando ideias e valores ao público. O designer, ao criar uma coleção, constrói não apenas roupas, mas um universo simbólico que dialoga com o contexto e as necessidades do momento, tornando a coleção uma ferramenta de expressão e até mesmo consumo.

2.3.1 Metodologias aplicadas na criação de coleções de moda

Não é raro que, por meio de estudos de alguns autores, se torne conhecimento que, para planejar, projetar e gerenciar uma coleção de moda de forma efetiva, é utilizada uma metodologia específica. Essa metodologia integra os princípios de design no processo de desenvolvimento dos produtos de moda.

Acredita-se que uma das formas de se entender o que de fato se trata uma metodologia de produtos de moda é mostrando como essa se estrutura. Dentre as metodologias existentes, pode-se citar, a proposta da autora Treptow (2007), sendo suas etapas descritas a seguir: Pesquisa, Mix de produto e Mix de moda, Inspiração, Desenvolvimento, Modelagem, Protótipo, Produção, Lançamento

Com base no estudo da autora, acima, pode-se exemplificar as linhas de produtos, a partir do segmento esportivo, descrevendo que, este, pode possuir por linhas de produto aquela para uso casual (dia a dia) ou aquela para uso na prática de esportes. Quanto aos ciclos, estes podem ser, o básico que corresponde a peças apresentadas em quase todas as coleções, também sem efeito da sazonalidade, o *fashion* que expõe tendências atuais de cores, formas e materiais e a vanguarda que propõe expor ideias inovadoras, com as marcas podendo optar por seguir ou não as tendências estabelecidas.

Montemezzzo (2003) afirma, que se os produtos de moda se relacionam com os aspectos sociais, antropológicos, ergonômicos, ecológicos, econômicos, tecnológicos e o consumo, sendo essas premissas as quais o design propõe soluções criativas, logo, os princípios de design podem ser inseridos na concepção de produtos de moda. A autora ainda relata que neste elo entre moda e design, o designer torna-se o condutor de todo o processo.

Como exemplo, do que foi descrito acima, podemos citar o caso do estudo de (Rech, 2002). Isto porque a autora criou uma metodologia para produtos de moda com base na metodologia dos autores (Slack, Chambers e Johnston, 2002). Assim é descrita as etapas metodológicas a seguir: Geração de Conceitos, Processo de Triagem, Projeto Preliminar, Avaliação e Melhoramento, Prototipagem e Projeto final.

A metodologia de Rech (2002), inspirada na anterior, tem suas etapas descritas a seguir: Coleta de Informações de Moda, Definição de Tema, Esboços dos Modelos, Definição dos Modelos.

No quadro 1, encontram-se, resumidas, as três metodologias:

Quadro 1 - Exemplos de metodologias para uso na fabricação de produtos - coleção de moda

TREPTOW (2003)	SLAK, CHAMBERS E JOHNSTON (2002)	RECH (2002)
Pesquisa: Busca por Tendências, Materiais, Técnicas, Cores, Mercado e Tecnologia;	Geração de conceito: Análise de coleções anteriores, definição de mercado e da dimensão da coleção;	Coleta de Informações de Moda Coleta de ideias para a criação da coleção;
Mix de produto e de moda: Definição das Linhas do Produto e ciclo da coleção;	Processo de Triagem: Verificação da adequação e criação do produto; escolha do tema da coleção;	Definição de Tema: Escolha do tema da coleção;
Inspiração: Escolha dos temas	Projeto Preliminar: Realização das ideias via esboços e desenho técnico para anexar na ficha técnica e de modelagem;	Esboços dos Modelos: Criação de desenhos das peças a mão livre ou digitalmente;
Desenvolvimento: Elaboração da Ficha Técnica;	Avaliação e Melhoramento: Elaboração do desenho técnico, após a definição do esboço final da coleção;	Definição dos Modelos: Finalização das peças da coleção completa.
Modelagem: Criação de Moldes;	Prototipagem e Projeto final: Inspeção das peças pilotos e preparação dos materiais gráficos.	
Protótipo: Criação da primeira peça com base nos moldes;		
Produção: Criação de todas as peças da coleção;		
Lançamento: Mostra em Desfile.		

Fonte: Adaptado de Treptow (2003); Slack, Chambers e Johnston (2002) e Rech (2002).

As metodologias para a criação de produtos de moda variam conforme as etapas do processo, refletindo as particularidades de cada abordagem. No entanto, é importante destacar que o “design de moda” integra funcionalidade e estética de maneira única. Criar peças de moda envolve tanto a solução de problemas práticos quanto a criação de um estilo que ressoe com a identidade do consumidor. Essa fusão entre forma e função garante a criação de produtos inovadores e bem-sucedidos.

Diante do exposto, uma metodologia de produto de moda é a união de procedimentos que visam planejar, projetar e administrar a criação de produtos. Vê-se, pois, que essas metodologias também atendem a criação de produtos de moda. Por fim, com base nessas informações, as necessidades do projeto é que definirão a metodologia mais apropriada, assim como as alterações e adequações quanto às fases metodológicas.

3 CONSUMO

É comum, por meio de veículos de comunicação e obras científicas, nos depararmos com contribuições que sugerem que o consumo é uma atividade que tem garantido a sobrevivência dos seres humanos desde o seu surgimento, atendendo às suas necessidades básicas. Contudo, o ato de consumir, presenciado atualmente, vai além dessa garantia, apresentando características próprias da modernidade.

Como bem nos assegura Bauman (2008, p. 37):

[...]o consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. Visto desta maneira, o consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos [...]

O consumo, como mencionado, sempre foi essencial, atendendo a necessidades básicas como alimentos, água e saúde, além de itens como roupas, moradia e transporte. Também abrange bens supérfluos, consumidos por prazer, status ou desejos pessoais. Na sociedade atual, o consumo assume diversas facetas, sendo usado para adquirir produtos, construir significados, identidades e interpretar a sociedade (Barbosa e Campbell, 2006). Segundo Canclini (2008, p. 60), o consumo de hoje é um “[...] conjunto de processos socioculturais que envolvem a apropriação e o uso dos produtos”.

De acordo com Baudrillard (1995), em relação ao consumo, não se apropria meramente dos produtos, mas os significados que estes portam e que os tornam símbolos de *status*, poder e identidade social. Pode-se dizer que, as mercadorias são valorizadas pelas condições simbólicas e emocionais atreladas aos desejos, vontades e anseios, que são despertados diariamente dentro de uma sociedade industrial que caminha lado a lado com o capitalismo.

Um aspecto interessante levantado por Bauman (2008) é que, dentro da sociedade, as pessoas consomem para se tornarem “mercadorias vendáveis” (Bauman, 2008, p. 76). O autor exemplifica descrevendo que, as pessoas apropriam-se de tudo aquilo que possa melhorar sua aparência ou até mesmo suas habilidades, para tornarem-se atrativas, venderem sua força de trabalho e assim obterem sua renda. Deste modo, interpreta-se que as pessoas, também, consomem para se tornarem objetos do consumo.

É possível afirmar que estamos na era onde notam-se tendências coletivas de consumo, época em que o que se enaltece é a experiência que os indivíduos têm através do exercício do consumo. Lipovetsky (2007) explica que a aquisição de produtos não está associada apenas à sua função utilitária, mas também ao gosto por novidades, o que gera uma busca constante e

insaciável por produtos que já não se encaixam na perspectiva anterior ou que não possuem as características do que é considerado novo.

Para Bauman (2008), tudo é mercadoria nesta sociedade que favorece a produção de lixo, que se centra no descartável, no efêmero, na obsolescência dos produtos e isto se dá em decorrência do consumo exacerbado, o qual o autor chama de consumismo, sendo este,

[...]um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, "neutros quanto ao regime", transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais (Bauman, 2008, p. 41).

Como bem nos assegura Barbosa (2004, p. 49), “[...]o espírito do consumismo moderno ‘é tudo, menos materialista’”. Para a autora, se o prazer estivesse nos produtos consumidos, estes permaneceriam mais tempo na vida das pessoas de modo que estas os acumulassem, contudo, o que ocorre é o contrário, as pessoas se desfazem dos produtos tão rápido quanto consomem. Quer dizer, então, que não há um apego permanente com os produtos, ou seja, perde-se o interesse por estes já mediante sua aquisição.

Portanto, torna-se evidente que, o consumo de uma questão de simples sobrevivência como foi um dia, tornou-se uma prática relacionada a muitos aspectos da vida em sociedade. Vê-se, pois, que o consumo atual é excessivo e volta-se para a experiência do ato de consumir, para o gosto pelo novo, satisfação das vontades, desejos e anseios das pessoas em relação ao que os produtos podem significar, sendo que estas pessoas ao consumirem tornam-se, também, produtos. Logo, é indiscutível o fato de que o consumo é o foco central da vida na sociedade moderna.

3.1 Dilemas entre as Visões de Modernidade

Antes de um aprofundamento maior da temática consumo é preciso trazer à tona, alguns pontos importantes. Os pontos a serem expostos estão relacionados ao fato de que dois dos principais teóricos que abordam a temática consumo na sociedade contemporânea, *Zygmund Bauman* e *Gilles Lipovetsky*, em algumas de suas obras, adotam o termo pós-modernidade, enquanto em outras mais recentes, ambos os autores abandonam tal nomenclatura, e admitem que a modernidade não ficou para trás, só apresenta uma outra configuração.

É possível ver em obras de *Gilles Lipovetsky*, como por exemplo, *A era do vazio*, a presença do termo pós-modernidade na justificativa que “não é mais do que um outro nome para designar a decadência moral e estética do nosso tempo” (Lipovetsky, 2005, p. 96). Entretanto, o termo é reavaliado, pelo autor, em uma obra posterior denominada *Os tempos hipermodernos*, cujas reflexões se dividem com as de Sébastien Charles alegando o seguinte,

“Quando triunfam a tecnologia genética, a globalização liberal e os direitos humanos, o rótulo pós-moderno já ganhou rugas, tendo esgotado sua capacidade de exprimir o mundo que se anuncia” (Lipovetsky e Charles, 2004, p. 52).

O autor deixa claro, conforme explicado acima, que o uso do termo pós-modernidade é inadequado, sugerindo que este apresenta uma espécie de insuficiência, não sendo apropriado para descrever a contemporaneidade. Entende-se, portanto, que a substituição da nomenclatura anterior se fez necessária, onde precisou-se trocar a palavra “pós” pelo prefixo “hiper” na justificativa de que este possui um encaixe mais adequado para o cenário atual.

Zygmund Bauman, embora também tenha se apropriado do termo pós-modernidade por um tempo, na sua obra *Modernidade líquida* é afirmado que o mundo atual ainda é moderno, a novidade, então, é a liquefação descrevendo que, “diferentemente dos sólidos, os líquidos não mantêm sua forma facilmente; os líquidos por assim dizer não fixam o espaço nem prendem o tempo” (Bauman, 2001, p. 08). O autor quis dizer que a modernidade não mudou a essência, só parece estar diferente, agora ela é fluida, veloz, efêmera, imediatista.

É interessante, aliás, entender, conforme explicado acima, que uma instabilidade cíclica define o contexto moderno na visão do autor, tudo parece se dissolver de forma rápida. Entende-se que se antes a “modernidade sólida” era fazia jus ao que era duradouro, a “líquida” já é efêmera, efervescente e diluidora de relações. Deste modo, a segurança e o duradouro, já não são requisitos dentro desta sociedade de manifestações voláteis.

Como bem nos asseguram Lipovetsky e Charles (2004), a modernidade estabeleceu a emancipação humana, a liberdade, o domínio da ciência, da tecnologia, a produtividade do campo do trabalho e o consumo. Deste modo, para o autor, tudo isso não ficou para trás, na verdade se intensificou e esse quadro passou a ser exagerado. Junto a essa nova versão, encontra-se uma dada importância ao ego, a busca pelo prazer e o hiperconsumo.

Barbosa (2010), aponta um embaraço nesta questão já que alguns estudiosos utilizam o termo pós-modernidade, já outros optam pela modernidade. Quanto à não utilização do primeiro termo, a autora reforça que isso deve-se ao fato de que a pós-modernidade aponta, "para o fim ou ultrapassagem de uma época" (Barbosa, 2010, p.7). No contexto, atentando-se ao sentido da

palavra “pós”, vê-se que esta indica que algo já foi superado, o que o torna incompatível com os tempos atuais, uma vez que nos é dito que a essência da modernidade ainda é a mesma, assim, não havendo sentido em adotar tal termo.

Entende-se também que ser moderno ou estar na modernidade é viver de acordo com suas características como, a ideia de progresso (Marcondes, 2004). Ainda na linha de raciocínio deste autor, no contexto da modernidade, o novo é sempre valorizado, os critérios de validade e certeza encontrando-se no pensamento, ao mesmo tempo em que se é contra a tradição. O que de certo modo, traduz a essência da sociedade contemporânea.

Portanto, torna-se evidente o porquê de haver a adoção da palavra pós-modernidade em algumas obras dos autores aqui citados, bem como à substituição desta por modernidade e hipermodernidade. Vê-se, pois, que a explicação desse quadro se torna crucial para que se tenha uma melhor compreensão sobre o tema consumo. Diante disso, acredita-se que uma boa alternativa, caso seja preciso fazer uso dos estudos, presentes nas obras destes autores, para compor um referencial teórico, seja considerar as perspectivas em que ambos se aproximam e não seus pontos de divergência, para que não se caia em uma contradição.

3.2 Sociedade de Consumo

Atribui-se a Sociedade de Consumo, como sendo uma sociedade que é resultante de fatores que promoveram mudanças estruturais, onde as pessoas são moldadas de acordo com a lógica consumista. É dito que esta mesma sociedade desperta desejos nas pessoas para que estas venham a adquirir, constantemente, algum bem de consumo, transformando-as em consumidores sempre ativos.

Segundo Bauman (2008), a sociedade um dia prezou pela segurança, além da durabilidade do que se produzia e das interações, já hoje, a sociedade é outra, as interações mudaram, a vida passou a ser regulada pelas emoções e sentimentos que vem da prática do consumismo. Isto ocorreu, de acordo com o autor, em decorrência do crescimento da produção industrial fazendo nascer a revolução consumista. O consumo exacerbado, desde então, tornou-se o componente central da identidade e da dinâmica social (Baudrillard, 1995).

Lipovetsky (2007), afirma que as mudanças significativas que resultaram na sociedade como é vista hoje, teve forte influência do capitalismo. Para explicar sobre isto, o autor divide o capitalismo em três fases:

- Fase I de 1880 a 1945 – Surgimento de grandes magazines e lojas de departamento que causaram prejuízo às pequenas lojas, devido à grande capacidade de fabricar produtos em massa, o cenário foi favorecido pelos transportes e comunicação eficientes, tudo isso gerou a democratização do consumo.
- Fase II, 1939 a 1945 (II Guerra Mundial) - Acréscimo do poder de compra, propagação da democracia do consumo, distinção social e o prazer pelo prazer, marcaram o momento;
- Fase III, 1970 aos dias atuais - Predominância do prazer pessoal, do consumo espontâneo em desfavor dos aspectos da distinção social presentes na fase II, necessidades modernas sendo comercializadas e arranjada pela lógica do desfazer, particular e emocional gerando o hiperconsumo.

Como bem nos aponta Barbosa (2004, p. 08),

[...] para alguns autores, a sociedade de consumo é aquela que pode ser definida por um tipo específico de consumo, o consumo de signo ou *commodity sign*, como é o caso de Jean Baudrillard em seu livro *A sociedade de consumo*. Para outros a sociedade de consumo englobaria características sociológicas para além do *commodity sign*, como consumo de massas e para as massas, alta taxa de consumo e de descarte de mercadorias per capita, presença da moda, sociedade de mercado, sentimento permanente de insaciabilidade e o consumidor como um de seus principais personagens sociais.

Entende-se, conforme explicado acima, que uma sociedade, para ser denominada de sociedade de consumo, deve-se ter a forte presença do exercício do consumo, independentemente do que se quer consumir. Além desta característica, de acordo com Bauman (2008, p. 73): “Numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação”. Isto quer dizer que, as pessoas são encorajadas a ter um estilo de vida onde consomem para além do que precisam todos os dias.

Lipovetsky (2007), relata que a sociedade de consumo desperta desejos dos indivíduos em relação a determinado produto que, por teoria, deveriam ser supridos após a aquisição deste. Contudo, o próprio autor assegura que, o que acaba acontecendo, na prática, é um apetite voraz que não sana devido a uma incapacidade de suprir tais desejos e isto leva os consumidores a buscarem outros produtos, a fim de obter a tão desejada satisfação.

Para Bauman (2008), é preciso que as promessas sejam mentirosas, para que a busca pela satisfação prossiga, pois “sem a repetida frustração dos desejos, a demanda de consumo logo se esgotaria e a economia voltada para o consumidor ficaria sem combustível” (Bauman, 2008, p. 64 – 65). Quer dizer que é justamente a insatisfação dos consumidores, que é responsável pela demanda de novos produtos, dando origem a um ciclo comercial e econômico.

No contexto, nota-se que a sociedade conduz os indivíduos ao consumismo, cuja economia deste consiste em exageros e gastos.

Portanto, torna-se evidente que a sociedade de consumo se iniciou com a mudança na interação das pessoas com os objetos. Vê-se, pois, que essa sociedade é marcada pela economia consumista cujos requisitos são o excesso e o desperdício. Não é exagero afirmar que, incitar desejos, ao mesmo tempo que se toma providências para que estes não sejam saciados é mais uma particularidade da sociedade de consumo e que são estes aspectos que alimentam a economia direcionada ao consumidor.

3.3 Mecanismos de Persuasão do Consumo

Engel *et. al.* (2000) e Sheth *et. al.* (2001), sugerem que o comportamento do consumidor é um bom caminho para as empresas conhecerem as preferências e os gostos dos consumidores em relação aos produtos. Para isso, considera-se, as etapas de anterior a aquisição de um produto até quando este é descartado. Obtendo as informações necessárias, as empresas tornam-se aptas a oferecer os produtos e serviços que, aparentemente, melhor se encaixam naquilo que os consumidores buscam satisfazer (Halat, 2018).

Como bem nos assegura Solomon (2016, p. 6, **grifo nosso**):

O campo de **comportamento do consumidor** abrange uma extensa área: é o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazerem necessidades e desejos.

Fica claro, conforme explicado acima, que uma vez entendido sobre o comportamento do consumidor é preciso criar atrativos para assim induzir os indivíduos a comprarem produtos e essa tarefa cabe à publicidade. Para Kotler e Keller (2012), a publicidade utiliza uma forma de diálogo persuasivo, informam sobre produtos e serviços, atraindo clientes. Segundo Sant'Anna (1995), a publicidade inseri ideias na mente da massa, desperta desejos pelo que se é prometido, instigando a busca e compra de produtos.

Para Featherstone (1995), romantismo, inspirações, sedução, estética, realização, estas são as linguagens usadas pela publicidade, para se chegar ao público, fazendo-o comprar constantemente. Contudo, é do marketing que saem as estratégias para que a publicidade possa gerar resultados. O marketing sendo ele vinculado ao mercado, agrega valores aos produtos, promove satisfações de desejos, impulsiona vendas e cria campanhas (Las casas, 2019). O

aparecimento do marketing possibilitou que se formasse um atalho para que as massas pudessem alcançar uma variedade de produtos publicitados (Lipovetsky, 2007).

O marketing conta com seis métodos de comunicação, usados para alcançar os consumidores em potencial, chamado de mix de comunicação de marketing e estes são, acordo com (Kotler; Keller, 2007):

- **Propaganda:** mecanismo de comunicação custeado por um patrocinador para apresentar ideias, mercadorias e serviços;
- **Promoção de vendas:** diz respeito à utilização de incentivos, de campanhas de curto prazo, age despertando o interesse dos consumidores, promove experimentação, favorece o aumento das vendas de produtos ou serviços;
- **Eventos e experiências:** atividades e atrações patrocinadas por uma empresa, elaborados para criar interações com a marca em casos de grande importância;
- **Relações públicas e assessorias de imprensa:** tem a finalidade de manter a boa imagem de uma empresa e dos produtos e serviços, por ela ofertados;
- **Marketing direto:** Uso de mecanismos para comunicação direta com um cliente em particular ou potenciais consumidores como telefones, e-mails, correios, internet;
- **Vendas pessoais:** diz respeito à oferta de produtos e serviços, esclarecimento de dúvidas, fornece a entrega do pedido, todos os processos são feitos na presença dos potenciais clientes.

Dentro desse contexto de comunicação de marketing é possível encontrar, também, um recurso completo, que é realizado de maneira interativa e dinâmica. Como bem nos asseguram Galão, Crescitelli e Baccaro (2011), trata-se da divulgação de produtos pelas redes online, utilizando um computador e outros mecanismos de interação digital, a exemplo, cita-se os *web sites*, *e-mail*, redes sociais, dentre outros que correspondem a este tipo de divulgação.

Por fim, podemos chegar à conclusão de que, os atrativos desta sociedade são responsáveis por conduzir as pessoas ao ato da compra, onde as promessas que são feitas em relação a satisfação de desejos que determinado produto irá proporcionar ao ser comprado é de responsabilidade do marketing e da publicidade. Logo, é indiscutível que as pessoas são estudadas, seduzidas e que os métodos de comunicação têm um grande poder de persuasão. Neste sentido, é possível afirmar que, a sociedade, por meio destes instrumentos, se encarregará de fazer com que o ato do consumo sempre seja praticado.

3.4 Problemática do Consumo de Moda

O consumo em si é uma necessidade essencial para a sociedade e para a economia, mas quando se torna-se desenfreado, como ocorre muitas vezes na indústria da moda, gera graves consequências. Embora, conforme nos relata Berlim (2012), a indústria da moda seja uma das maiores geradoras de empregos e movimentações financeiras, o consumo excessivo pode levar ao desperdício de recursos e à produção de resíduos, com impactos ambientais negativos. Como nos alerta Baudrillard (1995), a moda e o consumo estão indissociavelmente ligados, e é justamente o consumo desenfreado que potencializa os danos ao meio ambiente, resultando em uma pressão insustentável sobre a natureza.

A produção exacerbada vinda do movimento *fast fashion* é um exemplo de problemática, conforme mencionado acima. Para Cietta (2010), esse modelo é adotado pelas magazines devido à sua rapidez, mas vai contra um sistema em que as coleções de moda são lançadas ao longo do ano, focando na produção semanal para atender aos consumidores. Dessa forma, o propósito é suprir o desejo de consumir nesta sociedade cada vez mais informada e moldada no imediatismo. Sendo esta coerente ao que nos foi sugerido por Bauman (2008) quando este se refere à característica de uma “modernidade líquida”.

Para Fletcher e Grose (2011), o *fast fashion* é um modelo de produção responsável pela inserção da obsolescência programada (validade curta pré-estabelecida) de produtos de moda atrelada às inúmeras coleções e tendências direcionadas ao público. Para Avelar (2009) o ciclo da moda se distribui em cinco fases: a inserção de uma coleção nova; o começo da popularização; o ápice desta popularização e a queda levando à rejeição do produto. No contexto, do *fast fashion*, esse processo acelera a substituição do produto anterior por um novo, o que força a fabricação de mais produtos para dar conta da demanda.

Segundo Weetman (2019), este modelo de produção, o *fast fashion*, nasceu em 1990 como uma forma de agilizar a reprodução das peças de vestuário presente em coleções de moda e apresentadas em passarela, para que estas pudessem ser vendidas em lojas de varejo. De acordo com Delgado (2008), o crescimento de nichos de mercado; melhoramento nas fabricações devido a novas tecnologias; informatização; procura por produtos individuais; velocidade da demanda e informação de moda a nível global acarretaram o surgimento do *fast fashion*.

O *fast fashion*, se difere da forma operativa que se preocupa com as consequências desastrosas acarretada pelo antes durante e depois do processo de desenvolvimento de produtos, ou seja, não há um pensar e prática conscientes, uma vez que incentiva a atividade do descarte,

a preocupação está, na verdade, em produzir em um ritmo frenético e em curto período, para assim manter um determinado fluxo de consumo (Almeida, 2021).

Na adoção deste modelo de produção, a problemática do descarte e uma das características de maior repercussão mundial e um exemplo que reflete a gravidade do assunto é o deserto do Atacama, localizado mais especificamente, no norte do Chile, sendo denominado de "Cemitério de roupas" (BBC, 2022). Um dado relevante, segundo o site, mostra que de 59 mil toneladas de roupas destinadas a importação anualmente, a maior parte beirando 40 mil toneladas não é vendida e por consequência são despejadas de forma inadequada.

A dimensão da problemática pode ser vista conforme a ilustração abaixo:

Figura 1 - Cemitério de roupas do Atacama.



Fonte: BBC (2020).

Podemos perceber na ilustração, conforme visto acima, um exemplo, do grande prejuízo causado pelo descarte inapropriado, isso porque, a figura acima evidencia somente o caso do deserto do Atacama e não outras localidades pelo mundo. De fato, a aceleração na produção, juntamente com a validade curta das roupas influenciou para este quadro. Essa situação pode ser ainda mais assustadora se refletirmos sobre a quantidade de roupas produzidas e descartadas desde o surgimento do *fast fashion* até os dias atuais.

Como bem nos assegura Cietta (2010), o ciclo de vida dos produtos de moda tende a ficar mais curto, à medida que o tempo passa. Desta maneira, as empresas, marcas e criadores se verão obrigados a criar e lançar diversos produtos novos para que venham a agradar o

consumidor, garantindo que estes comprem tais produtos. Compreende-se que assim vai se mantendo um ciclo contínuo de compra e descarte.

No que diz respeito ao ciclo de vida dos produtos, Manzini e Vezzoli (2016) descrevem como sendo a somatória do ambiente e o processo da trajetória feita por um produto, denominado *inputs* e *outputs*. A análise do ciclo envolve os fluxos da matéria prima, a energia, emissão de gases, as atividades relacionadas ao produto partindo da extração, produção até o tratamento final do produto. No contexto, todos esses aspectos mencionados podem ser identificados no momento de desenvolvimento das etapas e até mesmo após o término destas.

De acordo com Carvalhal (2016), a indústria da moda só perde no quesito de maior poluidora do mundo para a indústria de petróleo, deixando muitas outras para trás. Quando o assunto é o consumo de recursos naturais, ela só fica em desvantagem para a indústria de agricultura. Deste modo, compreende-se que embora ocupando a segunda posição em ambos os casos, em somatória, pode-se compreender que a indústria da moda exerce um grande impacto ao meio ambiente, de forma catastrófica.

Dentre as atividades negativas da moda encontram-se também:

- Grande consumo de energia;
- Consumo abundante de recursos hídricos;
- Poluição do solo com pesticidas e fertilizantes (maneira de trazer mais agilidade);
- Poluição da água por meio do tingimento de roupas;
- Poluição do ar, devido a emissão de gases.

Interpreta-se conforme explicado acima que, a grande quantidade de água extraída da natureza e utilizada durante a fabricação de produtos é devolvida sem antes ter passado por tratamentos adequados, promovendo uma poluição hídrica. Dentro desse quadro, imagina-se que durante todo o processo de fabricação de produtos gaste-se um número expressivo de energia e emite-se uma grande quantidade de gases tóxicos, dependendo do tratamento, dos processos pelos quais a matéria prima e os produtos venham a passar.

Como bem nos relata Tacchizawa e Andrade (2021), as peças de roupas são responsáveis pela liberação de muitos resíduos químicos, sem falar naquelas criadas com tecidos sintéticos, um outro ponto refere-se aos micros plásticos interferindo na cadeia alimentar. Percebe-se desta maneira que as problemáticas assumem uma proporção de grande magnitude. Os autores ainda afirmam que boa parte dos materiais têxteis inutilizados são jogados de forma irresponsável em locais inapropriados, como exemplo pode-se citar o caso de

restos de tecidos diversos que são jogados em aterros, afluentes dentre outros ambientes naturais.

A ONU News (2023), apresenta algumas informações bastante relevantes no que diz respeito às consequências advindas da indústria da moda, atualmente. É enfatizado que esta indústria é uma das principais, responsáveis pela emissão de gases associados ao efeito estufa, gerando entre 2% e 8% desses gases nocivos ao meio ambiente. Além disso, outros dados, relacionados às atividades praticadas pela indústria, são disponibilizados pelo site, sendo eles:

- Níveis significativos de poluição: A produção de roupas novas libera micro plásticos, que acabam no meio ambiente e no oceano.
- Extração de água: O setor da moda consome cerca de 215 trilhões de litros de água por ano.
- Impactos na biodiversidade: A agricultura de algodão, principal matéria-prima da indústria de roupas, é uma das principais causas de desmatamento e manipulação do solo.

É preciso encarar que, a indústria da moda é uma grande e veloz agente poluidora quando se trata das questões em volta de sua produção e consumo. Compreende-se que a dinâmica do *fast fashion* ocorre da seguinte maneira: quanto mais rápido se fabricarem novos produtos, aqueles consumidos anteriormente serão considerados ultrapassados, deixando de ser interessante e se desfazer deles torna-se a solução mais viável. Diante de tal situação, a demanda por novos produtos aumenta, logo, necessitando de se extrair mais recursos naturais para serem utilizados durante a fabricação de produtos.

Além dos impactos ambientais e sociais, o consumo excessivo do *fast fashion* também afeta psicologicamente os consumidores, que, impulsionados pela constante busca por novidades, entram em um ciclo inevitável de insatisfação. A pressão para se manter "na moda" transforma a compra de roupas em um ato impulsivo, sem considerar a real necessidade ou a qualidade dos produtos. Dessa forma, a moda deixa de ser uma expressão individual, tornando-se uma ferramenta de conformismo social, o que agrava tanto os danos ambientais quanto a natureza do próprio consumo.

4 SUSTENTABILIDADE

Entende-se por sustentabilidade como um resultado de um movimento recente que questiona o modo de desenvolvimento da sociedade contemporânea, mas que precisa provar sempre suas teorias a respeito da interação da sociedade com a natureza e o meio pelo qual opera (Rosa, 2007). Contudo, tem-se a ciência de outros movimentos associados a questões ambientais e socioculturais.

Guimarães (2014) e Goldemberg *et al.* (2010) ao falarem sobre a temática “sustentabilidade”, apontam o surgimento, desta, para a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, ocorrida em Estocolmo, em 1972. Para o primeiro autor, o evento tornou-se um marco histórico, pois, inaugurou-se a agenda ambiental, cuja pauta estava relacionada ao estabelecimento da cultura política mundial de respeito à ecologia e a construção de um paradigma em caráter econômico e civilizatório para vários países.

Embora a temática, acima, seja a mais mencionada pelos meios midiáticos, é preciso ressaltar que, outros eventos em prol do meio ambiente já vinham sendo praticados. O primeiro, a ser citado, é a conferência científica das Organizações das Nações Unidas - ONU sobre Conservação e Utilização de Recursos ocorrida em 1949 (Biscaia, 2013). Para esta autora, só a partir de 1960 apareceu a primeira das organizações não-governamentais - ONG 's, o “Fundo para a Vida Selvagem”, em 1961. Esta última década foi onde se teve atenções maiores voltadas às problemáticas ambientais (Passos, 2009).

Ungaretti (1998, p.49), nos relata sobre outro evento, ocorrido em 1968, em Paris, a Conferência da Biosfera descrevendo que,

[...]estivemos bem perto do apocalipse. As lideranças ambientalistas desse período criaram um clima de tensão e de alarme. Tiveram um papel importante em termos de mobilização dos diversos segmentos sociais, em torno das questões referentes ao meio ambiente. Três aspectos dominaram a cena: poluição, crescimento populacional e tecnologia.

Ao pesquisar por mais eventos, pode-se encontrar, posteriores a 1972, a “Estratégia mundial para a Conservação (1980)”, a formalização do relatório “Nosso futuro comum” ou relatório *Brundtland* (1987), a conferência das Nações Unidas no Rio de Janeiro, a Eco-92 e o Rio+20 (2012), a Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento sustentável, também, ocorrida no Rio de Janeiro (Guimarães, 2014). Além destes, podem ser considerados logo abaixo, conforme (Costa, 2022, p.81):

[...]o Protocolo de Kyoto no Japão (1997), a Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável (Rio+10 - realizada na África do Sul, Johannesburgo, 2002), a Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), o Acordo de Paris (2015), bem como a Cúpula de Líderes sobre o Clima (2021).

Para melhor entender a ordem cronológica dos eventos, decidiu-se organizá-los, conforme a figura 2, começando do evento mais antigo ao mais atual:

Figura 2 - Cronologia de eventos acerca da temática sustentabilidade.



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Os eventos acima descritos, tornam-se marcos importantes que ainda contribuem para fortalecer a importância de se discutir sobre a sustentabilidade, promovendo assim a preservação dos espaços ambientais e de recursos naturais, beneficiando novas gerações. Entende-se que, essa trajetória é um ato desesperado de pessoas que notaram a gravidade de suas ações e resolveram fazer algo a respeito. Contudo, eventos como estes fazem-se necessários pois acredita-se que, ainda hoje, nem todas as pessoas têm consciência de tudo isso, o que põe em risco sua própria sobrevivência e das próximas gerações.

Além disso, é importante destacar que, apesar dos avanços na conscientização sobre sustentabilidade, ainda há desafios a serem superados. A implementação de políticas públicas eficazes, a adoção de práticas responsáveis por empresas e a mudança de hábitos em nível global continuam sendo questões relevantes. A interação entre seres humanos e a natureza exige

uma abordagem colaborativa, envolvendo governos, sociedade civil e setor privado, para garantir o uso responsável dos recursos naturais e um futuro sustentável.

4.1 Reflexões acerca do Cenário Ecológico Atual

Atribui-se às modificações do meio ambiente a inúmeros fatores dentro da sociedade. Mendonça (2005) relata que a escassez de recursos naturais e a poluição é uma questão antiga e hoje estas apresentam versões muito preocupantes, devido a velocidade de extração e não renovação de recursos naturais. A autora descreve que o lixo jogado na natureza é um dos agravantes e afirma que toda essa situação é obra do próprio homem.

Latour (2020), contribui para uma reflexão trazendo uma perspectiva muito interessante, através de sua obra “Onde aterrar? Como se orientar politicamente no Antropoceno”. Este autor, afirma que, muitas problemáticas dos tempos atuais são, na verdade, heranças coloniais, manifestando diferentes graus de elevação de expropriações de terras, migrações, explosão de desigualdades e novo regime climático. O autor também destaca outros três pontos que são: o Antropoceno, a Globalização e o Negacionismo.

Por causa de suas atitudes, posicionamentos e práticas perante a Terra, é que o homem se torna o principal agente causador de todas as problemáticas e catástrofes ambientais a um nível planetário e a isto estudiosos denominam de Antropoceno. Este termo foi elaborado como uma maneira de "designar uma nova época geológica caracterizada pelo impacto do ser humano sobre os ecossistemas e sobre o clima da Terra" (Alves, 2022, p. 02).

Para Pádua (2004), o homem tem uma capacidade natural de causar desequilíbrios. É possível compreender que o homem tropeça nos seus próprios padrões de medida, ultrapassando limites inimagináveis. Tal fato pode ser evidenciado por meio de atividades que o próprio agente vem praticando a longo prazo, como por exemplo: extração exagerada de recursos naturais e a não renovação destes, a poluição do meio ambiente, dentre outros.

Quando Latour (2020) refere-se ao Antropoceno, o autor quer dizer que não há outro culpado para o estado atual do planeta a não ser o próprio homem, reproduzindo um discurso colonial, elaborado por ele próprio e que se converte em práticas corriqueiras atemporais. O discurso colonial, segundo o autor, é pautado na premissa de que abraçando-se a ideia de progresso, uma vida confortável e segura seria garantida e, viver-se-ia em uma utopia, em um mundo de “sonho”.

A respeito da globalização, assim pontua Corazza (1997, p. 30):

Um mundo globalizado seria um mundo sem fronteiras artificiais, criadas pelo homem, como os Estados nacionais, com suas instituições e suas políticas, e os organismos e regras de convivência internacionais. A globalização significaria a completa integração econômica e a mais ampla liberalização comercial e financeira.

De acordo com Latour (2020), essa ideia ligada a um futuro maravilhoso, repleto de regalias, mostrou-se ser, na verdade, um fracasso, pois à medida que a caminhada rumo ao desenvolvimento acontecia, a terra era devastada. Para o autor, esse quadro revela que, enquanto muitas pessoas caminhavam acreditando nessa promessa, aqueles que incitavam já sabendo que era inviável, trataram de apropriar-se de todos os bens que podiam.

De acordo com Giddens (1991), a globalização passou a moldar a postura do homem perante a natureza de forma negativa, favorecendo para que houvesse uma relação superficial, desleixada e irresponsável. Em outras palavras, por meio dela o homem começou a utilizar a própria Terra para diversos fins e de diversas formas, como se os recursos naturais dela fossem ilimitados, sem considerar todos os tipos de agravantes decorrentes de suas próprias atitudes ambiciosas.

Um outro ponto crítico associado a essa situação toda é descrita por Latour (2020), e denomina-se negacionismo, sendo esse o ato de negar que todas essas problemáticas existem, ao mesmo tempo, como sendo uma forma do homem isentar-se de, ou mascarar, qualquer sentimento de culpa. É possível identificar na fala do autor que o negacionismo é o ato do homem mentir de maneira descarada para assim continuar exercendo diversas atividades, que não deixam de ser tipos evoluídos das práticas coloniais herdadas e disseminadas durante os séculos. Assim nos assegura o autor:

A negação não é uma situação confortável. Negar é mentir friamente e, depois, esquecer que mentiu – mas constantemente lembrando-se da mentira, apesar de tudo. É extenuante. Podemos nos perguntar o que tal confusão provoca às pessoas que caem nessa armadilha. Isso as deixam loucas (Latour, 2020, p. 30).

Portanto, o próprio homem é o maior responsável, o causador de todos os problemas ambientais vivenciados atualmente, devido a sua ambição e falta de consciência, refletidas em inúmeras práticas insustentáveis numa escala a nível global. Como se não bastasse, diante de toda essa situação, o próprio homem nega que tudo isso está acontecendo e tenta isentar-se de qualquer culpa. Por fim, é indiscutível o fato de que os conhecimentos em prol do meio ambiente devem, constantemente, ser debatidos, reforçados e não menos importante, serem disseminados.

4.2 Sustentabilidade e a Moda

A indústria da moda, embora ainda em um ritmo lento, está cada vez mais adotando práticas sustentáveis. Essas práticas buscam reduzir os impactos ambientais e promover uma produção mais ética e responsável, em resposta às crescentes demandas por uma mudança na produção da moda.

A sustentabilidade “desafia a moda em seus detalhes (fibras e processos) e com relação ao todo (modelo econômico, metas, regras, sistemas de crenças e valores)” (Fletcher e Grose, 2011, p. 8). Isso quer dizer que a sustentabilidade questiona e desafia as práticas tradicionais da indústria da moda, colocando em dúvida os métodos convencionais de produção, consumo e descarte. As autoras ainda destacam pontos importantes como:

- 1. Práticas de Design Consciente:** O design sustentável deve ser uma prática que considere o impacto ambiental e social durante todo o ciclo de vida do produto. Para isso, as autoras sugerem que os designers adotem abordagens integradas, levando em conta desde a escolha de materiais até o momento do consumo e descarte das peças.
- 2. Seleção de Materiais Ecológicos:** A importância da seleção de materiais ecológicos e sustentáveis, como o algodão orgânico, o cânhamo e tecidos reciclados, que possuem um impacto ambiental significativamente menor comparado aos materiais convencionais, também é abordada pelas autoras. A escolha de materiais recicláveis ou biodegradáveis, ou ainda de materiais que possam ser totalmente reciclados ao final da vida útil, é um ponto crucial na abordagem de design sustentável.
- 3. Criação de Peças Duráveis:** A criação de peças duráveis também é uma prioridade. As autoras argumentam que, em vez de produzir roupas descartáveis, os designers devem se concentrar em criar peças que resistem ao desgaste e que possam ser usadas por mais tempo. Isso envolve a escolha de acabamentos e costuras que garantam a longevidade do produto, reduzindo assim a necessidade de reposição constante. Exemplos disso incluem marcas como Patagônia, que utilizam materiais reciclados em seus produtos e incentivam seus consumidores a devolverem as peças usadas para reutilização ou reciclagem.
- 4. Ciclo de Vida do Produto:** Deve-se considerar o ciclo completo de vida de um produto, abordando todas as suas etapas, desde a extração de matérias-primas, a produção, o consumo e, finalmente, o descarte. O design sustentável deve buscar reduzir impactos negativos em cada uma dessas fases. Isso implica repensar a cadeia produtiva da moda, a fim de alinhá-la com modelos mais sustentáveis. Um exemplo disso, explicado acima, é o trabalho da marca

Patagônia, que não só utiliza materiais reciclados, mas também encoraja a devolução de produtos para que possam ser reciclados ou reaproveitados. Além disso, as autoras exploram como o conceito de "*slow fashion*", ao promover a reparabilidade e a reutilização, pode prolongar a vida das roupas, evitando o descarte precoce.

- 5. Abordagens de Design Regenerativo:** O design regenerativo vai além da sustentabilidade tradicional, permitindo que os processos de design contribuam para a regeneração dos recursos naturais, em vez de apenas minimizar os danos. A ideia é criar produtos e processos que restauram ou melhoram o equilíbrio ambiental e social. Um exemplo disso é a Fibra de Tencel, fabricada a partir de celulose de madeira proveniente de fontes renováveis. Além de ser biodegradável, o processo de produção dessa fibra é fechado, ou seja, os solventes utilizados no processo são reciclados e reutilizados, o que contribui para uma produção mais regenerativa. Outras marcas utilizam práticas agrícolas regenerativas para o cultivo de fibras, o que resulta em uma produção mais benéfica para o ecossistema.
- 6. Alternativas aos Modelos Convencionais de Produção:** Os designers precisam considerar alternativas, como a produção sob demanda e a prática de *upcycling*. A produção sob demanda, por exemplo, é adotada por algumas marcas que fabricam as peças apenas quando são encomendadas, o que evita a produção em excesso e o desperdício de roupas não vendidas. A *Re/Done* é um exemplo de marca que adota a prática de *upcycling*, transformando roupas *vintage* em novos designs, o que não só dá nova vida a peças antigas, mas também contribui para evitar o desperdício de materiais.
- 7. Práticas Éticas:** Envolve as condições de trabalho e a necessidade de garantir que os trabalhadores sejam pagos de forma justa e trabalhem em condições adequadas. Os designers devem tomar decisões que respeitem os valores éticos, e isso inclui garantir que suas escolhas de fornecedores e materiais estejam alinhadas com práticas de comércio justo. A marca *People Tree*, por exemplo, trabalha diretamente com artesãos de países em desenvolvimento, garantindo condições de trabalho justas e salários adequados. Além disso, a *Everlane* é citada como exemplo de marca que adota uma abordagem de total transparência, compartilhando detalhes sobre os custos de produção e as condições de trabalho de seus fornecedores.
- 8. Apoio a Movimentos e Inovações Sustentáveis:** É importante que os designers se engajem com movimentos sociais e ambientais que buscam transformar a indústria da moda. As autoras destacam que as mudanças no design podem ser aceleradas por meio da colaboração com cientistas e empresas, além do apoio a iniciativas inovadoras que promovam uma moda mais ética e responsável. O uso de biomateriais, como os tecidos feitos a partir de cogumelos,

que estão sendo pesquisados como uma alternativa aos materiais sintéticos que têm grande impacto ambiental, é um exemplo disso. Outro exemplo citado é o movimento Fashion Revolution, que promove mais transparência e ética na indústria da moda e busca conscientizar tanto consumidores quanto marcas sobre os impactos da produção de roupas.

Fletcher e Grose (2011) ilustram com exemplos concretos como práticas de design sustentável, como o uso de materiais ecológicos, a consideração do ciclo de vida dos produtos e o apoio a movimentos sociais e inovações, podem ser aplicadas na indústria da moda. Embora a implementação dessas práticas ainda enfrente desafios, as autoras enfatizam que há um caminho crescente em direção a um design mais responsável e sustentável, o que pode contribuir para mudanças significativas dentro da indústria da moda.

O caminhar, embora devagar da indústria da moda para se encaixar no que exige a sustentabilidade, no olhar de Rocha (2012), tem gerado a emergência de vertentes como moda verde, moda ética, moda consciente e ecomoda. No entanto, é importante ter atenção, pois há um uso exagerado e, em alguns casos, superficial de termos ligados à sustentabilidade no setor da moda (Almeida, 2013). Esta autora sugere que muitas marcas e *designers* adotam nomenclaturas como *eco fashion*, *green fashion*, moda ética, ecochique, *green-glamour*, *eco friendly* e outras para apenas promover uma imagem positiva e sustentável de seus produtos.

Embora possa ocorrer tal caso, conforme explicado acima, existem marcas e designers que realmente implementam ações concretas sendo, estas, respostas à necessidade de mudanças na produção da moda, buscando algo menos poluente, mais eficiente e mais respeitoso com o meio ambiente e as comunidades envolvidas, como afirmam Fletcher e Grose (2011, p. 10). Nesse sentido, os profissionais da moda estão se empenhando para encontrar formas mais conscientes de produção.

O produto de moda, assim como outros itens que utilizam o termo sustentável, deve cumprir todas as condições, evidenciando autenticidade em seu discurso para garantir um desenvolvimento genuinamente sustentável (Vezzoli, 2008). Isso envolve práticas reais e mensuráveis em todas as etapas de produção, desde a escolha dos materiais até as condições de trabalho, visando a redução do impacto ambiental e social. Apenas assim será possível alcançar uma transformação verdadeira no setor.

Berlim (2012, p. 21) considerando o viés da moda sustentável afirma que,

[...]o foco atual das pesquisas dos setores de moda e produção têxtil está no produto e no seu processo de produção, obedecendo a uma tendência mundial, originada nas últimas décadas do século XX, para o desenvolvimento de materiais ecológicos.

Ferraz (2014), em contribuição, sugere que a sustentabilidade deve percorrer toda a cadeia de produção da moda, iniciando-se na escolha correta da matéria-prima, passando pelos processos tanto de produção quanto de distribuição, utilização, até na forma como o produto será descartado pelo consumidor. Além disso, conforme o autor, deve-se levar em conta aspectos sociais, econômicos e culturais relacionados à própria produção.

Entende-se que a transformação do modelo de produção tradicional para uma abordagem mais sustentável representa uma mudança significativa na indústria da moda, que busca corrigir suas falhas ambientais. Essa mudança implica ações diretas antes, durante e após o desenvolvimento dos produtos, com a indústria se esforçando para minimizar seu impacto em todas as etapas.

Berlim (2012) observa que, embora o conceito de sustentabilidade na moda esteja mais claro e os criadores estejam cientes da necessidade de incorporar elementos ecológicos e mais responsáveis em suas produções, um modelo 100% sustentável ainda não foi alcançado. Contudo, ela destaca que a adoção de métodos, técnicas e materiais ecológicos será sempre bem recebida, pois são passos importantes em direção à sustentabilidade.

Berlim (2009), em *Moda, a Possibilidade da Leveza Sustentável: tendências, surgimento de mercados justos e criadores responsáveis*, analisa a interseção entre moda e sustentabilidade, destacando a importância de práticas responsáveis na indústria da moda como:

- **Relação entre Moda e Sustentabilidade:** A moda deve ser entendida não apenas como um campo estético, mas também como uma prática que pode impactar positivamente o meio ambiente e a sociedade. É necessário integrar conceitos de sustentabilidade nas práticas de design e produção, promovendo uma moda que respeite tanto os recursos naturais quanto os direitos humanos. Um exemplo disso é a crescente adoção de materiais orgânicos, como algodão e cânhamo, que são menos poluentes em comparação com fibras sintéticas como o poliéster.
- **Consciência Ambiental:** Embora exista uma alta consciência ambiental entre os profissionais da moda, o conhecimento sobre materiais sustentáveis e processos produtivos ainda é insuficiente. Isso sugere que as instituições de ensino precisam atualizar seus currículos para incluir mais informações sobre a sustentabilidade. Um exemplo prático é a inclusão de cursos sobre ecodesign nas faculdades de moda, onde os alunos aprendem a projetar produtos levando em consideração seu ciclo de vida e impacto ambiental
- **Mercados Justos e Criadores Responsáveis:** Os criadores são incentivados a adotar práticas éticas e sustentáveis. É apontado um crescente interesse por parte dos consumidores

em adquirir produtos que não apenas atendam às suas necessidades estéticas, mas que também sejam produzidos de maneira responsável e menos poluente.

- **O Papel do Ecodesign:** O ecodesign é fundamental para a criação de produtos que minimizem o impacto ambiental. Isso porque inclui a utilização de materiais renováveis e processos produtivos que reduzem resíduos, guiados pelos princípios do design. A autora afirma algumas marcas têm desenvolvido tecidos que não necessitam de lavagem frequente, reduzindo assim o consumo de água e produtos químicos. Além disso, o conceito de *slow fashion* tem ganhado força, promovendo um consumo mais consciente e duradouro.

Conforme citado acima, compreende-se que as propostas elaboradas têm como objetivo incentivar criadores e consumidores a adotarem uma postura mais crítica em relação ao consumo e à produção. Essas propostas visam promover um futuro em que a moda seja leve não apenas em sua estética, mas também em seu impacto no mundo.

Dentre as propostas apresentadas por Berlim (2009), encontra-se o *slow fashion*, que de acordo com Fletcher e Grose (2011), esta é uma mentalidade inspirada no movimento *slow food*, fundado no ano de 1986, na Itália, por Carlo Petrini. Ainda conforme as autoras, este movimento teve como propósito, divulgar o consumo de alimentos mais saudáveis e práticas naturais.

Anicet (2011, p.4) nos assegura que,

Na contramão do *fast fashion* está *slow fashion*, que vem do termo *slow design* criado pelo autor Fuad-Luke. O *slow design* prima pelo processo lento e reflexivo com foco no desenvolvimento dos resultados do projeto. O *slow design* enfatiza a importância de democratizar o processo de design para alcançar um amplo leque de interessados.

Conforme descrito acima, entende-se que o *Slow fashion* preza por um modo de pensar e agir conscientes, sendo eles reproduzidos por consumidores e pela indústria da moda, enfatizando um desaceleramento na produção, caracterizando-se em uma “mentalidade lenta”. Além desta informação, nos é assegurado que, “a moda lenta requer uma infraestrutura modificada e uma produção reduzida de produtos” (Fletcher e Grose, 2011, p. 128).

Tavares (2017) destaca que o *slow fashion* busca a desaceleração da produção em massa, enfatizando a durabilidade das roupas, o consumo mais ético e a responsabilidade ambiental. Além disso, o movimento apoia as produções artesanais, as feiras locais e a reutilização de tecidos antigos ou reciclados. Portanto, torna-se de fácil entendimento que, para que a moda — mas não só ela — atinja o ápice da sustentabilidade, o caminho mais viável, ao mesmo tempo

extremamente desafiador, seria parar de produzir, o que impactaria diretamente no consumo exacerbado.

Entende-se que embora a diminuição da produção em massa seja uma proposta de solução ideal para alcançar uma maior sustentabilidade, é necessário buscar alternativas que, mesmo dentro das limitações do sistema capitalista, promovam uma moda mais responsável. Nesse sentido, a adoção de práticas mais ecológicas, como o uso de materiais sustentáveis e processos de produção conscientes, se apresenta como uma abordagem pragmática e importante para mitigar o impacto ambiental da indústria da moda.

O relatório de 2024 da *Fashion Revolution*, nesse contexto, oferece uma visão crítica sobre a evolução da moda rumo à sustentabilidade, abordando os desafios e pilares para uma transformação ética e consciente. Com publicações atualizadas sobre moda sustentável, a *Fashion Revolution* é uma fonte essencial para quem quer se manter informado sobre as práticas éticas e responsáveis que estão moldando a indústria. A seguir, são apresentados os pontos principais abordados pela organização:

- **Sustentabilidade Ambiental na Moda**

A sustentabilidade ambiental tornou-se uma das principais pautas dentro da indústria da moda, refletindo uma crescente conscientização sobre o impacto negativo da produção de vestuário no meio ambiente. A indústria deve adotar práticas que favoreçam o uso de materiais recicláveis e orgânicos, com tecnologias que minimizem o consumo de água e a emissão de carbono.

O modelo de economia circular é apontado como uma solução viável para aumentar o ciclo de vida das roupas e reduzir o desperdício. Além da escolha de materiais ecológicos, a transformação da indústria também passa pelo design inteligente, que leva em consideração a durabilidade das peças e a regeneração de ecossistemas. A moda sustentável busca combater a obsolescência das roupas, promovendo o consumo responsável e a valorização de peças duráveis em detrimento do modelo de *fast fashion*.

- **Dimensão Social e Ética na Moda**

A moda sustentável não deve ser limitada à sustentabilidade ambiental, mas também precisa incluir a justiça social como um princípio fundamental. A luta por condições de trabalho

justas, salários dignos e a eliminação da exploração em toda a cadeia produtiva é uma prioridade para a indústria.

A inclusão social também desempenha um papel essencial, com a proposta de que todos os trabalhadores, desde a produção de tecidos até a confecção de roupas, tenham acesso a igualdade de oportunidades e a um ambiente de trabalho seguro e saudável. Certificações de marcas éticas e o comércio justo são ferramentas cruciais para garantir o bem-estar dos empregados, promovendo uma indústria da moda mais justa e igualitária.

- **Acordos Globais e Transparência**

A criação de acordos globais que assegurem os direitos trabalhistas e erradiquem práticas análogas à escravidão é uma demanda central da indústria da moda. Estabelecer políticas internacionais que promovam a justiça social e ambiental é essencial para evitar a exploração de trabalhadores e práticas prejudiciais ao meio ambiente.

Além disso, a transparência nas práticas empresariais é uma prioridade, com modelos de negócios que colocam as pessoas acima do lucro e seguem princípios éticos de operação. A transparência em toda a cadeia de produção, desde o fornecimento de materiais até a distribuição dos produtos, deve ser uma exigência para marcas comprometidas com a sustentabilidade e a justiça social.

Em resumo, a *Fashion Revolution* evidencia que a transformação necessária na indústria da moda deve criar um modelo de negócios que coloque a conservação do meio ambiente e o bem-estar das pessoas no centro das decisões empresariais, em vez de priorizar o crescimento a qualquer custo. A organização destaca que a indústria precisa adotar práticas que integrem sustentabilidade ambiental, justiça social e transparência, apontando que essas mudanças são essenciais para a construção de um futuro mais ético e responsável para todos os envolvidos.

A indústria da moda, embora ainda em um processo lento, está avançando na direção de práticas mais sustentáveis, buscando minimizar impactos ambientais e nocivos. A adoção de design consciente, o uso de materiais ecológicos e o incentivo ao *slow fashion* são algumas das mudanças que começam a transformar o setor. No entanto, a verdadeira mudança depende de um compromisso contínuo das marcas, designers e consumidores em integrar a sustentabilidade de forma genuína. Assim, é possível alcançar uma indústria mais responsável e equilibrada, desde que haja um esforço coletivo e constante para repensar as práticas de produção e consumo.

4.2.1 Técnicas Sustentáveis na Moda: *Upcycling*, Tingimento Natural e Estamparia Artesanal

No cenário atual, é possível encontrar não só estratégias, mas também algumas técnicas que ajudam a reduzir impactos ao meio ambiente e que, ao mesmo tempo, agregam valores e atributos como estética e singularidade em um processo de fabricação mais rudimentar. As técnicas em questão são: o *upcycling*, o tingimento natural e a estamparia artesanal. Vale salientar que o foco aqui está nos modos de utilização das técnicas e não no surgimento dessas.

Nos é assegurado que o *upcycling* têm por função,

[...]utilizar um material já utilizado ou o resíduo de um produto tal como foi encontrado, sem despendar mais energia na reutilização dele, ou seja, sem reciclar o produto. É um processo de recuperação que transforma os resíduos desperdiçados em novos produtos ou materiais com superior qualidade e valor ambiental. (Anicet *et al.*, 2011, p.3).

Entende-se, conforme explicado acima, que a técnica se apropria de restos de produtos ou materiais em estado de desuso, para assim fabricar novos produtos, e de certa maneira, agregando valor, além de poupar recursos naturais. Segundo Berlim (2020), o *upcycling* se difere da reciclagem que abusa de energia e processos químicos que, cabendo a interpretação de que estes poluem o solo, a água e o ar.

O tingimento natural é uma técnica utilizada para colorir objetos (Forezi, 2023). Este processo pode ser visto em trabalhos e pesquisas, como Joias do Maracanã: tingimento natural de sementes, de Saraiva e Santos (2018), que aborda a aplicação do corante natural em sementes de juçara (fruto encontrado em São Luís - MA), usadas para criar biojoias, e em Práticas, saberes e ressignificações dos usos de tingimentos naturais, de Nogueira (2018), que discute o tingimento em tecidos e a aplicação do *tie dye* (técnica de estamparia por amarração) em um município da cidade de Alcântara - MA.

O tingimento natural é aplicado de três formas: o tingimento a frio (sem utilizar a fervura), no qual o tecido fica imerso por algumas horas no corante já diluído em água; ou por fervura, onde o tecido é fervido juntamente com o corante, também diluído em água; após cada procedimento, aplica-se os mordentes. Na terceira forma, o corante, os mordentes e os tecidos são fervidos juntos (Ferreira e Gomes, 2005). O mordente é um fixador, ou seja, ele melhora a adequação do corante no tecido, e estes podem ser de origem natural, como, por exemplo, o sal orgânico (Ferreira, 1998).

Entende-se que a técnica de tingimento não possui uma metodologia própria, já que "não tem como meta estabelecer receitas e procedimentos rigorosos, visto que o trabalho de tingimento natural é artesanal" (Nogueira, 2018, p. 111). Contudo, pontos relevantes foram identificados, como: pesquisas a respeito dos materiais e das formas de tingimento natural; escolha das fontes de extração; pesagem dos materiais; testes (considerando-se as aplicações, mordentes, duração, lavagem e secagem pós-coloração); e, por fim, anotações dos testes, criando um guia para replicar os passos no projeto em si.

Como complemento estético à técnica de tingimento mencionada acima, pode-se recorrer ao uso da técnica de estamparia artesanal, e uma das formas de aplicação mais faladas é por meio do estêncil. Na prática, utiliza-se uma placa feita de material maleável e resistente, com um recorte que forma um desenho, sendo colocada sobre o tecido. Em seguida, aplica-se a tinta por cima da placa, transferindo a silhueta do desenho para a superfície desejada, como, por exemplo, tecidos (Alcântara, 2020).

Outra técnica de estamparia é o grafismo, para que seja possível a aplicação, deve-se ter em mãos canetas pois estampa é feita a mão livre, onde os contornos, formas e preenchimento do desenho da estampa são feitos diretamente sobre o tecido, na área desejada (Alcântara, 2020). Com base na forma como se aplica a técnica, acredita-se que o uso de pincéis se torna apropriado, ou qualquer material que venha a promover um desenho a mão livre.

O carimbo é mais uma técnica a ser aplicada de maneira artesanal. Para Okasaki (2016) nesta técnica é possível utilizar carimbos feitos a partir de um material chamado EVA, mas pode-se usar também a madeira. Neste contexto, os carimbos são colocados em contato com a tinta e posteriormente pressionados sobre a superfície do tecido, reproduzindo o desenho da estampa na área escolhida. Deste modo, compreende-se que esta é uma técnica de impressão.

Diante do exposto, podemos compreender que as técnicas aqui apresentadas, além de causarem menos danos ao meio ambiente, podem trazer ressignificações. Obviamente, que os resultados possam não se igualar aos dos processos de produção industrial, contudo, acredita-se que as técnicas artesanais, ajudam a gerar novos significados e identificações, uma vez que as pessoas podem replicar tais técnicas para criar suas próprias roupas, ou estender a vida útil e fornecer uma estética única àquelas que já possuem, obtendo assim roupas únicas. Espera-se dessa forma que tais técnicas sejam ainda mais praticadas e valorizadas.

Dessa forma, as técnicas de *upcycling*, tingimento natural e estamparia artesanal não só ajudam a reduzir impactos ambientais, mas também ressignificam o consumo e a produção de vestuário. Essas práticas tornam o processo de fabricação mais consciente, promovendo uma conexão mais próxima entre produto e consumidor. Além disso, ao preservar saberes

tradicionais e estimular a criatividade, podem fortalecer um mercado de moda sustentável, onde estética e identidade cultural se alinham com a preservação ambiental, incentivando um modelo de consumo mais responsável.

4.3 Design em Favor da Sustentabilidade

Em um contexto ambiental desafiador, o design se afirma como uma ferramenta essencial para mitigar os impactos negativos, oferecendo alternativas sustentáveis e inovadoras. O Design Participativo, uma das práticas mais relevantes nesse cenário, destaca-se por fomentar a colaboração ativa das comunidades na criação de soluções. Essa abordagem, junto a outras práticas como o Design Social, o Ecodesign e o Design Sustentável, promove a integração de valores sociais, ambientais e econômicos, visando a construção de um futuro mais equilibrado e consciente.

Conforme Tavares (2021, p. 71), "Como o design é um ofício intrinsecamente interdisciplinar, gerencia uma variedade de aspectos para a realização de um projeto". Esse conceito evidencia que o design não é uma prática isolada, mas sim um campo que envolve diversas áreas do conhecimento, exigindo a integração de múltiplos aspectos e habilidades para a criação de soluções completas e eficazes. Isso implica não apenas atender aos requisitos técnicos, mas também considerar as responsabilidades sociais e ambientais envolvidas no processo.

Manzini (2023) complementa essa perspectiva ao afirmar que, embora o design seja tradicionalmente associado à criação de produtos ou soluções tangíveis, ele também é uma ferramenta estratégica capaz de transformar sistemas e comportamentos. O autor destaca que o design pode, e deve, contribuir para o desenvolvimento sustentável, inovando em produtos, serviços e sistemas que favoreçam práticas ecológicas e socialmente justas. Dessa forma, o design se configura como um catalisador de mudanças, buscando soluções que equilibrem funcionalidade e respeito ao meio ambiente.

Latour (2005) reforça a importância da participação de diversos atores sociais na criação de soluções coletivas. Para ele, a colaboração entre grupos como cientistas, políticos, cidadãos e outros envolvidos é essencial para enfrentar os desafios complexos da sociedade moderna. Esse processo de participação ativa é fundamental para a construção de soluções inclusivas e eficazes, que atendam às necessidades emergentes e promovam mudanças estruturais significativas.

Nesse sentido, abordagens colaborativas como o Codesign, *Workshops* de Design, Design Thinking, *Brainstorming* em Grupo e Design em Equipe Multidisciplinar exemplificam a democratização das decisões no processo de criação. O Design Participativo (DP), uma forma de Codesign, se insere nesse contexto como uma metodologia fundamental para a construção de soluções coletivas e sustentáveis. A partir dessa premissa, o Design Participativo será aprofundado no próximo subcapítulo, explorando suas características, princípios e aplicações práticas.

4.3.1 O Design Participativo: História, Princípios e Práticas para Soluções Sustentáveis e Inclusivas

O Design Participativo, este historicamente falando, nos é apontado por Rogers *et al.* (2013), tendo seu surgimento localizado na Escandinávia entre o final dos anos 60 e início dos anos 70. Este esteve relacionado a capacitação de trabalhadores quanto a utilização de sistemas de comunicação, o momento aponta para informatização dos postos de trabalho e a democracia no ambiente de trabalho exercida pelos próprios trabalhadores.

Para Pereira e Figueiredo (2018), o Design Participativo envolve a colaboração ativa de pessoas não designers ao longo de todas as etapas de um projeto, transformando-as em cocriadoras das soluções. O papel do designer, nesse contexto, é o de mediador, facilitando a comunicação entre os diversos participantes e promovendo um ambiente de cocriação. Para os autores, a abordagem participativa não apenas potencializa a criatividade, mas também assegura que as soluções atendam às reais necessidades dos usuários.

O Design Participativo, conforme descrito por Paizan e Mellar (2011) e Spinuzzi (2005), revela-se como uma abordagem estratégica que promove maior inclusão, colaboração e compartilhamento de conhecimentos, elementos essenciais para projetos de impacto social, cultural e ambiental. Essa abordagem não apenas visa soluções para problemas imediatos, mas também busca o fortalecimento das capacidades locais, promovendo autonomia e sustentabilidade a longo prazo.

Os princípios e práticas segundo o estudo dos autores, citados acima, são entendidos da seguinte maneira, conforme o quadro abaixo:

Quadro 2 - Princípios e Práticas do Design Participativo.

Princípios do Design Participativo (Paizan e Mellar, 2011)	Práticas do Design Participativo (Spinuzzi, 2005)
Inclusão e Democracia	<i>Workshops</i> e Sessões de Cocriação
Valorização do Conhecimento Coletivo	Métodos de Pesquisa Participativa
Empoderamento dos Participantes	<i>Feedback</i> Constante
Interação e Prototipagem	Criação de Ambiente Colaborativo

Fonte: Paizan e Mellar (2011); Spinuzzi (2005).

4.3.1.1 Princípios do Design Participativo segundo Paizan e Mellar

1. Inclusão e Democracia

O Design Participativo busca proporcionar um ambiente de design no qual todos os envolvidos possam contribuir ativamente, independentemente de seu papel ou nível hierárquico. Essa prática visa promover a democratização do processo de criação, onde as decisões não são centralizadas em poucos indivíduos, mas sim compartilhadas entre todos os participantes.

A prática alinha-se aos princípios de equidade e justiça social, fundamentais em contextos comunitários e sociais. Através dessa abordagem, indivíduos de diferentes contextos, experiências e vivências têm a oportunidade de influenciar e contribuir para as soluções propostas.

2. Valorização do Conhecimento Coletivo

Este princípio destaca a importância da experiência e do saber coletivo. No Design Participativo, o conhecimento não é visto apenas como algo acadêmico ou técnico, mas como um conjunto de saberes, incluindo aqueles considerados "tácitos" ou informais.

A promoção do compartilhamento de saberes fortalece o vínculo entre os participantes e fomenta soluções inovadoras que podem não surgir em abordagens tradicionais de design, tornando-as mais adequadas às necessidades reais da comunidade.

3. Empoderamento dos Participantes

O Design Participativo se caracteriza por ser uma prática empoderadora, pois incentiva a expressão livre de opiniões e promove a participação ativa dos envolvidos em todos os momentos do processo. Isso não apenas facilita a aceitação das soluções propostas, como também contribui para o engajamento dos participantes, aumentando seu sentido de pertencimento e de responsabilidade sobre o projeto. O empoderamento resulta na capacitação dos participantes, permitindo que apliquem o que aprenderam e implementem mudanças de forma autônoma em projetos futuros.

4. Interação e Prototipagem

A interação contínua e a prototipagem são essenciais no Design Participativo, pois permitem que as ideias sejam testadas, refinadas e ajustadas com base no *feedback* constante dos envolvidos. O processo iterativo de criação e ajuste garante que as soluções desenvolvidas estejam alinhadas com as reais necessidades dos usuários e participantes. A prototipagem, em particular, serve como uma ferramenta de visualização que torna as propostas mais tangíveis e compreensíveis.

4.3.1.2 Práticas do Design Participativo segundo Spinuzzi

1. Workshops e Sessões de Cocriação

Essas práticas favorecem a colaboração entre diversos atores, como designers, usuários, stakeholders e outros envolvidos. O objetivo central desses encontros é proporcionar um ambiente que favoreça a troca de ideias, experiências e perspectivas, criando um espaço coletivo de criação.

Durante os *workshops*, todos os participantes podem contribuir com seus saberes e visões, tornando o processo mais inclusivo e rico em soluções inovadoras. Esses espaços colaborativos são fundamentais para garantir que todos os envolvidos se sintam parte do processo e, conseqüentemente, se comprometam com o sucesso do projeto.

2. Métodos de Pesquisa Participativa

A pesquisa participativa é uma prática essencial no Design Participativo, pois utiliza métodos qualitativos, como entrevistas, questionários e observações, para obter insights

profundos sobre as necessidades e expectativas dos usuários. Esses métodos não apenas garantem que as soluções sejam fundamentadas nas reais necessidades dos participantes, mas também permitem uma compreensão mais holística dos contextos em que as soluções serão aplicadas. Essa abordagem assegura que o design seja relevante e eficaz, construído a partir da perspectiva daqueles que irão usá-lo.

3. *Feedback* Constante

A prática de incorporar *feedback* constante ao longo do processo de design é crucial para a eficácia do Design Participativo. Em vez de criar uma solução final sem considerar as reações dos participantes, o design participativo adota um modelo iterativo, onde as opiniões dos envolvidos são constantemente coletadas e utilizadas para ajustar e melhorar o projeto. Esse ciclo contínuo de *feedback* fortalece a relação entre os participantes e o projeto, permitindo que os envolvidos sintam que suas contribuições estão sendo realmente consideradas e valorizadas.

4. Criação de Ambiente Colaborativo

O Design Participativo promove a criação de um ambiente de trabalho onde todos os participantes se sintam à vontade para interagir e colaborar. Um ambiente colaborativo é essencial para estimular a criatividade e o engajamento, além de criar um espaço onde as pessoas possam se expressar livremente, sem medo de julgamentos ou hierarquias. O desenvolvimento de um ambiente seguro e aberto para discussão e troca de ideias é um dos pilares fundamentais para o sucesso dessa abordagem.

Noronha (2021, p. 78) afirma que "o design participativo deve ser entendido não apenas como uma ferramenta de criação, mas como um processo de envolvimento e autonomia das comunidades, permitindo que as soluções criadas sejam verdadeiramente sustentáveis e adequadas às realidades locais". Em outras palavras, o Design Participativo não se limita à criação de soluções, mas envolve as comunidades no processo, garantindo que essas soluções sejam viáveis, respeitem os contextos culturais e sociais e promovam a autonomia local.

A integração do Design Participativo com outras vertentes, como o Design Social, o Ecodesign e o Design Sustentável, pode ser extremamente benéfica, proporcionando soluções inovadoras e ecologicamente responsáveis. Miranda, Santos e Noronha (2019) ressaltam que essa fusão de abordagens favorece práticas sustentáveis no desenvolvimento de produtos, além

de estabelecer novas formas de relacionamento entre as partes envolvidas, criando um ambiente mais colaborativo e consciente.

Para os autores, mencionados acima, o design sustentável, especialmente no contexto do Ecodesign e do Design Sustentável, destaca a importância de integrar preocupações ecológicas, sociais e econômicas em todas as fases do processo de criação. Essas abordagens enfatizam não apenas a minimização dos impactos ambientais, mas também a incorporação de questões sociais e culturais no design, que são fundamentais para garantir soluções verdadeiramente sustentáveis.

Ao aplicar essas concepções no contexto do design participativo, os designers podem colaborar diretamente com as comunidades locais, permitindo que as soluções sejam mais eficazes, adequadas e alinhadas às realidades sociais e culturais dos grupos envolvidos. A inclusão das comunidades no processo criativo oferece a oportunidade de valorizar o conhecimento local e as práticas tradicionais, criando soluções que atendem não apenas às necessidades imediatas, mas também promovem a continuidade e a regeneração das tradições e saberes locais (Miranda, Santos e Noronha 2019).

A compreensão de que a moda é um sistema e um comportamento, enquanto o design é uma ferramenta capaz de transformar tanto sistemas quanto comportamentos, leva à afirmação de que o design tem o potencial de moldar a indústria da moda. O consumo é um dos principais fatores do impacto ambiental gerado pela indústria, e todos os indivíduos, enquanto consumidores, têm culpa direta sobre seus efeitos. Nesse contexto, o Design Participativo se destaca por inserir diversos desses indivíduos no centro do processo criativo, para que busquem soluções relativas ao contexto apresentado.

Considerando a premissa, conforme explicada acima, acredita-se que o Design Participativo pode gerar soluções inovadoras, capazes de mitigar os efeitos negativos da moda sobre o meio ambiente. Além disso, ele proporciona uma conscientização maior dos consumidores sobre seu papel na cadeia produtiva, contribuindo para a criação de um ciclo de produção e consumo mais responsável. Esse ciclo, fundamentado na sustentabilidade e na colaboração, contribui para um futuro mais equilibrado e com menor impacto ambiental, alinhando-se a práticas que favoreçam a preservação do planeta.

Nesse contexto, Pazmino (2007) sugere que o Design Social, ao priorizar as dimensões sociais, culturais e ambientais, exige um novo conjunto de habilidades do designer. Ele deve ser capaz de compreender e respeitar as especificidades locais sem descaracterizá-las. Já o Ecodesign, conforme Nassar (2017), surge como uma fusão entre design e ecologia, buscando criar produtos inovadores e ecológicos. Por fim, o Design Sustentável, segundo Brown (2019),

tem como objetivo principal a criação de soluções que sejam não apenas ambientalmente responsáveis, mas também socialmente justas e economicamente viáveis.

Entende-se, conforme explicado acima, que as comunidades não devem ser vistas apenas como receptoras de soluções prontas, mas como participantes ativas na construção dessas soluções. Esse envolvimento colaborativo não apenas potencializa a criação de soluções mais eficientes, mas também assegura que sejam verdadeiramente adequadas às necessidades e realidades locais, gerando resultados mais sustentáveis e em sintonia com as culturas e contextos nos quais são aplicadas.

Conclui-se, portanto, que o Design Participativo é uma grande ferramenta de inclusão, facilitadora de interação, assim como uma auxiliar capaz de ajudar a mesclar os mais variados tipos de saberes, sejam eles formais ou empíricos, e um mecanismo de avaliação dos conhecimentos tácitos, tudo isso por meio de experiências que proporcionam discussões, indagações e novas visões. Por fim, é indiscutível que a flexibilidade intrínseca do Design Participativo permite a incorporação ou adaptação de diversos tipos de técnicas ou práticas em projetos de cunho social, cultural e ambiental.

Ademais, é importante destacar que, ao integrar diferentes formas de conhecimento e práticas de design, o Design Participativo não apenas resolve problemas imediatos, mas também fortalece a capacidade de comunidades e indivíduos para atuar de maneira autônoma e sustentável em projetos futuros, criando uma rede de conhecimento compartilhado que perpetua valores de equidade, inclusão e respeito pela diversidade cultural e ambiental.

4.3.2 Do coletivo à autonomia: práticas transformadoras e a construção de um futuro sustentável.

A autonomia é um conceito fundamental tanto na filosofia quanto na educação, pois está diretamente ligada à capacidade de transformação do indivíduo e da sociedade. Para Borges, Rezende e Ferreira (2021), a autonomia é a capacidade da vontade de se autodeterminar segundo uma lei moral própria. Ou seja, a verdadeira liberdade, segundo o filósofo, não se trata da ausência de restrições externas, mas da capacidade de agir de acordo com a razão, sem ser influenciado por desejos imediatos ou fatores externos. A autonomia, nesse contexto, é a liberdade de agir conforme uma lei moral interna, estabelecendo um caminho ético e racional de ação, em contraste com a heteronomia, que ocorre quando a vontade é guiada por influências externas.

De acordo com Gadotti (2018) no campo da educação, Paulo Freire amplia essa compreensão de autonomia. Para ele, a autonomia não é apenas a capacidade de fazer escolhas individuais, mas um processo que envolve a libertação do sujeito e a transformação da realidade social. A educação, assim, deve ser uma ferramenta para o desenvolvimento da consciência crítica, permitindo que o indivíduo reflita sobre sua condição social e atue de maneira transformadora. A autonomia está intimamente vinculada à reflexão e à ação coletiva, possibilitando ao sujeito superar a opressão e construir um mundo mais justo e livre.

Gadotti (2018) ressalta que, para Freire, em *Pedagogia da Autonomia* (1997), a autonomia é um processo de desalienação, autocrítica e engajamento coletivo. Em sua obra, ele enfatiza que a educação deve ser voltada para a liberdade, que só pode ser conquistada por meio do desenvolvimento de um senso crítico, capaz de questionar a realidade e buscar transformações sociais. A autonomia, portanto, é tanto individual quanto coletiva, e implica em um processo de conscientização e ação em conjunto.

Dentro dessa visão de autonomia, Manzini (2023), em sua obra *Políticas do Cotidiano*, onde os cidadãos deixam de ser apenas consumidores de soluções e se tornam protagonistas ativos na criação de um futuro mais justo e sustentável. Para ele, a autonomia não deve ser compreendida apenas como a liberdade individual de fazer escolhas, mas como a capacidade de agir de forma colaborativa para construir soluções coletivas. Manzini (2023) desafia os modelos tradicionais de democracia, sugerindo que a verdadeira participação dos cidadãos não deve se limitar ao voto, mas deve se estender à criação ativa de soluções sociais e políticas. Nesse contexto, o design se torna uma prática engajada e colaborativa, envolvendo diversos atores sociais na construção de um futuro mais justo e sustentável.

Ao destacar a importância da inovação social, Manzini (2023) sugere que a transformação não precisa vir de grandes iniciativas, mas pode surgir de pequenas ações locais, desenvolvidas em conjunto por comunidades. Nesse sentido, o design funciona como uma ferramenta de mediação que ajuda a articular essas ações, promovendo a colaboração e a cocriação de soluções para os problemas sociais e ambientais. Essas soluções devem ser sustentáveis e capazes de gerar novas perspectivas de vida, envolvendo todos os participantes de forma ativa na construção de um futuro mais equitativo.

O ponto central da proposta de Manzini (2023) é a fusão da autonomia individual com a colaboração coletiva. Para ele, o futuro do design está na criação de soluções que respeitem e incentivem a liberdade e a iniciativa pessoal, ao mesmo tempo que favorecem o trabalho em conjunto. A autonomia, assim, não é vista como algo isolado, mas como uma forma de expressão dentro de um contexto colaborativo. Ao criar soluções em conjunto, respeitando as

diversidades e as necessidades de todos, é possível gerar mudanças sociais significativas e sustentáveis.

A partir de uma democracia centrada em projetos, da inovação social transformadora e do uso estratégico do design crítico, ele aponta para um futuro em que os cidadãos não apenas são ouvidos, mas ativamente envolvidos na construção de soluções para os problemas mais urgentes. Nesse processo, o design deixa de ser apenas uma ferramenta técnica e se torna um agente de transformação social, capaz de promover mudanças significativas na vida das pessoas e na organização da sociedade como um todo.

Essa abordagem colaborativa também está presente no Design Participativo, como exemplificado por Light e Akama (2012) em *The Human Touch: participatory practice and the role of facilitation in designing with communities*. Elas destacam a importância de adaptar as práticas de design às especificidades culturais e emocionais das comunidades, respeitando seus saberes locais e promovendo a autonomia através da ação coletiva. Em um dos estudos de caso, relacionado à preparação para incêndios, os designers entenderam que os moradores possuíam um conhecimento único e valioso sobre o ambiente em que viviam, o que poderia enriquecer o processo de planejamento.

Em vez de impor soluções externas, como muitas vezes ocorre em abordagens tradicionais de design, os facilitadores incentivaram os participantes a compartilharem suas experiências locais e a identificar áreas de risco e necessidade. A utilização de ferramentas lúdicas, como o uso de doces para representar pontos críticos no mapa da comunidade, facilitou a troca de informações e permitiu aos moradores visualizarem suas próprias realidades de forma colaborativa.

O design participativo não se limita à criação de soluções técnicas, mas também considera a dimensão emocional dos participantes, criando um ambiente de confiança e empoderamento. Esse processo de colaboração permite que os moradores se tornem protagonistas em suas próprias comunidades, contribuindo para soluções que atendem às suas necessidades específicas. Além disso, a valorização do conhecimento local, como visto no estudo de caso, é fundamental para que as soluções sejam eficazes e sustentáveis.

Uma situação marcante ocorreu quando um participante, insatisfeito com a eficácia dos sistemas de alerta existentes, expressou sua frustração e solicitou melhorias, evidenciando sua angústia e a necessidade de uma resposta mais eficiente. Embora a sugestão apresentada não fosse viável dentro das limitações do projeto, os facilitadores demonstraram sensibilidade e empatia ao acolher a preocupação do participante, reconhecendo o contexto emocional e as

necessidades específicas da comunidade. Essa postura evidenciou o respeito profundo pelas demandas locais e a importância de ouvir ativamente os envolvidos no processo.

Pisetta e Junior (2024) evidenciam, por meio de seu estudo Educação para a sustentabilidade: relato do projeto Musas Coletivo de Moda, que a autonomia é a capacidade de tomar decisões de forma independente, com liberdade e responsabilidade. O projeto Musas Coletivo de Moda, abordado no estudo, é um exemplo robusto de como a autonomia se conecta com o universo da moda sustentável. O projeto promoveu a autonomia por meio da moda sustentável, incentivando as participantes a criarem produtos exclusivos a partir do reaproveitamento de resíduos têxteis.

Além de gerar uma fonte de renda, o projeto fortalece a confiança e a autoestima das participantes, promovendo sua independência econômica e pessoal. Ao focar na criação de calçados e outros itens sustentáveis, busca-se também fortalecer a autonomia das jovens em situação de vulnerabilidade, oferecendo oportunidades de desenvolvimento financeiro e pessoal. A seguir, são apresentados os aspectos mais destacados do projeto:

Autonomia como Geração de Renda

O projeto Musas Coletivo de Moda teve como um de seus principais objetivos proporcionar às participantes habilidades práticas para a geração de renda autônoma. O uso de técnicas sustentáveis, como o reaproveitamento de resíduos têxteis, possibilitou que as jovens criassem produtos exclusivos, como calçados, que podem ser utilizados como fonte de renda. Ao ensinar as participantes a criarem e comercializar esses produtos, o projeto as capacitou para uma autonomia econômica sustentável, criando alternativas para a independência financeira no futuro.

Autonomia no Desenvolvimento Pessoal e Aumento da Autoestima

A autonomia também foi promovida no aspecto pessoal, especialmente no que se refere à autoestima das participantes. A melhoria na maneira como as jovens se apresentavam e se relacionavam com os outros foi um reflexo direto do processo de aprendizagem e empoderamento proporcionado pelo projeto. Ao participar das atividades e se envolverem no processo de criação de seus próprios produtos, as participantes passaram a se sentir mais seguras, confiantes e com maior controle sobre sua própria identidade.

Autonomia Social e Coesão no Coletivo

Além das habilidades técnicas e comportamentais, o projeto buscou promover a autonomia social das participantes, fortalecendo o senso de pertencimento e cooperação por meio da convivência em grupo, da troca de experiências e da construção de laços de amizade. Nesse ambiente, as participantes aprenderam a respeitar e apoiar as individualidades de cada uma, o que contribuiu para o desenvolvimento de uma maior confiança no potencial coletivo e para a criação de um coletivo autônomo.

Os resultados demonstram o potencial das ações educativas na promoção da transformação pessoal e social, abrindo portas para futuras edições do projeto Musas Coletivo de Moda. Ao integrar a moda sustentável com o reaproveitamento de resíduos têxteis, a iniciativa não só proporcionou oportunidades de geração de renda e fortalecimento da autoestima, independência econômica e habilidades sociais, mas também evidenciou que tais ações podem oferecer às jovens em situação de vulnerabilidade novas perspectivas para o desenvolvimento integral, beneficiando um número ainda maior de participantes.

O conceito de autonomia, conforme abordado, se revela como um processo multifacetado que integra tanto à autodeterminação individual quanto a ação transformadora coletiva, sendo essencial na promoção da liberdade, da justiça e da transformação social. Exemplos práticos, como o design participativo e o projeto Musas Coletivo de Moda, demonstram de maneira concreta como essa autonomia permite que indivíduos e comunidades se tornem agentes de mudança, criando soluções adaptadas às suas realidades e promovendo a autonomia econômica e pessoal das participantes.

Esses estudos evidenciam o “fazer como prática de autonomia”, onde a teoria se traduz em ação colaborativa e na capacidade de moldar a própria realidade, criando espaços de liberdade, empoderamento e transformação social. Assim, o futuro da autonomia não reside apenas na liberdade de escolhas individuais, mas também na habilidade de agir coletivamente, respeitando as diversidades e construindo um mundo mais justo e sustentável, com a educação, o design e as práticas sociais desempenhando papéis fundamentais nesse processo.

5 METODOLOGIA

Este capítulo abordou o conceito de pesquisa. De acordo com Gil (2002), a pesquisa é um processo que visa obter dados quando as informações disponíveis são insuficientes para esclarecer dúvidas ou lacunas sobre um determinado tema. Ela é necessária quando não há ordem nas informações ou uma relação clara com um problema específico.

No desenvolvimento deste estudo, a pesquisa foi classificada como qualitativa, aplicada, exploratória, descritiva e assistemática, de acordo com a natureza e os objetivos do trabalho. Essa classificação refletiu as estratégias adotadas para a coleta e análise dos dados, bem como a forma como o conhecimento foi estruturado e aprofundado ao longo da pesquisa. Ao longo deste capítulo, discutiram-se as particularidades de cada uma dessas classificações, esclarecendo sua contribuição para o alcance dos objetivos propostos.

A pesquisa realizada neste estudo foi qualificada como qualitativa, por ser a abordagem mais adequada para investigar fenômenos relacionados ao comportamento humano, à subjetividade e às interações culturais. Segundo Gerhardt e Silveira (2009), enquanto a abordagem quantitativa lida com dados mensuráveis e quantificáveis, a pesquisa qualitativa busca compreender as experiências dos participantes, suas percepções e os significados que atribuem aos processos analisados.

Como mencionado anteriormente, a abordagem qualitativa teve como objetivo investigar aspectos culturais e sociais diretamente relacionados ao tema proposto, justificando, assim, a escolha dessa abordagem. Além disso, dado que a base da pesquisa residiu em um problema específico, o raciocínio adotado foi o hipotético-dedutivo. Segundo Prodanov e Freitas (2013), esse tipo de raciocínio é utilizado quando se busca explicar ou unificar diversos fenômenos ou hipóteses, formulando-se uma ou mais hipóteses para investigação.

Para Lakatos e Marconi (2017), a pesquisa aplicada é uma investigação científica voltada para a resolução de problemas práticos. Ela utiliza métodos e teorias científicas para buscar soluções concretas e específicas. Seu principal objetivo é resolver questões de relevância imediata e prática.

Gil (2009) define a pesquisa exploratória como aquela que busca fornecer uma visão geral do problema investigado. Ela facilita o entendimento do fenômeno, permitindo o levantamento de hipóteses para futuras investigações. Esse tipo de pesquisa serve como um primeiro passo para um estudo mais aprofundado.

A pesquisa foi descritiva, conforme Lakatos e Marconi (2017), pois teve o objetivo de descrever as características de um fenômeno e investigar a relação entre variáveis, sem

manipulação experimental. Seu principal atributo é a abordagem observacional e não interventiva. Nesse sentido, a pesquisa adotou uma postura dinâmica e criativa, como destaca Libâneo (2006), uma vez que novos questionamentos surgiram ao longo do caminho, nem sempre previstos inicialmente. Além disso, métodos não sistematizados foram empregados, o que abriu novas possibilidades para a investigação, tornando a pesquisa também assistemática.

A primeira etapa da pesquisa assumiu caráter bibliográfico, que segundo Rampazzo (2005), ocorre ao se aprofundar o conhecimento da realidade explicando o porquê das coisas por meio de referências teóricas que foram publicadas. Para este autor toda pesquisa tem como início,

[...]o levantamento de dados de variadas fontes. Quando o levantamento ocorre no próprio local onde os fenômenos acontecem, temos uma documentação direta (por exemplo, na entrevista). E, quando o pesquisador procura o levantamento que outros já fizeram, temos a documentação indireta. A documentação indireta, por sua vez, pode ser encontrada nas fontes primárias, ou na bibliografia (livros e artigos). No primeiro caso, a pesquisa é documental; no segundo, bibliográfica (Rampazzo. 2005, p. 51).

Neste estudo, foram adotados dois tipos de pesquisa bibliográfica: a pesquisa bibliográfica exploratória e a pesquisa bibliográfica de revisão. A pesquisa exploratória teve como objetivo principal identificar as principais tendências e definições relacionadas à Moda, Consumo, Sustentabilidade e Design Participativo. Já a pesquisa de revisão focou na análise crítica da literatura existente, com o intuito de identificar lacunas no conhecimento e fortalecer a base teórica do estudo.

Para Gil (2009), a pesquisa bibliográfica exploratória busca fornecer uma visão geral sobre temas pouco estudados, facilitando a formulação de problemas específicos e hipóteses. Por outro lado, Marcuschi (2008) define a pesquisa bibliográfica de revisão como aquela que visa reunir, analisar e interpretar os estudos já realizados sobre um determinado tema, com o objetivo de identificar as principais tendências e lacunas na literatura. Ambas as abordagens foram essenciais para aprofundar o conhecimento teórico sobre uma área específica, complementando-se na identificação de novas direções para futuras pesquisas.

A principal finalidade desta etapa foi identificar lacunas no conhecimento existente e assegurar a consistência e confiabilidade dos dados utilizados na pesquisa. Para isso, foi realizado um mapeamento do estado da arte por meio de pesquisa bibliográfica nas áreas de Moda, Sustentabilidade, Consumo e Design Participativo, atendendo assim, o primeiro objetivo específico desta pesquisa. As fontes consultadas incluíram bancos de dados como SciELO,

Google Livros, Google Acadêmico, sites de periódicos da Capes, Biblioteca Digital Folha e as bibliotecas da Universidade Federal do Maranhão.

A pesquisa incluiu apenas publicações relevantes para as questões do estudo, publicadas entre 1993 e 2024, e aceitou diferentes tipos de delineamentos metodológicos.

De modo geral, a primeira etapa da pesquisa forneceu uma base teórica sólida, sendo fundamental para orientar as análises subsequentes e possibilitar uma compreensão aprofundada dos conceitos e práticas relevantes ao estudo. Essa etapa foi crucial, pois estabeleceu os alicerces que sustentaram o desenvolvimento da pesquisa e a análise crítica dos dados coletados.

A segunda fase concentrou-se no estudo de caso, acompanhando o processo de desenvolvimento da coleção de moda *Digitais: o resgate dos tingimentos naturais, uma coleção colaborativa* realizada por alunos do curso de Costura Industrial e Modelagem do SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) do Maranhão, na unidade RFT (Raimundo Franco Teixeira), em 2019. Após a finalização da coleção, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com cinco participantes, selecionadas pela colaboração ativa no processo de criação da coleção e pela disposição em colaborar com futuras entrevistas ou depoimentos.

Para a coleta dos dados, foi utilizado o método de observação assistemática, juntamente com equipamentos de gravação de voz, registros fotográficos e um diário de campo, no qual foram feitas anotações pertinentes. O material coletado e os instrumentos de coleta mencionados possibilitaram a construção de um relato de experiência, no qual o autor compartilhou detalhes observados, registrados e anotados durante o processo de criação da coleção. Esses materiais foram, então, comparados com a base teórica do estudo, permitindo uma análise crítica da coleção à luz dos princípios e práticas do Design Participativo.

A amostragem utilizada foi do tipo por acessibilidade ou conveniência, que, conforme explicado por (Gil, 2002, p. 100):

Constitui o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem. Por isso mesmo é destituída de qualquer rigor estatístico. O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão.

Conforme mencionado acima, isso ocorre quando o pesquisador escolhe participantes que ele tem facilidade de acessar, como pessoas próximas ou dispostas a participar. Não há precisão estatística envolvida, pois os participantes não precisam representar a população de forma exata. O objetivo é entender o tema de maneira geral, sem a necessidade de uma amostra

rigorosa ou representativa. Ela facilita o processo, mas não oferece resultados com precisão matemática.

O relato de experiência proporcionou uma análise reflexiva sobre a interação e as dinâmicas de colaboração entre os envolvidos no desenvolvimento da coleção de moda sustentável. Além disso, as entrevistas semiestruturadas possibilitaram uma coleta de dados mais aprofundada, permitindo a triangulação de informações e a identificação de diferentes perspectivas sobre o processo criativo.

A partir desses dados, realizou-se uma análise crítica, contrastando as práticas observadas com as teorias discutidas na revisão da literatura, especialmente no que diz respeito à aplicação do design participativo e à sustentabilidade no contexto do design de moda.

A seguir, é apresentado o método de triangulação adotado na pesquisa:

Figura 3 - Processo de Triangulação.



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O processo de triangulação nesta pesquisa consistiu em organizar os dados empíricos, coletados por meio de observação, anotações, gravações e entrevistas, e dialogá-los com os autores selecionados para a base teórica da pesquisa. Após esse exercício de comparação, foi realizada uma análise detalhada de todos os dados coletados.

Na revisão de literatura, foi necessário consultar dados secundários, ou seja, dados já existentes, como pesquisas previamente realizadas e disponibilizadas em bancos de dados provenientes de fontes confiáveis, o que garantiu a robustez da base teórica utilizada. Já foi mencionado neste capítulo que a segunda fase da pesquisa apresenta o compartilhamento da experiência do pesquisador no processo de desenvolvimento de uma coleção de moda

sustentável local. A pesquisa foi motivada pela apresentação de um seminário realizado pela designer Alice Moraes, professora do curso de Costura do SENAI-MA, em 2018.

"Durante a apresentação, foi discutida a criação de coleções de moda, incluindo uma minicolecção chamada "Grito para moda", criada a partir de materiais como linho, juta e fibra de buriti. Essa coleção teve uma importância significativa, pois garantiu a classificação de Marielle da Silva Ferreira e Maria Josete Viegas Rodrigues na 5ª edição do SENAI Brasil Fashion, em 2018. O seminário foi realizado para os alunos do curso de Design da UFMA (Universidade Federal do Maranhão), e o pesquisador esteve presente. Após a apresentação, uma conversa informal forneceu informações valiosas que facilitaram o início da pesquisa.

Quanto ao uso deste relato como parte da pesquisa,

Não reconhecer a experiência como fonte do conhecimento é, epistemologicamente falando, debilitar a teoria e a prática; contudo não reconhecer as ligações entre experiência e conhecimento e a necessidade de desenvolver as categorias analíticas que podem facilitar a translação da experiência em conhecimento e assim em práticas é, politicamente falando, tirar poder [*deempowering*] e desmobilizar (Abrahão 2004, *apud* Torres, 1998, p. 208).

Assim sendo, foi considerado, valores da experiência e conhecimentos agregados durante o percurso da atividade a ser relatada. Como ferramentas necessárias, para que o relato fosse devidamente transcrito, garantindo maiores detalhes, fez-se uso de: registros fotográficos e anotações feitas a partir das observações assistemáticas.

Lakatos e Marconi (1992) destacam que a observação assistemática, conforme mencionada acima, permite maior liberdade na investigação, não exigindo um sistema ou método específico para sua realização, sendo ela espontânea e informal. O pesquisador anota o que considera relevante e posteriormente compartilha o conteúdo coletado. Essa abordagem foi aplicada no estudo, tornando a pesquisa mais flexível e permitindo a exploração de novos dados.

O diário de campo, uma ferramenta essencial na pesquisa qualitativa, segundo Souza (2010), foi utilizada para documentar observações e reflexões do pesquisador, funcionando como um espaço de verificação do processo de pesquisa. Esse instrumento permitiu uma melhor compreensão do desenvolvimento da coleção de moda e das práticas sustentáveis observadas.

Destaca-se que a prática de realizar anotações no diário de campo é um hábito desenvolvido pelo pesquisador ao longo de sua trajetória acadêmica na Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Dessa forma, o diário de campo se configurou como uma ferramenta valiosa, auxiliando no registro e armazenamento de informações essenciais, minimizando o risco de esquecer-las.

Já foi destacado neste capítulo que as entrevistas semiestruturadas, realizadas com cinco alunas do curso de Costura Industrial do SENAI-MA, foram um dos métodos empregados para aprofundar a investigação. O roteiro de entrevistas foi estruturado para manter o foco nas questões relevantes e minimizar a interferência do pesquisador. Na tentativa de conceituar esse tipo de entrevista, Triviños (2009) aponta que, como característica desse método, as indagações se baseiam em teorias e hipóteses sobre os temas que envolvem a pesquisa.

Abrahão (2004) nos sugere que o uso da história oral favorece a espontaneidade, o detalhe captado fica por conta das fotografias. Ainda segundo a autora, um ponto interessante neste tipo de recurso é o fato de que a história oral, “recupera a voz de quem viveu e o significado construído por quem relata, dando o direito do recorte “daquilo” que pensamos não ser interessante ficar escrito (porque a fala agora é transcrita) para os leitores”. (Abrahão, 2004, p.167).

As fotografias das etapas de desenvolvimento da coleção foram utilizadas como gatilhos para a memória das participantes, auxiliando-as a recordar suas contribuições e vivências durante o projeto. Combinadas com o roteiro das entrevistas, essas imagens possibilitaram respostas mais detalhadas e refletidas, enriquecendo o material coletado para a análise final. Além disso, o uso do roteiro elaborado para as entrevistas garantiu que o foco não fosse perdido, minimizando a intervenção do pesquisador.

Vale ressaltar, como argumenta Abrahão (2004, p. 117):

[...]que uma fotografia sem legenda, títulos ou depoimentos orais é um meio que produz informação e que pode ser usado enquanto dado para projetos de pesquisa, desde que, naturalmente, esteja inserido dentro do contexto e do objetivo da pesquisa. Porém, quando se consegue extrair de um depoente um relato que é despertado por uma imagem fotográfica e, portanto, tem-se então mais um dado informativo, há um material completo que engrandece os caminhos e os resultados de um trabalho científico, tornando-o gerador de novas informações.

Com base nesse conjunto de dados e metodologias, o estudo respondeu à questão central: **"De que forma os requisitos e práticas do Design Participativo podem auxiliar na geração, comunicação e expansão de conhecimentos sobre moda e sustentabilidade?"**

A triangulação de métodos, conforme Minayo (2014), é uma estratégia que integra diferentes perspectivas, cruzando informações de múltiplos informantes para proporcionar uma compreensão mais completa e abrangente do objeto de estudo. Dessa forma, os dados coletados em campo foram analisados em conjunto com as seguintes categorias:

Princípios do Design Participativo, conforme Paizan e Mellar (2011), propõem uma abordagem inclusiva e democrática, na qual todos os *stakeholders* participam ativamente do

processo de criação. A inclusão e a democracia garantem que todas as vozes sejam ouvidas, enquanto a valorização do conhecimento coletivo reconhece a importância das contribuições de todos os envolvidos. O empoderamento dos participantes é um aspecto central, permitindo que eles influenciem diretamente as decisões.

A interação constante e a prototipagem são fundamentais para testar e ajustar as soluções de forma colaborativa, garantindo que as necessidades dos participantes sejam atendidas. Esse modelo transforma o papel do designer, que se torna um facilitador, ajudando a criar soluções mais alinhadas às realidades locais. A prototipagem contínua funciona como uma ferramenta de *feedback*, permitindo aprimorar as ideias por meio da colaboração constante. Assim, o Design Participativo vai além da criação de produtos; ele busca transformar as práticas de design, tornando-as mais inclusivas, adequadas e efetivas.

Práticas do Design Participativo, encontradas em Spinuzzi (2005), incluem *workshops* e sessões de cocriação, nos quais os participantes contribuem ativamente, compartilhando ideias e soluções. Essas práticas, como a pesquisa participativa, garantem que o processo de design seja fundamentado nas necessidades reais das pessoas. O *feedback* contínuo é essencial para ajustar as soluções durante o processo, criando um ciclo de aprendizado colaborativo. A constante troca de ideias permite que o projeto evolua e se torne mais eficaz.

A criação de um ambiente colaborativo é crucial para garantir a participação ativa de todos. O autor enfatiza que essas práticas operacionais tornam o Design Participativo um processo dinâmico e adaptável, onde a colaboração é central. Isso transforma o design em uma prática que vai além da técnica, priorizando as relações humanas e o compromisso com o bem-estar coletivo.

Práticas Sustentáveis no Design de Moda encontrada em Fletcher e Grose (2011), que abordam o Design Consciente na moda, envolvem considerar todo o ciclo de vida do produto, desde a produção até o descarte. Eles destacam alternativas aos modelos convencionais de produção, como *upcycling* e produção sob demanda, que ajudam a reduzir desperdícios e otimizar recursos. A escolha de materiais sustentáveis e a durabilidade dos produtos são fundamentais para criar uma moda mais responsável, que minimize impactos ambientais e sociais.

Essas práticas não só beneficiam o meio ambiente, mas também promovem a justiça social ao melhorar as condições de trabalho na indústria. Ao criar peças mais duráveis e reutilizáveis, o design sustentável oferece uma solução a longo prazo para a obsolescência programada. Fletcher e Grose (2011) mostram que essas abordagens éticas podem transformar a indústria da moda, tornando-a mais sustentável e justa para todos os envolvidos.

Sustentabilidade e Inovação, encontradas em Berlim (2009), evidenciam que a sustentabilidade deve ser integrada à moda, destacando a necessidade de práticas responsáveis em toda a cadeia produtiva. A promoção de mercados justos e a utilização de ecodesign são abordagens centrais para reduzir o impacto ambiental e social da indústria. A inovação é vista como essencial para transformar a moda, criando alternativas que atendam às demandas de consumo sem comprometer o meio ambiente.

A sustentabilidade, portanto, vai além de escolhas de materiais ecológicos; envolve uma mudança de paradigma em como a moda é produzida e consumida. Berlim (2009) defende que, ao adotar práticas sustentáveis, a indústria pode reduzir impactos negativos e também criar oportunidades e modelos de negócios que sejam tanto responsáveis quanto inovadores.

Transformação Sistêmica por Meio do Design, encontrada em Manzini (2023), defende que o design é uma ferramenta estratégica para transformar sistemas e comportamentos, contribuindo para o desenvolvimento sustentável. Ele vê o design como uma forma de inovar produtos, serviços e sistemas, promovendo práticas mais ecológicas e socialmente justas. O design pode ser usado para criar soluções que atendem às necessidades locais e globais de maneira sustentável, influenciando positivamente a sociedade e o meio ambiente.

Ao focar na inovação e colaboração, o design pode promover mudanças significativas nos sistemas sociais e econômicos. Manzini defende que o design tem o poder de reconfigurar as práticas produtivas e de consumo, ajudando a transição para uma sociedade mais sustentável e equitativa, onde as soluções sejam contextualizadas e voltadas para o bem coletivo.

Perspectivas Locais e Comunidades no Design Participativo, encontradas em Light e Akama (2012), Pisetta e Junior (2024), Mazini (2023) e Miranda, Santos e Noronha (2019), destacam a importância de envolver as comunidades locais no Design Participativo, garantindo que as soluções sejam adequadas às realidades sociais e culturais. Ele argumenta que, ao dar voz aos membros da comunidade no processo criativo, as soluções se tornam mais eficazes e sustentáveis. A autonomia das comunidades é fundamental para que elas se tornem protagonistas na criação de soluções para seus próprios desafios.

Esse modelo de design promove uma colaboração genuína entre designers e comunidades, fortalecendo o senso de pertencimento e cidadania. Entende-se que, ao integrar as perspectivas locais, o design participativo pode gerar mudanças mais justas e inclusivas, garantindo que as soluções atendam realmente às necessidades de quem as aciona.

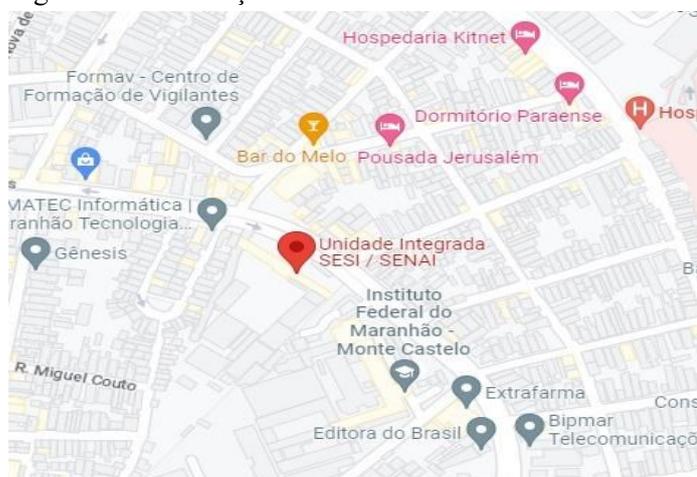
6 RELATO DE EXPERIÊNCIA

O uso de estratégias, métodos e técnicas ecologicamente responsáveis é fundamental em um contexto em que a moda busca a sustentabilidade. O design tem se mostrado uma ferramenta eficaz na promoção de práticas sustentáveis, especialmente por meio de suas abordagens participativas. Na moda, essa abordagem não deve ser diferente: acredita-se que o Design Participativo pode estimular a criação de soluções duradouras, alinhadas com as necessidades das comunidades locais, além de contribuir para a integração de metodologias sustentáveis na indústria da moda e gerar conhecimentos aplicáveis a outras áreas.

Manzini e Penin (2006) destacam a importância da aprendizagem social na indústria da moda para a transição em direção à sustentabilidade. Instituições desempenham um papel fundamental ao capacitar designers emergentes com uma perspectiva holística e as competências necessárias. A integração de metodologias participativas ao longo da cadeia produtiva da moda é crucial para promover uma compreensão mais abrangente da sustentabilidade.

Este relato descreve a experiência do autor com a coleção de moda 'Digitais: o resgate dos tingimentos naturais – uma coleção colaborativa', desenvolvida por 45 colaboradores, sendo 25 alunos do curso de Costura Industrial e 20 alunos do curso de Modelagem, sob a supervisão da professora e designer Alice Moraes, em 2019. Os cursos foram oferecidos pelo SENAI-MA (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), localizado na Avenida Getúlio Vargas, no bairro Monte Castelo, em São Luís-MA.

Figura 4 - Localização do SENAI-MA.



Fonte: Google Maps (2024).

O SENAI-MA tem como objetivo qualificar profissionais para atuar em diversas áreas industriais. Nos cursos específicos mencionados anteriormente, o foco está na área de costura industrial, moda e outras áreas afins. Geralmente, os alunos desses cursos se organizam para desenvolver uma coleção de moda, que é apresentada ao final do curso. Essas informações foram compartilhadas em uma conversa informal por Alice Moraes ao autor deste relato, o que possibilitou a realização da pesquisa, permitindo maior acesso às dependências da instituição e a contribuição do autor no processo. A matrícula deste foi fundamental.

Com base na premissa acima não houve necessidade de agendamentos prévios ou visitas, sendo mais adequado para este relato a divisão, deste, por sessões. As sessões são datadas de setembro a novembro de 2019. Para ser mais específico, a primeira sessão se refere ao período de 23/09/19 a 02/10/19, a segunda sessão de 03/10/19 a 11/10/19, a terceira de 14/10/19 a 25/10/19, já a quarta e última sessão de 28/10/19 e 06/11/19.

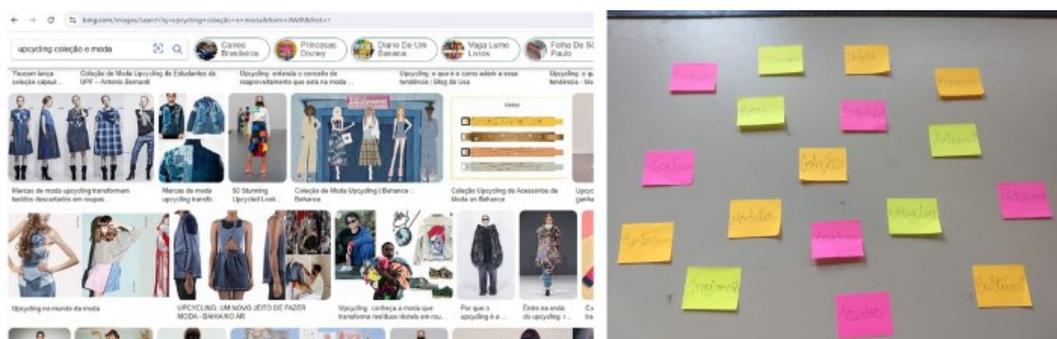
A primeira sessão corresponde ao início do desenvolvimento da coleção de moda. Os primeiros passos ocorreram em 23/09/19, às 13h35, com a apresentação da proposta do projeto de moda, que consistia na criação de uma coleção de moda colaborativa. Na sequência, apresentei-me como aluno e pesquisador, explicando os objetivos e as atividades a serem desenvolvidas durante o projeto de moda, o que resultou na aprovação de todos. Posteriormente, deu-se continuidade às atividades do projeto, como a definição dos objetivos, o plano de ação e a apresentação de metodologias para a criação de coleções de moda utilizadas por alunos anteriores.

O dia 24/09/19 foi reservado para um *workshop* de moda, apresentado por Alice Moraes, em turno integral. De início, às 09h, os conteúdos abordaram a breve história e evolução da moda, as tendências atuais, o consumo e a sustentabilidade, além da exposição de coleções criadas por antigos alunos da instituição. Às 11h, ocorreu o intervalo para o almoço e troca de ideias. O retorno ocorreu ao meio-dia, quando teve início a inspeção das coleções expostas em uma das salas do SENAI-MA. Na sequência, os participantes realizaram atividades práticas, compartilharam suas experiências e aprendizados.

Pude perceber que durante o *workshop*, foi evidente o aprofundamento das discussões sobre os temas propostos, com a apresentação de casos práticos e o uso de materiais específicos que ilustraram melhor os conceitos abordados. A participação dos envolvidos foi intensa e engajada, o que possibilitou um aprofundamento mais dinâmico e realista dos assuntos. Com a troca constante de ideias e experiências, os participantes puderam vivenciar de maneira prática os conteúdos discutidos, tornando o aprendizado mais enriquecedor e aplicável ao contexto atual da moda.

Na manhã do dia 25/09/19, após decisão em reunião de que a coleção de moda teria atributos sustentáveis, toda a equipe de cocriadores realizou uma pesquisa aprofundada sobre técnicas e métodos ecologicamente responsáveis. Com base nas informações coletadas, a equipe gerou diversas alternativas, das quais, após o processo de triagem, foram definidas as mais promissoras de forma conjunta, resultando nas técnicas de *upcycling*, tingimento natural e estamparia artesanal.

Figura 5 - Print da tela de pesquisa e foto da seleção de ideias.



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Da tarde do dia 25/09/19 até o dia 26/09/19, a equipe selecionou, na sala de costura, sobras de tecidos utilizados nas aulas, como o tipo "brim" na cor branca. No dia 27/09/19, às 13h, iniciou-se a pesquisa sobre insumos para o tingimento natural, e, às 15h30, a equipe saiu em busca dos insumos, de onde foram extraídos os pigmentos e testados em amostras de tecidos. Esses testes foram realizados nos dias 28/09/19 e 29/09/19, pelo autor deste relato, sob orientação da cocriadora Cristiane. De 30/09/19 a 02/10/19, fez-se a seleção minuciosa e a identificação de moldes provenientes das aulas de costura, com a finalidade de reaproveitá-los.

Sendo participante, tive a oportunidade de colaborar desde a definição dos objetivos e do plano de ação do projeto. Durante essa fase inicial, propus ideias práticas relacionadas à sustentabilidade, como a reutilização de tecidos, e me voluntariei para realizar os testes junto com Cristiane. Embora a designer mediadora Alice Moraes tenha facilitado as discussões, pude, juntamente com os outros participantes, sugerir os materiais para a extração dos pigmentos a serem usados no tingimento das peças, alinhando o trabalho ao conceito de moda sustentável.

Como pesquisador, observei como a equipe reagia à proposta inicial. Registrei no meu campo de anotações a maneira como os participantes se engajaram com as práticas sustentáveis propostas e como as decisões foram tomadas. Percebi que a participação ativa do grupo na

construção do planejamento foi crucial para fortalecer o engajamento coletivo com a ideia de sustentabilidade, o que é algo importante para o desenvolvimento da pesquisa.

Figura 6 - Teste de tingimento natural.



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Tive uma excelente oportunidade de colocar em prática o conhecimento adquirido nas aulas de costura e no curso de design. Participei ativamente da pesquisa sobre as técnicas sustentáveis, como o tingimento natural. Durante essa pesquisa, sugeri o uso de cascas de vegetais locais, como a casca de cebola, para obter pigmentos naturais, um recurso acessível que reforçava o caráter sustentável da coleção. Essa sugestão foi validada e incorporada ao processo de tingimento.

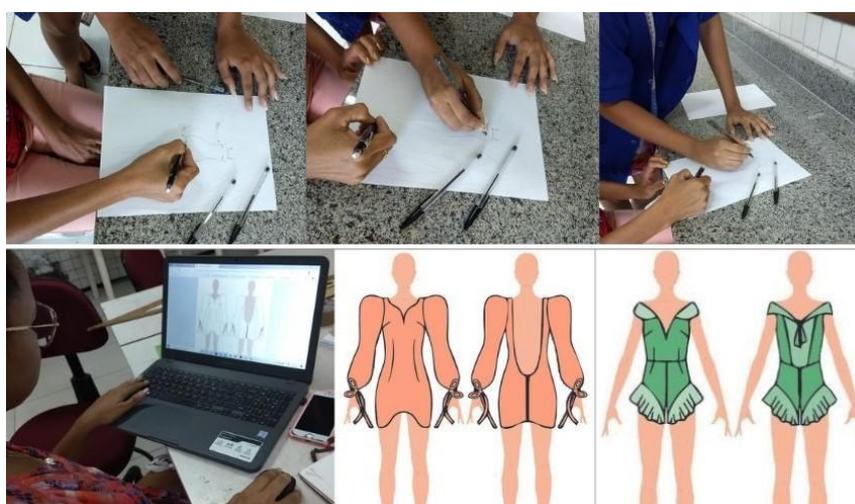
Como pesquisador, observei o papel do designer mediador no processo de aprendizagem. Alice Moraes facilitou a discussão sobre sustentabilidade e as possibilidades de incorporar essas práticas no projeto, o que me permitiu perceber a dinâmica do grupo e como as ideias foram refinadas ao longo da atividade. Registrei no meu campo de observação a receptividade dos participantes às práticas sustentáveis, assim como o papel da mediação de Alice para garantir que todos se sentissem à vontade para compartilhar suas próprias experiências e ideias, o que contribuiu para o desenvolvimento colaborativo do projeto.

A segunda sessão ocorreu entre 03/10/19 e 11/10/19, sendo que os três primeiros dias foram dedicados à elaboração dos esboços dos modelos. Durante esse período, foram criados croquis detalhados com base nos moldes reaproveitados. Esse processo demandou mais tempo devido às dificuldades que alguns participantes tiveram para desenhar. Para finalizar os

desenhos, aqueles com mais habilidade em desenho auxiliaram os que encontravam dificuldades, e a ajuda de Alice também foi solicitada.

De 08/10/19 a 10/10/19, na sala de aula teórica do curso de costura, foram elaborados os desenhos técnicos e realizada a seleção das cores com base nos resultados dos testes de tingimento natural. A escolha da equipe foi que Alice, como prefere ser chamada a designer, manuseasse o programa de edição, enquanto os demais envolvidos, seguindo as anotações que haviam elaborado, davam as orientações necessárias.

Figura 7 - Esboços e desenho técnico.



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Na tarde de 11/10/19, os cocriadores realizaram uma reunião, na qual decidiram se dividir em 15 trios, sendo que cada trio ficou responsável por um *look* (visual completo) de sua livre escolha. A definição dos trios ocorreu com a escolha de dois integrantes por um costureiro habilidoso. Nos dias 12/10/19 e 13/10/19, visando ao ensaio fotográfico, foi realizada a exploração de pontos turísticos do Centro Histórico de São Luís – MA, tanto externos quanto internos, com foco em prédios e casarões. A antecipação dessa etapa foi necessária, uma vez que foram consideradas as reservas e autorizações para o uso de alguns espaços por meio de documentação.

Como participante, contribuí para a criação dos esboços, com base nas técnicas de tingimento natural que havíamos experimentado. Por ter afinidade com o desenho, pude auxiliar alguns colaboradores que não tinham tanta destreza nessa área. Durante essa fase, sugeri que as cores fossem inspiradas nos tons naturais que obtivemos nos testes de tingimento, como o rosa da flor de Hibisco (planta local) ou o terroso do urucum. Essa abordagem visava reforçar a ligação da coleção com a natureza e com práticas sustentáveis.

Como pesquisador, pude acompanhar como a escolha das cores e dos esboços refletiu os valores de sustentabilidade propostos. Fiquei atento à maneira como a designer mediadora, Alice, conduziu o processo criativo, garantindo que as sugestões dos participantes fossem incorporadas de forma colaborativa. Registrei como as ideias fluíam no grupo e como a escolha das cores e dos materiais seguia a proposta ecológica do projeto, ao mesmo tempo em que as habilidades individuais eram respeitadas.

A terceira sessão ocorreu entre 14/10/19 e 25/10/19, no turno da tarde. Os três primeiros dias foram dedicados à elaboração de moldes complementares, uma vez que os moldes selecionados para reaproveitamento não foram suficientes. A correção das modelagens demandou muita atenção, pois esses moldes continham informações cruciais a serem seguidas na fase de costura. Logo após essa atividade, foi definido de forma conjunta o tema da coleção, pois, nesse momento, já se tinha uma visão macro dos pontos-chave da coleção. Na tarde do dia 17/10/19, todos os materiais foram organizados para dar início à criação da peça piloto.

Figura 8 - Criação de moldes.



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

No dia seguinte, por volta das 14h, após uma reunião, deram-se início às atividades de prototipagem, que intercalaram corte, costura e tingimento natural. Isso ocorreu porque os cocriadores observaram que as roupas com mais de uma cor exigiam que os tecidos fossem tingidos antes da costura, para evitar manchas. Já as roupas que apresentariam uma única cor poderiam ser tingidas, sem problemas, após a costura.

De 21/10/19 a 23/10/19, deram-se continuidade às atividades iniciadas em 18/10/19. Essas atividades ocorreram tanto no SENAI-MA quanto nas residências dos cocriadores, sendo

planejadas de maneira estratégica para agilizar o processo e otimizar o tempo. No dia seguinte, 24/10/19, foi feita a escolha dos aviamentos, bem como das tintas e utensílios para a aplicação da técnica de estamparia artesanal. Na tarde de 25/10/19, realizou-se uma reunião para definir as modelos que desfilariam com os *looks* da coleção. As modelos foram indicadas pelos próprios trios.

Como colaborador, participei ativamente do processo de prototipagem das peças. Utilizamos moldes reaproveitados de aulas anteriores e, quando necessário, desenvolvemos novos moldes, ajustando a modelagem conforme as correções feitas nas peças piloto para complementar o design da coleção. Durante esse processo, identifiquei que algumas peças precisavam de ajustes para garantir um caimento adequado ao tipo de tecido reaproveitado. Sempre que notava essas questões, comunicava a Alice e buscava suas sugestões sobre a melhor forma de solucioná-las, o que foi essencial para assegurar que a coleção alcançasse um excelente resultado estético e funcional ao ser finalizada.

Figura 9 - Corte, costura e tingimento das peças.



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Como pesquisador, observei o processo de prototipagem atento aos detalhes, principalmente sobre como o designer mediador orientava os participantes na criação dos moldes e na fase de costura. Registrei como a sustentabilidade foi mantida em cada etapa da prototipagem e a forma como as dificuldades técnicas, como a adaptação dos moldes, foram resolvidas, sempre com um olhar voltado para a viabilidade sustentável do projeto.

A quarta e última sessão do projeto ocorreu de 28/10/19 a 07/11/19, em turno integral. Inicialmente, houve a prova das roupas com as modelos selecionadas para o desfile, juntamente com ajustes nas peças. Na sequência, os aviamentos foram aplicados, encerrando esse exercício

na manhã de 30/10/19. Na tarde desse mesmo dia, iniciou-se a estamparia das roupas, e na tarde de 31/10/19, foram escolhidos os acessórios, o estilo de maquiagem das modelos e as fotos da produção completa, que foram replicadas no dia da apresentação.

Figura 10 - Prova de roupa, ajuste e estamparia artesanal.



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

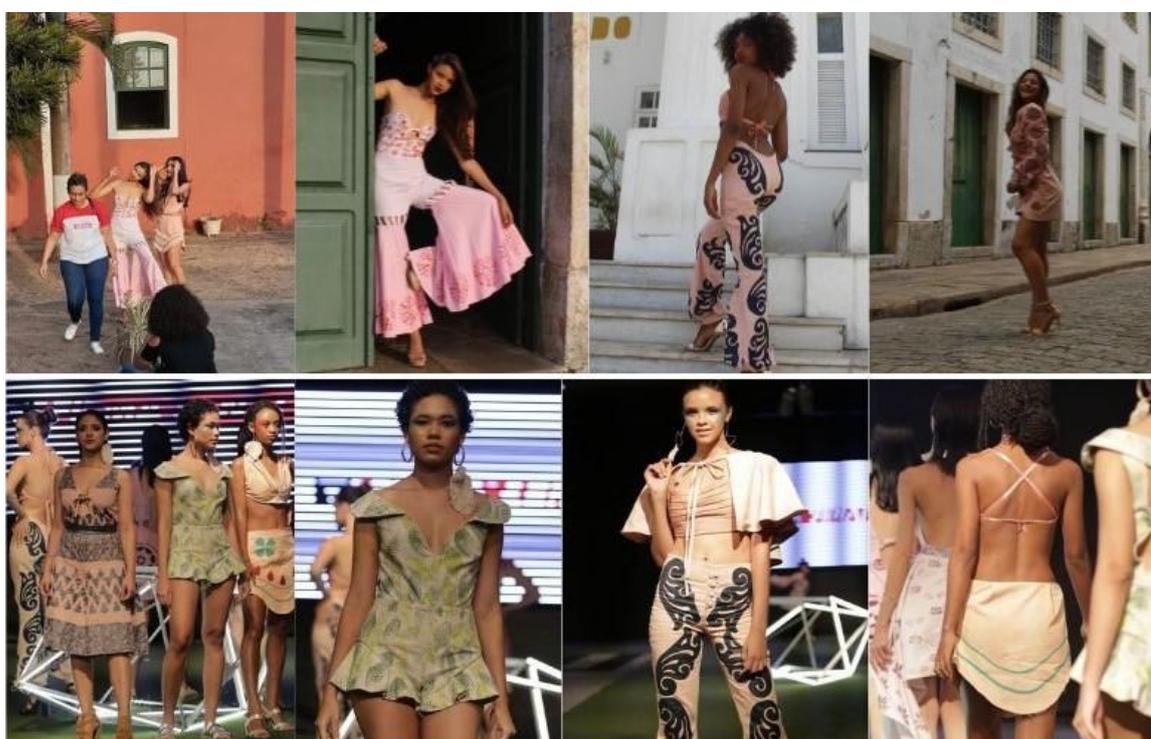
01/11/19 foi a data em que se realizou os ensaios fotográficos nos prédios do Centro Histórico de São Luís – MA, já em 02/11/19, sábado pela manhã, fez-se os ensaios externos, em pontos turísticos. O material de divulgação foi providenciado em 04/11/19, com Alice, manuseado o programa de edição, sob orientação dos cocriadores e no dia 05/11/19, todos os materiais foram organizados e levados ao local do desfile.

Como participante, tive a oportunidade de contribuir na organização e execução do ensaio fotográfico. Sugerimos que as fotos destacassem não apenas os looks, mas também as técnicas sustentáveis empregadas nas peças, como o tingimento natural. Além disso, sugerimos que os acessórios fossem artesanais, valorizando o trabalho da comunidade local e o uso de elementos naturais, como madeira e sementes, para reforçar a mensagem sustentável da coleção.

Como pesquisador, pude observar como o designer mediador orientava a equipe durante a preparação para o ensaio fotográfico, incluindo a escolha dos pontos turísticos de São Luís para as fotos. O cuidado de escolher locais que dialogassem com a proposta ecológica da coleção foi fundamental para transmitir a mensagem de sustentabilidade para o público. Registrei como as decisões de estilo, maquiagem e acessórios foram alinhadas com os valores da moda sustentável, evidenciando o papel de Alice em coordenar essas escolhas.

Em 06/11/19, ocorreu a apresentação da coleção no evento de moda maranhense MAFW – Maranhão Fashion Week, edição primavera-verão 2019, no Centro de Convenções Multicenter SEBRAI – MA, sendo a quinta coleção a entrar na passarela. No dia seguinte, 07/11/19, a coleção permaneceu em exposição no próprio Centro de Convenções, com a presença de alguns cocriadores, para aqueles que desejassem observar os detalhes da coleção mais de perto e obter mais informações sobre ela. Durante a exposição, também foram realizados esclarecimentos de dúvidas.

Figura 11 - Ensaio fotográfico e desfile



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Os recursos didáticos adotados em cada sessão foram assistemáticos, porém adequados às atividades realizadas. Foram utilizadas anotações em caderneta de campo, registrando tudo o que foi considerado importante e obtido por meio de observações assistemáticas e história oral, ou seja, contribuições espontâneas dos participantes durante as etapas de criação da coleção de moda. Também foram feitos registros fotográficos. Realizaram-se quatro sessões, nas quais foi observado o desempenho diário dos cocriadores.

Os cocriadores, com faixa etária variando de 18 a 58 anos, consistiram em 41 mulheres e 4 homens, vindos de diversas áreas de atuação, e trabalharam de forma cooperativa. Devido ao impacto e à repercussão positiva, a coleção foi apresentada em um programa de televisão

local, o ChegÁÍ, onde os cocriadores destacaram a importância do reuso de materiais, da adoção de práticas e métodos sustentáveis na indústria da moda, bem como as consequências de certas ações para com a natureza e reflexões sobre como devem ocorrer certos posicionamentos.

Figura 12 - Entrevista no programa ChegÁÍ



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Como cocriador, tive a oportunidade de compartilhar minha experiência no processo criativo durante uma entrevista no programa local ChegÁÍ, como visto anteriormente. Discutimos a importância de práticas sustentáveis na moda, como o reaproveitamento de materiais e o uso de técnicas tradicionais, como o tingimento natural. Essa participação foi uma forma de divulgar o trabalho desenvolvido e reforçar a mensagem ecológica que permeava a coleção.

Acompanhei atentamente a entrevista como pesquisador, observando como a designer mediadora, Alice, e os outros participantes se comunicavam com o público. Registrei as estratégias de comunicação utilizadas para enfatizar a moda sustentável, notando como Alice alinhou as falas dos participantes à mensagem central do projeto. Esse acompanhamento

também me forneceu *insights* sobre a recepção externa do projeto e o destaque dado às práticas sustentáveis na mídia.

O contato direto com a coleção de moda sustentável, elaborada por profissionais de áreas distintas com autonomia sobre o projeto, mediado por uma designer, foi enriquecedor. As informações coletadas contribuíram para uma análise mais aprofundada do processo criativo.

A coleção se destacou ao empregar mão de obra local e valorizar saberes tradicionais, refletindo um processo produtivo consciente que prioriza o respeito ao meio ambiente e à sociedade, gerando benefícios concretos para todos os envolvidos. A moda sustentável, assim, vai além de materiais e processos ecológicos, englobando também o fortalecimento da comunidade local e promovendo o desenvolvimento socioeconômico de forma inclusiva.

Após a conclusão do projeto, como participante, refleti sobre o impacto dessa experiência no meu entendimento sobre design e sustentabilidade. Trabalhar com uma designer mediadora foi uma oportunidade valiosa, pois aprendi a importância da mediação no processo criativo, especialmente em um projeto com práticas sustentáveis. A participação ativa nas diversas fases do projeto me ajudou a entender como as decisões coletivas podem fortalecer uma coleção mais consciente e inclusiva.

Como pesquisador, analisei o papel crucial do designer mediador na implementação das práticas sustentáveis ao longo do processo. Registrei a relevância da mediação para o fortalecimento de práticas participativas, que permitiu a incorporação colaborativa das ideias dos participantes. Além disso, refleti sobre como o processo promoveu a inclusão e o desenvolvimento da comunidade local, mostrando como a moda pode ser uma ferramenta de transformação social e ambiental.

O envolvimento coletivo de participantes com habilidades diversas favoreceu uma abordagem inclusiva, evidenciando a eficácia de uma abordagem colaborativa. Esse modelo integrador combinou práticas ecologicamente responsáveis, como *upcycling* e tingimento natural, e incentivou a troca de saberes locais. A análise crítica desse processo oferece uma reflexão sobre os desafios e impactos dessa abordagem no desenvolvimento de coleções de moda sustentáveis, promovendo a inclusão e o fortalecimento da comunidade local.

Além disso, o projeto proporcionou uma reflexão sobre o papel da colaboração interdisciplinar no desenvolvimento de soluções sustentáveis. Ao trabalhar com profissionais de diferentes áreas, percebi como a combinação de conhecimentos e habilidades diversas pode enriquecer o processo criativo, ampliando as possibilidades de inovação e a criação de soluções mais holísticas.

A troca de saberes entre designers, artesãos e outros especialistas, com foco em práticas sustentáveis, gerou uma dinâmica colaborativa que, além de fortalecer a coleção, contribuiu para o aprendizado mútuo e o fortalecimento das comunidades envolvidas. Esse intercâmbio de experiências foi fundamental para evidenciar como a moda, quando criada de forma consciente e coletiva, pode ser uma poderosa aliada na transformação social e ambiental.

As fotos adicionais relacionadas às etapas do desenvolvimento da coleção de moda feminina *Digitais: o resgate dos tingimentos naturais – uma coleção colaborativa* podem ser encontradas no (Apêndice E). Essas imagens complementam o entendimento sobre o processo criativo, desde o reaproveitamento de materiais até a aplicação das técnicas de tingimento natural, proporcionando uma visão detalhada da evolução e das práticas sustentáveis que nortearam a elaboração da coleção.

6.1 Entrevista Semiestruturada

Como explicado anteriormente, investigar o processo de desenvolvimento coleção de moda *Digitais: o resgate dos tingimentos naturais uma coleção colaborativa*, garantiu um bom material para que uma pesquisa fosse desenvolvida. Acrescenta-se que, este material definiu o direcionamento da pesquisa tendo em vista entender, de que forma o **Design Participativo pode auxiliar na geração, comunicação e expansão de conhecimentos sobre moda e sustentabilidade?**

Visando responder à pergunta acima, considerou-se crucial uma outra forma de colaboração dos cocriadores da coleção, entender um pouco mais da participação destes no processo de desenvolvimento da coleção, a interação e obtenção e trocas de conhecimentos. Deste modo, no final de toda esta experiência com a coleção, selecionou-se 5 cocriadoras da coleção onde aplicou-se, com cada uma delas, uma entrevista semiestruturada, cuja transcrição pode ser vista no apêndice B.

Os convites para entrevista foram feitos a Clara Duarte Coelho – 34 anos, bibliotecária, Núbia Lima – 38 anos, jornalista e Fashion Designer, Rosamilde Menezes – 50 anos, enfermeira, Cristiane Gusmão Cadete - 38 anos, técnica em enfermagem e Cláudia Maria Ribeiro – 39 anos, costureira autônoma, conforme vistas respectivamente, na figura abaixo:

Figura 13 - Cocriadoras* entrevistadas pelo pesquisador.



Fonte: Fotos enviadas pelas entrevistadas (2024).

*Respectivamente da esquerda para direita: Clara, Núbia, Rosamilde, Cristiane e Cláudia

Julgou-se importante que as respostas das entrevistas fossem originais e espontâneas não havendo influências mútuas. Sendo assim, optou-se pela forma de aplicação, individual, das entrevistas, cujo roteiro foi o mesmo para cada uma das entrevistadas. Embora as perguntas estivessem prontamente elaboradas, estas foram feitas de maneiras diferentes, visando a clareza do entendimento do que se estava perguntando e com cuidado para que não houvesse uma indução das respostas.

7 ANÁLISE DE RESULTADOS

A pesquisa foi estruturada a partir da metodologia de Estudo de caso, tendo o Design Participativo como base teórica e prática para a criação e desenvolvimento das soluções. A pesquisa buscou integrar saberes locais e empíricos, promovendo inovação sustentável no design de moda, com impacto positivo na comunidade estudada.

A seguir, detalham-se os principais aspectos analisados no estudo, demonstrando como o Design Participativo e a sustentabilidade influenciaram os resultados obtidos.

7.1 Princípios do Design Participativo

O projeto "Digitais: o Resgate dos Tingimentos Naturais" seguiu os princípios do Design Participativo, conforme descrito por Paizan e Mellar (2011), com destaque para a inclusão e a democracia no processo criativo. A participação ativa dos alunos do curso de Costura e Modelagem do SENAI Maranhão foi fundamental, independentemente do nível de habilidade. A mediadora facilitou a comunicação entre os envolvidos, garantindo que as sugestões de todos fossem integradas nas decisões, tornando o processo mais democrático e colaborativo. A troca de saberes locais e tradicionais, como o uso de técnicas de tingimento natural, foi um exemplo claro de valorização do conhecimento coletivo, refletindo o comprometimento com as necessidades da comunidade e com práticas sustentáveis.

O uso de saberes diversos, tanto formais quanto informais, evidenciou a importância da colaboração contínua entre os participantes, fortalecendo a coesão do grupo. A criação das peças envolveu testes de tingimento e ajustes constantes nas modelagens, permitindo que as ideias dos alunos fossem incorporadas de maneira contínua ao longo do processo. Essa dinâmica colaborativa contribuiu para que as soluções de design fossem mais adequadas às necessidades locais, respeitando o contexto cultural e social da comunidade.

Além disso, a prototipagem se mostrou uma etapa crucial para o sucesso da coleção. O processo iterativo de criação permitiu que os alunos testassem suas ideias, realizando ajustes com base no feedback constante entre todos os participantes, resultando em uma coleção que refletiu tanto os aspectos estéticos quanto funcionais desejados, alinhada aos princípios do Design Participativo.

Um dos princípios essenciais do Design Participativo é a democratização do conhecimento, permitindo que indivíduos de diferentes formações e experiências possam colaborar em igualdade de condições. Essa perspectiva quebra barreiras hierárquicas

tradicionais no processo de design e possibilita que os participantes experimentem diferentes papéis dentro da criação. No contexto do estudo, essa democratização foi fundamental para incentivar a experimentação de novas técnicas e materiais, resultando em soluções mais diversas e inovadoras (Spinuzzi, 2005).

No que tange aos Princípios do Design Participativo, os participantes destacaram aspectos essenciais como inclusão, democratização das decisões e interação ativa entre os envolvidos. O processo foi marcado por uma abordagem coletiva, permitindo que diferentes vozes tivessem espaço na tomada de decisão. Uma das entrevistadas enfatizou que "não tinha uma pessoa que decidia, na verdade, todos nós sempre depois de muita conversa é que decidíamos". Essa abordagem colaborativa fortaleceu a confiança e o engajamento dos participantes, permitindo que o conhecimento coletivo fosse valorizado. Outro depoimento reforça essa dinâmica, indicando que "eu achei legal que houve uma inclusão e eu aprendi muito com cada um".

Na entrevista realizada na prática do desenvolvimento do curso, identificou-se que a cocriação consiste numa ferramenta importante para inovação social. Os participantes relataram que a possibilidade de compartilhar suas ideias e construir soluções coletivamente gerou um ambiente de aprendizado contínuo e colaborativo. Essa característica está alinhada com o pensamento de Pereira e Figueiredo (2018), que afirma que a pesquisa-ação aplicada ao Design Participativo fortalece o engajamento social e promove o empoderamento dos envolvidos.

Além disso, a aplicação dos princípios do Design Participativo na pesquisa possibilitou a adaptação de técnicas artesanais tradicionais às demandas contemporâneas. O estudo demonstrou que a valorização dos saberes locais, combinada com a inovação colaborativa, pode gerar produtos sustentáveis que respeitam e fortalecem a identidade cultural da comunidade. Esse conceito está diretamente relacionado à visão de (Spinuzzi, 2005) sobre a importância da sustentabilidade aliada ao design socialmente responsável.

Evidenciou ainda que os participantes se sentiram mais confiantes para propor ideias e testar novas abordagens ao longo do processo. Esse envolvimento ampliou a autonomia criativa e possibilitou que os indivíduos enxergassem o design como uma ferramenta de transformação social, fortalecendo sua capacidade de inovação e adaptação dentro do setor artesanal. Como destaca Pereira e Figueiredo (2018), o Design Participativo impulsiona a autoeficácia dos participantes ao colocá-los no centro das decisões criativas e produtivas.

Além disso, a valorização do conhecimento coletivo foi um aspecto fundamental da experiência dos participantes. Muitos deles não tinham formação acadêmica na área da moda, mas puderam contribuir com seus saberes empíricos e vivências prévias: *"Eu achei legal que*

houve uma inclusão e eu aprendi muito com cada um." O empoderamento também foi evidente, com os participantes expressando que a experiência os ajudou a desenvolver autonomia no design e sustentabilidade: "Eu gostei muito da experiência, porque foi algo novo, com o que aprendi muita coisa."

Por fim, o Design Participativo não se limita à criação de produtos, mas representa uma abordagem estrutural e estratégica para o fortalecimento de comunidades e a promoção de práticas sustentáveis. A colaboração contínua entre os participantes, aliada à democratização do conhecimento e ao respeito pelos saberes locais, garantiu que as soluções desenvolvidas fossem mais alinhadas com as necessidades reais da comunidade, fortalecendo sua identidade e ampliando suas oportunidades de mercado.

7.2 Práticas do Design Participativo

O relato identificado no projeto seguiu as práticas do Design Participativo descritas por Spinuzzi (2005), com foco em *workshops* e sessões de cocriação. As etapas de desenvolvimento da coleção envolveram reuniões constantes entre os alunos, facilitando o processo criativo colaborativo. A participação ativa de todos foi observada, com destaque para a contribuição dos alunos durante as fases de esboços e prototipagem, nas quais cada um teve a oportunidade de influenciar diretamente as decisões de design.

A pesquisa participativa desempenhou um papel essencial no processo, uma vez que o projeto levou em consideração as necessidades e preferências dos alunos, como na escolha das técnicas de tingimento natural. As experimentações realizadas de forma colaborativa permitiram que o grupo testasse e ajustasse as cores de acordo com a realidade e os saberes locais, o que resultou em soluções mais adequadas às necessidades do projeto. Nesse sentido, o Design Participativo contribuiu para que o design final refletisse não apenas a visão técnica da mediadora, mas também os desejos e conhecimentos dos cocriadores.

A prática de *feedback* constante foi observada durante o desenvolvimento da coleção, na qual os alunos ajustaram as modelagens das peças, discutiram as opções de acessórios e até as escolhas de estilo de maquiagem. Esse processo iterativo de ajustes contínuos garantiu que o produto final fosse resultado de um trabalho coletivo e colaborativo, conforme defendido por Spinuzzi (2005).

As entrevistas confirmam que workshops e sessões de cocriação desempenharam um papel central no projeto. Os participantes relataram que, antes de iniciar a coleção, tiveram aulas introdutórias sobre moda e sustentabilidade: "Nós tivemos um workshop onde foi apresentado

temas como moda, consumo, sustentabilidade...". A pesquisa participativa foi incorporada ao processo, já que os participantes puderam explorar materiais sustentáveis e técnicas de tingimento natural. A prototipagem também foi essencial para o sucesso da coleção, conforme observado no relato sobre a transformação das ideias em peças tangíveis: "*Como foi transformar as ideias que estavam no papel em algo real? Foi desafiador, mas com testes e ajustes conseguimos.*" O retorno positivo constante garantiu um ciclo de melhoria contínua, permitindo que os participantes refinassem suas criações ao longo do projeto.

Outro fator relevante foi a troca de experiências intergeracionais, identificada como um aspecto central para o sucesso das práticas participativas. A pesquisa demonstrou que a interação entre artesãos mais experientes e participantes mais jovens resultou em um processo de aprendizado mútuo e contínuo, no qual o conhecimento tradicional foi preservado, ao mesmo tempo em que novas abordagens e tecnologias foram incorporadas Spinuzzi (2005). Esse intercâmbio de saberes possibilitou a adaptação de técnicas artesanais tradicionais para contextos contemporâneos, promovendo inovação sem comprometer a autenticidade cultural da comunidade.

Além disso, a aplicação dessas práticas revelou a importância do aprendizado prático e colaborativo, que foi demonstrado durante os *workshops*, os participantes puderam experimentar materiais e métodos diversos, ajustando suas estratégias de design com base no feedback imediato dos colegas e facilitadores. Segundo Manzini (2017), o envolvimento direto dos participantes na experimentação de soluções favorece a descoberta de novas possibilidades criativas e estimula a adoção de práticas sustentáveis dentro da comunidade.

Outro impacto significativo das práticas do Design Participativo foi a democratização do acesso ao design como ferramenta de inovação social. Foi observado durante a pesquisa de campo, que os participantes passaram a compreender melhor o papel do design como elemento transformador e a utilizar esse conhecimento de forma estratégica para melhorar seus processos produtivos.

Por fim, as práticas do Design Participativo aplicadas na pesquisa não apenas promoveram maior engajamento e autonomia entre os participantes, mas também possibilitaram a experimentação de novas abordagens para a produção artesanal e a valorização do conhecimento tradicional. A integração dessas práticas com o estudo de caso resultou em um modelo colaborativo e sustentável, que fortaleceu as capacidades criativas e produtivas da comunidade envolvida.

7.3 Práticas Sustentáveis no Design de Moda

A coleção desenvolvida no projeto "Digitais – O Resgate dos Tingimentos Naturais" demonstrou um forte alinhamento com as práticas sustentáveis do design de moda, conforme descrito por Fletcher e Grose (2011). A utilização de materiais reciclados, como as sobras de tecido brim, e a prática de *upcycling*, com o reaproveitamento de moldes, são exemplos de como a coleção buscou minimizar os impactos ambientais. A substituição de técnicas químicas tradicionais pelo tingimento natural reflete a busca por alternativas ecológicas, alinhando-se ao conceito de design sustentável que visa reduzir os danos ao meio ambiente.

Além disso, a criação de peças duráveis e atemporais foi uma prioridade no projeto, com o foco em roupas que resistissem ao desgaste e não se tornassem descartáveis, conforme recomendado por Fletcher e Grose (2011). A escolha de materiais e técnicas que contribuem para a durabilidade das peças reflete um compromisso com a redução do desperdício e o incentivo ao consumo responsável.

A produção sob demanda, adotada na coleção, também contribuiu para a minimização do desperdício. Ao produzir peças apenas conforme a necessidade, sem gerar excessos de estoque, o projeto se alinha ao conceito de otimização de recursos. O uso de moldes reaproveitados e a colaboração com artesãos locais também favoreceram a redução de desperdício e a geração de valor agregado para materiais que, de outra forma, seriam descartados.

O projeto incorporou princípios sustentáveis, incluindo *upcycling* e uso de tingimentos naturais. Os entrevistados reconheceram a importância de evitar desperdícios e adotar práticas ecologicamente responsáveis: "Eu criei uma roupa onde peguei sobras de tecido e fiz uma saia e uma boina...". As práticas sustentáveis também estimularam a criatividade dos participantes, que aprenderam a reutilizar materiais e a desenvolver produtos duráveis.

Outro participante destacou a relevância do aprendizado sobre a relação entre materiais e impacto ambiental: "Antes eu comprava roupa sem pensar, mas agora vejo que cada escolha faz diferença no meio ambiente". Essa mudança de percepção reforça a eficácia do projeto em conscientizar os participantes sobre práticas de consumo mais responsáveis.

Outro ponto importante identificado, foi que a incorporação de práticas sustentáveis não compromete a criatividade ou a inovação; pelo contrário, ela fortalece essas qualidades ao estimular a busca por soluções que equilibrem tradição e modernidade. A utilização de insumos naturais e biodegradáveis, por exemplo, permitiu que os participantes experimentassem novas texturas e cores sem recorrer a produtos industrializados de alto impacto ambiental.

Evidenciou-se também, que a valorização das práticas artesanais fortalece a identidade cultural e econômica das comunidades envolvidas, tornando a sustentabilidade uma estratégia não apenas ecológica, mas também social. O envolvimento dos participantes na experimentação e adaptação de práticas sustentáveis resultou em um processo criativo mais consciente e conectado com as necessidades locais, promovendo um modelo produtivo mais resiliente e inovador.

Por fim, as práticas sustentáveis aplicadas não apenas reduziram impactos ambientais, mas também promoveram autonomia e inovação dentro da comunidade. A introdução dessas estratégias resultou em um ambiente mais propício à experimentação, incentivando os participantes a adotarem métodos de produção mais responsáveis e eficientes. Dessa forma, reafirma-se a importância de integrar sustentabilidade e inovação dentro do design de moda, garantindo impactos positivos tanto no meio ambiente quanto na sociedade.

7.4 Sustentabilidade e Inovação

A coleção "Digitais - O Resgate dos Tingimentos Naturais" exemplifica a integração da sustentabilidade nas práticas de design e produção, conforme proposto por Berlim (2009). A utilização de materiais reciclados e a prática de *upcycling*, associada ao uso de técnicas de tingimento natural, demonstram como o projeto incorpora os princípios do ecodesign, com foco na redução de resíduos e no ciclo de vida dos produtos. A coleção também promove a justiça social ao valorizar os saberes locais e ao trabalhar com a comunidade local de forma colaborativa e ética.

A inovação foi um aspecto chave da coleção, pois o projeto desafiou as práticas convencionais da indústria da moda, adotando modelos como a produção sob demanda e o design focado em durabilidade. Essas práticas refletem a abordagem de *slow fashion*, que busca promover um consumo mais consciente e responsável. A adoção de práticas sustentáveis também contribuiu para o desenvolvimento de um novo paradigma na indústria da moda, alinhado à visão de Berlim (2009) sobre a necessidade de criar soluções inovadoras e responsáveis.

A pesquisa mostrou que a inovação na moda sustentável pode ocorrer a partir da combinação de técnicas tradicionais e novas abordagens. Os participantes mencionaram que o aprendizado sobre tingimentos naturais e reciclagem de tecidos ampliou suas perspectivas sobre o setor: "O verde só fui aprender mais tarde com a coleção.". A valorização da sustentabilidade

levou a uma reflexão sobre o impacto ambiental da moda, incentivando os participantes a adotarem um consumo mais consciente.

Além disso, um participante mencionou como a inovação no design permitiu explorar alternativas criativas para peças tradicionais: "Antes eu achava que moda sustentável era algo sem graça, mas agora vejo que dá para criar peças incríveis e cheias de personalidade." Esse depoimento ilustra como a abordagem sustentável pode ser integrada ao design sem comprometer a estética ou a funcionalidade.

O envolvimento da comunidade na cocriação de soluções inovadoras desempenhou um papel essencial na aceitação e valorização dos produtos desenvolvidos. Durante os *workshops* participativos, os artesãos e designers tiveram a oportunidade de explorar alternativas sustentáveis, testando novos materiais e adaptando processos tradicionais para minimizar o impacto ambiental.

Além disso, o estudo revelou que a inovação sustentável pode gerar novas oportunidades de mercado, promovendo maior autonomia econômica para comunidades locais. A valorização de produtos sustentáveis e artesanais no mercado global tem incentivado pequenas comunidades a se organizarem e fortalecerem suas redes de produção, tornando-as mais competitivas e menos dependentes de insumos industrializados.

Outro ponto essencial identificado foi a necessidade de desenvolver estratégias de reaproveitamento e economia circular dentro do design de moda sustentável. O estudo demonstrou que a adoção de práticas como o *upcycling* e a reutilização de tecidos descartados viabilizou o desenvolvimento de produtos com impacto ambiental reduzido e elevado valor agregado.

Outro ponto relevante é o reforço da ideia de que a sustentabilidade não deve ser vista apenas como um requisito técnico, mas sim como um diferencial competitivo que pode impulsionar a inovação dentro do setor de moda e design. A criação de soluções mais eficientes e ambientalmente responsáveis resultou em um modelo produtivo mais consciente, que não apenas reduz impactos ambientais, mas também fortalece o desenvolvimento social e econômico da comunidade envolvida.

7.5 Transformação Sistêmica por Meio do Design

A coleção demonstrou que o design pode ser uma ferramenta estratégica para promover mudanças no sistema produtivo e comportamental, conforme defendido por Manzini (2023). O uso de materiais reciclados, a prática de *upcycling* e o tingimento natural são exemplos de como

o design pode reconfigurar as práticas produtivas, gerando um impacto ambiental e social positivo. O projeto possibilitou que os alunos se envolvessem de forma ativa no processo criativo, proporcionando uma experiência de cocriação que reflete os conceitos de autonomia e colaboração propostos por Manzini.

A proposta de autonomia coletiva, enfatizada por Manzini, foi observada ao longo do processo, com cada participante influenciando diretamente as decisões sobre as peças. Essa colaboração ativa transformou os participantes de consumidores passivos em agentes criativos, contribuindo para uma transformação sistêmica tanto no design quanto no comportamento dos envolvidos. Esse modelo de cocriação alinhado com a sustentabilidade e a justiça social reflete a capacidade do design de promover uma mudança profunda e duradoura.

A experiência da coleção reforçou o papel do design como agente de transformação social. Os entrevistados perceberam que a moda pode ir além da estética e atuar como um veículo para mudanças ambientais e sociais: "A moda, quando criada de forma consciente e coletiva, pode ser uma poderosa aliada na transformação social e ambiental.". Ao envolver diferentes atores na criação de soluções sustentáveis, o projeto fortaleceu a noção de que o design pode contribuir para novos modelos de produção e consumo.

Um entrevistado reforçou esse ponto ao relatar como a experiência o inspirou a repensar sua própria abordagem em relação à moda: "Agora, quando vejo uma peça de roupa, penso em todo o processo por trás, desde a matéria-prima até quem fez. Isso mudou muito minha forma de consumir.". Esse tipo de transformação individual reflete o impacto mais amplo do projeto em promover um olhar crítico sobre a indústria da moda.

Outro ponto importante identificado na pesquisa foi que essa transformação sistêmica está diretamente relacionada ao empoderamento dos participantes. O envolvimento ativo no processo de design proporcionou maior autonomia na tomada de decisões, permitindo que os artesãos e demais envolvidos assumissem um papel mais estratégico dentro da cadeia produtiva.

Além disso, a pesquisa evidenciou que a implementação do Design Participativo gerou uma nova percepção sobre o valor do trabalho artesanal, promovendo o reconhecimento da relevância da produção local dentro de um contexto sustentável e inovador

A longo prazo, essa transformação sistêmica tem o potencial de gerar impactos duradouros, permitindo que as comunidades desenvolvam modelos produtivos mais sustentáveis e alinhados com suas necessidades locais. A adoção de novas metodologias de produção, aliada à valorização do conhecimento tradicional, possibilitou a criação de um sistema mais equilibrado, onde inovação e sustentabilidade coexistem de maneira harmoniosa.

Por fim, os resultados demonstraram que a transformação sistêmica promovida pelo design pode ser ampliada para outros contextos, criando redes de colaboração entre diferentes comunidades. A disseminação das práticas sustentáveis e participativas pode servir como modelo para iniciativas futuras, fortalecendo a capacidade das comunidades de se reinventarem e se tornarem mais independentes em termos econômicos e produtivos.

Em síntese, o Design Participativo e a sustentabilidade são motores para mudanças sistêmicas duradouras, garantindo maior resiliência às comunidades e promovendo novos paradigmas de produção e consumo. A abordagem adotada não apenas impulsionou a inovação dentro do design de moda, mas também redefiniu a forma como os participantes enxergam suas próprias capacidades e possibilidades dentro do cenário econômico e social.

7.6 Perspectivas Locais e Comunidades no Design Participativo

A análise do projeto "Digitais - O Resgate dos Tingimentos Naturais" evidenciou a autonomia das participantes, especialmente no Projeto Musas Coletivo de Moda, que promove a capacitação de jovens através da criação e comercialização de produtos sustentáveis. O projeto permitiu que as participantes, alunas do SENAI Maranhão, se tornassem mais independentes financeiramente, além de fortalecerem sua autoestima e desenvolverem sua autonomia social por meio do trabalho em coletivo. O design participativo proporcionou uma integração de práticas locais com técnicas de design sustentável, refletindo uma mudança de paradigma no consumo e produção de moda (Light e Akama, 2012; Pisetta e Junior, 2024).

O acionamento do Ecodesign e do Design Sustentável no contexto local permitiu que o projeto atendesse às necessidades da comunidade de forma inovadora, promovendo a reutilização de resíduos têxteis e contribuindo para a redução dos impactos ambientais. A prática de criar produtos sustentáveis, com foco no reaproveitamento de materiais e no fortalecimento da autonomia das participantes, demonstra o potencial do design para transformar as comunidades locais e gerar soluções sustentáveis que sejam ao mesmo tempo socialmente responsáveis.

A participação de membros da comunidade e de profissionais de diferentes áreas enriqueceu o processo criativo e consolidou a relevância do design participativo no contexto local. A inclusão de costureiras, artesãos e especialistas locais garantiu que o projeto estivesse alinhado às necessidades da comunidade. O impacto desse envolvimento foi destacado por um dos participantes: "Foi muito importante ver como cada um trouxe um pouco da sua história e experiência para o projeto.". Essa valorização do conhecimento local fortaleceu o sentimento

de pertencimento dos envolvidos, consolidando a relevância do Design Participativo para o desenvolvimento sustentável.

Além disso, alguns participantes relataram que a experiência trouxe uma nova percepção sobre o trabalho artesanal e a valorização das técnicas tradicionais. "Minha avó sempre costurou, mas eu nunca tinha prestado atenção no valor desse conhecimento. Agora vejo como isso é precioso.". Esse depoimento evidencia como o projeto também atuou na valorização de saberes locais e intergeracionais.

O design participativo possibilita a criação de redes de colaboração sustentáveis, garantindo que as inovações introduzidas continuem a evoluir mesmo após o término da pesquisa. A construção de espaços de cocriação fortaleceu a autonomia da comunidade e permitiu a criação de soluções que refletem suas reais necessidades e aspirações.

A incorporação de perspectivas locais no Design Participativo incentiva a inovação comunitária, promovendo soluções mais eficientes e sustentáveis. O estudo evidenciou que, ao considerar as particularidades de cada grupo, foi possível criar um modelo produtivo mais resiliente e adaptado às dinâmicas sociais e econômicas da comunidade.

Os resultados obtidos no estudo demonstram que o Design Participativo e a sustentabilidade são ferramentas fundamentais para a inovação social e produtiva. A pesquisa evidenciou que o envolvimento da comunidade no desenvolvimento de soluções fortalece a autonomia dos participantes, promove a inclusão social e valoriza os saberes locais.

Ao integrar práticas sustentáveis e inovadoras no design de moda, a pesquisa não apenas reduziu o impacto ambiental dos produtos desenvolvidos, mas também gerou benefícios econômicos e sociais para a comunidade. Dessa forma, o estudo reafirma a importância de metodologias colaborativas no design, demonstrando que a participação ativa dos envolvidos é essencial para a construção de soluções eficazes e sustentáveis.

8 CONCLUSÃO

A presente pesquisa analisou os princípios e as práticas do design participativo na criação de uma coleção de moda sustentável, destacando a importância de integrar diferentes saberes e experiências para promover um consumo mais consciente e responsável. O estudo demonstrou que a participação ativa de diversos atores no processo criativo enriquece a proposta estética e funcional dos produtos, fortalecendo o vínculo entre teoria e prática.

A fundamentação teórica evidenciou a relevância do design participativo como ferramenta de transformação social e ambiental. A partir das contribuições de autores que abordam a moda, o consumo e a sustentabilidade, foi possível compreender como as práticas colaborativas podem reconfigurar o modo de produção e estimular a inovação no setor, criando alternativas viáveis para mitigar os impactos negativos do *fast fashion*.

No desenvolvimento da pesquisa, o design participativo revelou-se uma abordagem que favorece a democratização do processo criativo, permitindo que tanto designers quanto usuários contribuam para a definição de soluções que atendam às demandas estéticas e funcionais, sem desconsiderar a importância da sustentabilidade. Essa interação colaborativa mostrou que a cocriação é um caminho promissor para repensar os modelos de produção tradicionais.

A aplicação dos métodos participativos na elaboração da coleção analisada proporcionou uma experiência enriquecedora, na qual os desafios e as limitações se transformaram em oportunidades para a inovação. O relato de experiência permitiu observar de perto a dinâmica dos processos colaborativos, ressaltando a necessidade de ajustes contínuos e a importância de uma comunicação transparente entre os envolvidos.

A análise dos dados evidenciou que, embora o consumo seja um comportamento enraizado na sociedade moderna, há espaço para a mudança através de práticas que valorizem o ciclo de vida dos produtos e estimulem a responsabilidade ambiental. A incorporação de estratégias sustentáveis, aliada à participação ativa dos consumidores, pode contribuir para a diminuição dos resíduos e para a promoção de um consumo mais consciente.

A experiência prática demonstrou que a integração dos princípios do design participativo na moda não apenas favorece a criação de produtos com maior apelo estético, mas também reforça a importância da sustentabilidade como elemento central do processo criativo. Essa abordagem contribui para a construção de narrativas que dialogam com os desafios contemporâneos, aproximando a indústria da moda das demandas sociais e ambientais atuais.

Entretanto, o estudo também apontou desafios significativos, como a resistência a mudanças nos modelos tradicionais de produção e a necessidade de investimentos em

capacitação e infraestrutura que permitam a efetivação dos processos colaborativos. Tais obstáculos evidenciam a importância de políticas e práticas que incentivem a adoção de métodos inovadores no setor.

Por fim, a pesquisa reforça que o design participativo pode ser um agente transformador na moda, capaz de promover uma cultura de sustentabilidade e responsabilidade social. A experiência desenvolvida no trabalho serve de referência para futuras investigações e práticas colaborativas, indicando caminhos para o aprimoramento dos processos criativos e para a construção de uma indústria da moda mais ética e consciente.

REFERÊNCIAS

- ABRAHÃO, M. H. M. **A Aventura (auto) biográfica: teoria e empiria**. Brasil, Edipucrs, 2004.
- ALCÂNTARA, Júlia Carvalho de. **Estamparia: da pré-história à atualidade**. 2020. Disponível em: <<https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/10518>>. Acesso em 29 nov. 2023.
- ALMEIDA, Joana Marques de. **Da fast fashion à sustentabilidade na moda: um projeto de concepção da marca Mai**. 2021. Tese de Doutorado. Disponível em:<<http://hdl.handle.net/10400.26/38963>>. Acesso em: 23 set 2022.
- ALMEIDA, Mariana Dias de. **A moda contemporânea e a sustentabilidade no jeanswear: estudos de caso**. 2013. 176 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, 2013.
- ALMEIDA, Mariana Dias de. **A moda contemporânea e a sustentabilidade no jeanswear: estudos de caso**. 2013. 176 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, 2013.
- ANICET, Anne. **Colagens Têxteis: em busca de um design sustentável**. Tese de Doutorado em Design. Universidade de Aveiro, Curso de Pós-graduação em Design, 2012.
- ANICET, Anne; BESSA, Pedro; BROEGA, Ana Cristina. Ações na área de moda em busca de um design sustentável. **Anais do 7º Colóquio de Moda**, Maringá, 2011.
- ANICET, Anne; RÜTHSCHILING, E. A. Relações entre moda e sustentabilidade. **Comunicação apresentada**, n. 9, 2013.
- ANICET, Anne; RÜTHSCHILING, E. A. Substraction Cutting: análise do método de modelagem para linha de produção. **10º Colóquio de Moda –7º Edição Internacional 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda**, 2014.
- AVELAR, Suzana. Moda globalizada. São Paulo: **Estação das letras e Cores**, 2009
- BARBOSA, Livia. Sociedade de consumo. 3ª ed. Rio de Janeiro: **Zahar**, 2004.
- BARBOSA, Livia. Sociedade de consumo. 3ª ed. Rio de Janeiro: **Zahar**, 2010.
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: **Editora FGV**, p. 21-44, 2006.
- BARTHES, Roland. Sistema da Moda. SP: **Ed. Martins Fontes**, 2005.
- BAUDRILLARD, J. A Sociedade de Consumo. Lisboa: **Edições 70**, 1995.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: **Zahar**, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BBC. **Deserto do Atacama vira 'cemitério' de roupas usadas**. BBC News Brasil, 22 fev. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-60178134>. Acesso em: 12 dez. 2024.

BERLIM, Lilyan Guimarães. **Transformações no campo da moda: crítica ética e estética** / Lilyan Guimarães Berlin, 2012.

BERLIM, Lilyan. *Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária*. São Paulo: **Estação das Letras e Cores Editora**, 2020.

BERLIM, Lilyan. *Moda, a possibilidade da leveza sustentável: tendências, surgimento de mercados justos e criadores responsáveis*. Niterói: **Universidade Federal Fluminense**, 2009.

BORGES, R. *Moda Sustentável: Rumo a um Futuro Ecoeficiente*. São Paulo: **Editora Senac**, 2022.

BORIN de Oliveira Claro, Priscila. *et al.* Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista de Administração - RAUSP**, 2008.

BRAGA, João. Reflexões sobre moda, volume I. In: BRAGA, João; NUNES, Mônica (Colab.). São Paulo: **Editora Anhembi Morumbi**, 2005.

BISCAIA, H. Design Thinking e Sustentabilidade: Estudo do Sistema Mandalla DHSA no combate à fome e à miséria. **Mestrado em Administração. Paraná, Brasil: Universidade Federal do Paraná**, 2013. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1884/30329>>. Acesso em: 18 jan 2021.

BROWN, Lisa. *Design sustentável: Uma abordagem holística para o futuro*. 1. ed. Porto Alegre: **Editora Sul**, 2019.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2008.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. Editora Paralela, 2016.

CARVALHO, M. *Economia Circular na Moda: Um Novo Modelo de Negócios*. Rio de Janeiro: **Editora FGV**, 2021.

CIDREIRA, Renata Pitombo. *Os sentidos da moda*. São Paulo: **Annablume**, 2006.

CIETTA, Enrico. *A revolução do fast fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas* Tradução de Gláucia Britto e Kathia Castilho. São Paulo: **Estação das Letras e Cores**, 2010.

CORAZZA, Gentil. Globalização: realidade e utopia. **Análise econômica. Porto Alegre. Vol. 15, n. 27 (mar. 1997), p. 16-27, 1997.**

CONTI, Giovanni Maria. Moda e cultura de projeto industrial: hibridação entre saberes complexos. Tradução: Kathia Castilho. *In*: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). Design de Moda: olhares diversos. Barueri, São Paulo: **Estação das Letras e Cores Editora**, 2008.

COSTA, Bruna Emanuelle dos Santos Lavor. **A História da Moda Influenciando as Tendências**. São Paulo, 2014 Monografia (Aperfeiçoamento/Especialização em Estética e Gestão de Moda) - Universidade de Comunicações e Artes de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em:< <http://www2.eca.usp.br/moda/monografia.html>. Pdf> Acesso em 06/05/2020.

COSTA, M. I. **Transformação do Não Tecido** – Abordagem de Design Têxtil em Produtos de Moda. Dissertação de mestrado PPGEP/UFSC. Florianópolis, 2003.

COSTA, Maria Izabel, M. de T. SOARES. Moda comprometida com a sustentabilidade ecológica e social. **encontro sustentabilidade Itajaí**, 2007: 30-45.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. Tradução de Cristiana Coimbra. 2 ed. São Paulo: Editora Senac, 2013.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de consumo e pós-modernismo. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

ERNER, Guillaume. Vítimas da moda? São Paulo: **SENAC**, 2005.

FASHION REVOLUTION. **Fashion Revolution 2024**: O Impacto do Consumo Consciente. Disponível em:< <https://www.fashionrevolution.org>>. Acesso em: 3 dez. 2024.

FEGHALI, Marta; SCHMID, Erika. O ciclo da moda. Ed. Senac Rio, 2008.

FEITOSA, R. A. Saberes tradicionais: reflexões para o design sustentável. *In*: **Design e Cultura**, v. 10, p. 21-34, 2018.

FERRAZ, Angélica Ribeiro, Moda E Sustentabilidade: Relação Permeada Pelo Consumo. - Universidade Federal De Juiz De Fora Especialização Em Moda, **Cultura De Moda E Arte. Instituto De Artes E Design**, 2004.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Minidicionário da língua portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: **Nova Fronteira**, 1993.

FISCHER, Anette. Fundamentos de design de moda: construção de vestuário. Porto Alegre, **Bookman**, 2010.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. Moda e sustentabilidade: design para mudança. São Paulo: **Senac São Paulo**, 2011.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. Sustainable fashion and textiles: design journeys. 2. Ed. **London: Earthscan**, 2012.

FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido . 50. ed. São Paulo: **Paz e Terra**, 1997.

GADOTTI, Moacir. Pedagogia do Oprimido como Pedagogia da Autonomia e da Esperança. **Revista UniFreire Universitas Paulo Freire. São Paulo, SP, ano**, v. 6, p. 6-30, 2018.

GALÃO, Fabiano Palhares e CRESCITELLI, Edson e BACCARO, Thais Accioly. Comunicação integrada de marketing: uma ferramenta do posicionamento estratégico?. **UNOPAR Científica, Ciências Jurídicas e Empresas**, v. 12, n. 1, p. 85-91, 2011. Tradução.. Disponível em:< <http://www2.unopar.br/sites/publicacoes/>> Acesso em: 04 jun. 2021.

GALLO. Zildo. Ethos, a grande morada humana: economia, ecologia e ética. Editora: **Ottini**, 2007.

GERHALD, Tatiana Engel e Silveira Denise Tolfo; **Métodos de pesquisa, coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS** e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre (UFRGS), 2009.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Trad. Raul Fiker. São Paulo: Editora Universidade Estadual Paulista, 1991.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ed. São Paulo: **Atlas**, 2009.

GODART, Frédéric. Sociologia da Moda. São Paulo: **Senac**, 2010.

GOLDEMBERG. J. *et.al.* Sustentabilidade dos oceanos. São Paulo: **Blucher**, 2010

GOMES, F. Moda Consciente: O Impacto do Consumidor na Sustentabilidade. São Paulo: **Editora Senac**, 2021.

GWILT, Alison. Moda sustentável: um guia prático. São Paulo: **Gustavo Gili**, 2014.

GUIMARÃES, Márcio James Soares. **Contribuições do design para o desenvolvimento sustentável da produção artesanal**. 2014. 139 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2014.

HALAT, Angela. Comportamento do consumidor. **Senac**, 2018.

HONORATO, Gilson. Conhecendo o marketing. Barueri: **Manole**, 2004.

KOTTLER, P. KELLER, K. (2006). Administração de marketing: A bíblia do marketing. 12ª Ed. **Prentice Hall Brasil**. São Paulo.

KRATZ, Lucia. O processo criativo para o designer de moda. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 169 – 196, 2016. Disponível em: [file:///C:/Users/Keila/Downloads/302-595-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Keila/Downloads/302-595-1-SM%20(1).pdf) . Acesso em: 27 nov. 2019.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de metodologia científica. 7. ed. São Paulo: **Editora Atlas**, 2017.

LATOURE, Bruno. Onde aterrar?: como se orientar politicamente no **antropoceno** ; tradução Marcela Vieira ; posfácio e revisão técnica Alyne Costa. – 1. ed. – Rio de Janeiro :**Bazar do Tempo Produções e Empreendimentos Culturais LTDA**, 2020.

LANG, Jeter. **Gestão ambiental**: estudo das táticas de legitimação utilizadas nos relatórios da administração das empresas listadas no ISE. 2009. 124 f. 2009. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Administração) -Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Regional de Blumenau, Blumenau. LIGER, Ilce. Moda em 360°. São Paulo: Cosaf Naify, 2008.

LAS CASAS, A.L. ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING. 2 ed. São Paulo: **Atlas**, 2019.

LIBÂNIO, José Carlos. Metodologia do trabalho científico. 2. ed. São Paulo: **Editora Loyola**, 2006.

LIGHT, Anna; AKAMA, Yoko. The Human Touch: participatory practice and the role of facilitation in designing with communities. In: **Participatory Design Conference**, 12. 2012, Roskilde, Denmark. Proceedings, Roskilde: ACM Press, 2012. P. 61-70.

LIMA, E. Moda e Sustentabilidade: Desafios e Perspectivas. São Paulo: **Editora Unesp**, 2021.

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. Comportamento do consumidor brasileiro. São Paulo: **Saraiva**, 2008.

LIPOVETSKY, G. (2005). A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: **Manole**. (Original publicado em 1983).

LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: **Companhia das Letras**, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: **Companhia das letras**, 2009.

LOUZADO, Gerson Luiz. Espontaneidade e autonomia na Fundamentação da Metafísica dos Costumes. **Studia Kantiana**, v. 18, n. 1, 2020.

LUCIETTI, T. J. a*RAMOS, M. D. S. A, SORATTO, R. B. a, TRIERWEILLER, A. C.a Upcycling no Segmento da Moda: Estudo de Caso na Recollection Lab.a. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, **Araranguá** – SC (2017).

MANZINI, E. Design, quando o design faz a diferença. **Editora Hachette**, 2020a.

MANZINI, E. Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation. London: **MIT Press**, 2020b.

MANZINI, Ezio. Políticas do cotidiano. São Paulo: **Blücher**, 2023.

MANZINI Enzo; VILOZZI Carlo Arnaldo. **Desenvolvimento de produto sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: universidade de são Paulo, 2016.

MANZINI, E.; PENIN, L. Campus: “**lab**” and “**window**” for sustainable design research and education. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol. 7. No. 1, p. 69-80, 2006

MARCONDES, Danilo. As origens do pensamento moderno e a ideia de modernidade. In: _____ . Iniciação à história da filosofia: dos pré-socráticos a Wittgenstein. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004, p. 151-177.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. A pesquisa qualitativa em ciência da linguagem. São Paulo: **Contexto**, 2008.

MARTINS, R. 2010. **Upcycling, a nova fronteira da reciclagem**. Disponível em: <<https://sustentabilidade.estadao.com.br/blogs/andrea-vialli/upcycling-anova-fronteira-da-reciclagem/>>. Acesso em: 17/10/2020.

MATEUS, Alfredo Luis. Química na cabeça: Experiências espetaculares para você fazer em casa ou na escola. Belo Horizonte: **Editora UFMG**, 2008.

MEADOWS, Toby. Como montar e gerenciar uma marca de moda. Tradução: Equipe Bookman. Porto Alegre: **Bookman**, 2013.

MENDONÇA, R. Conservar e criar: natureza, cultura e complexidade. **Editora Senac São Paulo**. São Paulo, 2005

MEYER, I. *et. al.* Marketing para médicos: um caminho ético. Porto alegre: **Age editora**, 2005.

MILLER, Daniel. Treco, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: **Zahar**, 2013.

MINAYO, M. C. S. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: **Hucitec**, 2014.

MIRANDA, S. S; SANTOS, D. M; NORONHA, R. G. Práticas Sustentáveis em Design Participativo. São Paulo: **Blucher**, 2019.

MONÇORES, A. Tendências mitos, métodos e experiências sobre consumo e futuros. Barueri, Sp: **Estação das Letras e Cores**, 2020.

MONTEMEZZO, Maria C. F. S. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**. 2003. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru.

NASSAR, Mariana. O impacto ambiental no design de produtos: A prática do ecodesign. Rio de Janeiro: **Editora Campus**, 2017.

NOGUEIRA, Cláudia do Rosário Matos. Cores Locais: **Práticas, saberes e ressignificações dos usos de tingimentos naturais**. 2018. 158 folhas. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Design/CCET) - Universidade Federal do Maranhão, São Luis. Disponível em :< <https://tedebc.ufma.br/jspui/handle/tede/tede/2287>>. acesso 03 de fev. 2021. OKASAKI, Aymê. O estampar na arte-educação: um estudo de caso no ensino médio. São Paulo, 2016.

NORONHA, R. Design Participativo e Sustentabilidade: Teorias e Práticas em Contextos Locais. São Luís: UFMA, 2021.

ON LINE EDITORA. **Guia moda, moldes corte e costura especial**. Edição 01, 2017.

ONU NEWS. **Extração de água e impactos na biodiversidade**. Disponível em:<<https://news.un.org/pt/story/2023/07/1816877>> Acesso em: 10 nov. 2023.

OKASAKI, Aymê. **O estampar na arte-educação: um estudo de caso no ensino médio**. São Paulo, 2016.

PÁDUA, José Augusto; LAGO, Antônio. **O que é ecologia**. Editora Brasiliense: Coleção Primeiros Passos. São Paulo, 2004.

PAIZAN, D. C.; MELLAR, H. G. Envolvendo os alunos no design de tecnologia educacional: aprendendo com o design participativo. Estudos Linguísticos e Literários: saberes e expressões globais, **Foz do Iguaçu**, 2011.

PAIZAN, L.; MELLAR, J. Design participativo: princípios e práticas. **Editora Elsevier**, 2011.

PALOMINO, Érika. A moda. São Paulo: **Publifolha**, 2003.

PASSOS, Priscilla Nogueira Calmon de. A conferência de Estocolmo como ponto de partida para a proteção internacional do meio ambiente. **Revista Direitos Fundamentais e Democracia**. Curitiba, PR, v 6, p. 1-25, 2009.

PAÚL, Fernanda. **Lixo do mundo: o gigantesco cemitério de roupa usada no Deserto do Atacama**. BBC News, v. 28, 2022. Disponível em:<<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-60144656>>. Acesso em: 02 ago 2022.

PAZMINO, Ana Verónica. Uma reflexão sobre design social, eco design e design sustentável. **Simpósio Brasileiro de Design Sustentável**, v. 1, p. 1-4, 2007.

PEREIRA, L. Trabalho e Sustentabilidade na Indústria da Moda. Rio de Janeiro: **Editora PUC**, 2023.

PEREIRA, R.; FIGUEIREDO, A. Design participativo como prática colaborativa. In: **Revista Brasileira de Design**, v. 14, n. 3, p. 42-56, 2018.

PERPÉTUO, Nayara Chaves Ferreira. **No cabide: a percepção das digital influencers sobre a estratégia de design para otimização de prototipos**. 2017. 150 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Design) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2017. Disponível em: <<http://tede.ufma.br:8080/jspui/handle/tede/1399>> acesso em 03 de fev. 2021.

PISETTA, Ana Suelen; JÚNIOR, João Dolzan. **EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE: RELATO DO PROJETO MUSAS COLETIVO DE MODA**. **Revista Transverso**, v. 1, n. 14, 2024.

POLLINI, Denise. Breve História da Moda. 1. Ed. São Paulo: **Claridade**, 2007.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico, 2. ed. Novo Hamburgo, RS: **Feevale**, 2013.

RAMPAZZO, Lino. Metodologia Científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. São Paulo: **Edições Loyola**, 2005.

RECH, S. R. **Moda**: por um fio de qualidade. Florianópolis: Udesc, 2002.

ROCHA, Everaldo; PEREIRA, Cláudia. Juventude: um estudo sobre comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: **Mauad X**, 2009.

ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de interação**. Bookman Editora, 2013.

ROSA, A. **Rede de governança ambiental na cidade de Curitiba e o papel das tecnologias de informação e comunicação**. Curitiba. 2007. 2007. Tese de Doutorado. Dissertação de mestrado-Gestão Urbana-Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2007. 194p.

ROSA, A. M. A evolução e democratização da moda moderna: de Frederik Worth à fast-fashion de Karl Lagerfeld. **Comunicação e Sociedade**, [S. l.], v. 24, p. 62–78, 2013. DOI: 10.17231/comsoc.24(2013).1776. Disponível em:<<https://revistacomso.com.br/index.php/revistacomso/article/view/905>> Acesso em: 25 out. 2023.

SARAIVA, Gisele Reis Correa; SANTOS, Tayomara Santos dos. Joias do Maracanã: Tingimento natural de sementes. **São Paulo: Blucher**, p. 476-488, 2018.

SARTORI, Juliane Dorneles. **Economia criativa e o consumo consciente na indústria da moda**: uma análise da comunicação do movimento fashion revolution. 2017. 53p. Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em Relações Públicas) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, 2017.

SACHS, Ignacy. Caminhos para o desenvolvimento sustentável. 2. Ed. Rio de Janeiro: **Garamond**, 2009.

SANDERS, E. B. N.; STAPPERS, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, 4(1), 5–18. Disponível em:<<https://doi.org/10.1080/15710880701875068>> Acesso em 04 dez. 2024

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: **Atlas**, 1995.

SANTOS, M. Justiça Social na Moda: Rumo a um Consumo Responsável. São Paulo: **Editora FGV**, 2020.

SHETH, Jagdish N.; MITTAL, Banwari; I. NEWMAN, Bruce. Comportamento do cliente: Indo além do Comportamento do Consumidor. 1.ed. São Paulo: **Atlas**, 2001.

SERRANO, E; BARRETO, A. M. Media & Jornalismo 33: Comunicação estratégica institucional e organizacional. Coimbra University Press: 2018. SEVERIANO. M. F. V.

Narcisismo e publicidade: Uma análise psicossocial dos ideais de consumo na contemporaneidade. São Paulo: **Annablume**, 2001.

SILVA, Ana Beatriz B. Mentos consumistas: do consumismo à compulsão por compras. São Paulo: **Globo**, 2014.

SILVA, Gabriela Jobim da. **Design 3D em tecelagem jacquard como ferramenta para a concepção de novos produtos**: aplicação em acessórios de moda. 2005. Tese de Doutorado. SIMMEL, Georg. Filosofia da moda e outros escritos. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

SOARES, R. D. B. M. Fashion Law: direito da moda. São Paulo: **Almedina**, 2019.

SOGER, Richard. Fundamentos de design de moda. **Bookman**, 2009.

SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 9.ed. Porto Alegre: **Bookman**, 2011.

SOUZA, Girlene Santos de. *et. al* . Metodologia da pesquisa científica: a construção do conhecimento e do pensamento científico no processo de aprendizagem. Porto Alegre: **Animal**, 2013.

SOUZA, Maria da Conceição M. de. O diário de campo como instrumento de pesquisa. 2. ed. São Paulo: **Editora da Universidade**, 2010.

SOUZA, Patrícia de Mello; MENEZES Marizilda dos Santos. Estratégias construtivas para a configuração do produto de moda. Projética: **Universidade Estadual de Londrina**, V.2, N.1, junho 2011.

SOUZA, A; FERRAZ, W. **O trabalho do figurinista**: projeto, pesquisa e criação. Porto alegre: INDEPIIn, 2013.

SPAINE, P. A. de Almeida. **Diretrizes para o ensino e construção da modelagem**: um processo híbrido. Tese (doutorado). Bauru, 2016.

SPINUZZI, Clay. The methodology of participatory design. Technical Communication, v. 52, n.º 2, p. 163-174, maio 2005.

TAVARES, F. Moda Sustentável: O Futuro Econômico do Setor. Brasília: **Editora UCB**, 2022.

TAVARES, Luísa Mendes. O outro no projeto de design: relatos em moda. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, v. 4, n. 3, p. 68-92.

TAVARES, Raquel. Slow, As Coisas Boas Levam Tempo. Lisboa: **Oficina do livro**, 2017.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a Pesquisa Qualitativa em Educação – O Positivismo, A Fenomenologia, O Marxismo”. 5 ed. 18 reimpr. São Paulo: **Atlas**, 2009. 175p

UDALE, Jenny. Tecidos e moda: explorando a integração entre o design têxtil e o design de moda [recurso eletrônico]. Tradução: Laura Martins- 2. Ed.- Porto Alegre: **Bookman**, 2015.

UNGARETTI, Wladimir Netto. Empresariado e ambientalismo: uma análise de conteúdo da Gazeta Mercantil. **Annablume**, 1998.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Roteiro de Entrevistas

ROTEIRO PARA ENTREVISTA SOBRE PARTICIPAÇÃO E CONHECIMENTOS ADQUIRIDOS POR MEIO DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO DE MODA.

Procedimento inicial

Olá, primeiramente, muito obrigado por aceitar o convite em participar desta entrevista. Me chamo Luís Fernando, eu sou graduando do curso de Bacharel em Design ofertado pela Universidade Federal do Maranhão. O objetivo desta entrevista está relacionado a “Análise dos princípios e práticas do Design Participativo em uma coleção de moda em direção à sustentabilidade”.

Esta conversa é requisito importante da minha pesquisa para o TCC - Trabalho de Conclusão de Curso e busca entender a participação e quais conhecimentos adquiridos, pelos cocriadores, por meio da coleção de moda “Digitais: o resgate dos tingimentos naturais uma coleção colaborativa”. A entrevista será dividida em três blocos, cada um deles com perguntas sobre um tema específico.

Caso esteja de acordo, essa conversa será gravada para que seja consultada posteriormente e analisada por este pesquisador, Caso precise lembrar um pouco mais das etapas, estarão à disposição fotos de todas elas. Sua colaboração é muito valiosa, reforço que todas as informações adquiridas serão tratadas de forma confidencial. Podemos começar?

BLOCO 1 - Identificação do Participante

1. Qual seu nome, sua idade e a sua profissão?
2. Você foi aluna do curso de costura ou de modelagem?
3. Você já havia participado de algum projeto de moda ou sustentabilidade? Caso sim, fale um pouco sobre.
4. O que te motivou a participar deste projeto de moda?

BLOCO 2 – Interação e Participação

5. Como você define sua participação no projeto de moda?
6. Antes do projeto iniciar, você teve algum preparo como aulas, apresentação de conteúdo sobre temas da coleção?
7. Quem tomava as decisões sobre projeto?
8. Como essas decisões eram tomadas?
9. Pensando nas etapas, que conhecimentos e habilidades obtidas por experiências anteriores você usou para contribuir com a projeto de moda?
10. Quais os principais obstáculos ou problemas apareceram no decorrer do projeto e como foram resolvidos?
11. Como foi transformar as ideias que estavam no papel em algo real, que ferramentas vocês utilizaram?
12. Como a designer ajudava vocês durante o processo de criação da coleção?
13. Qual foi objetivo da coleção de moda?

BLOCO 3 - Conhecimentos Adquiridos

1. O que é moda?
2. Qual a importância da moda?
3. Quais os pontos negativos que a moda ainda apresenta, na sua visão?
4. Qual seu entendimento sobre o consumo?
5. Qual o ponto negativo do consumo dentro desta sociedade?
6. Como vê a relação entre a moda e o consumo?
7. O que é sustentabilidade e qual a importância desta?
8. Como você vê daqui pra frente a relação entre moda, consumo e sustentabilidade?
9. Como estes conhecimentos e a experiência com a coleção refletem hoje em sua vida, ou seja, qual o impacto positivo tiveram ou tem em sua vida?

Caso queira contribuir com algo mais, seja sobre a sua experiência com a coleção ou sobre conhecimentos adquiridos, sinta-se à vontade para compartilhar.

APÊNDICE B – Transcrição das Entrevistas

Entrevista 1

Entrevistador = Luís (L)

Entrevistada = Clara (C)

- L. Antes de iniciarmos, gostaria de fazer mas perguntas iniciais.
- L. Qual seu nome, sua idade e profissão?
- C. Clara Duarte coelho, tenho 34 anos e eu sou Bibliotecária.
- L. Poderia me dizer qual curso, ou cursos você fez no SENAI-MA.
- C. Eu fiz o curso de costura industrial.
- L. Você já havia participado de algum projeto de moda ou sustentabilidade? Caso sim, fale um pouco sobre.
- C. Eu já tinha participado do Transformando com Arte, que é um projeto social que leva a moda a pessoas que têm uma baixa condição social, só que é mais voltado para a área de modelo, treinamento de modelos, e no final a gente fez um desfile sustentável também.
- C. A minha roupa foi toda de garrafa pet, fiz alguns coraçõezinhos de garrafa pet, e aí costurei na roupa, e isso deu um movimento, então cada um fez de uma forma, fez com papel, teve gente que fez com jornal, então no final o nosso trabalho de conclusão do curso era um desfile, também de moda sustentável, então foi bem legal.
- L. Nossa, muito legal. Achei bem criativo!
- C. Muito obrigada. Apesar de não ter sido fácil, foi muito gratificante.
- L. Clara, a partir de agora farei algumas perguntas para entender melhor como foi a sua contribuição com a coleção e a interação com os outros colaboradores, ok!.
- C. Tudo bem, pode fazer.
- L. O que te motivou a participar do projeto de moda, no SENAI-MA?
- C. Foi um convite e não foi.
- L. Como assim, pode me explicar melhor?
- C. Posso sim. Em todo final de curso, o SENAI-MA propõe um trabalho final. Em certo dia, Alice comentou que o SENAI-MA estava querendo propor a criação de uma coleção de moda colaborativa com alunos do curso de costura, como um trabalho de conclusão de curso. Mas depois de muita conversa e reuniões, acabou que não dava pra ser feito assim, então, ela perguntou quem poderia contribuir, e como só uma parte poderia, ela fez o convite para os alunos do curso de modelagem também.
- L. E o que te fez aceitar?
- C. Eu sempre tive muita aptidão com a moda e paixão também e isso ajudou para que eu aceitasse. No começo eu duvidei um pouquinho da minha capacidade, mas como sempre fui destaque nas aulas, eu pensei: “Vou me arriscar!”.
- L. Entendi... Clara, as próximas perguntas, elas tem o objetivo de entender melhor como foi a sua contribuição e interação com os outros colaboradores.
- C. Ok!
- L. Quanto a sua participação no projeto de moda como você a define, ou seja, qual o seu papel no processo criativo?
- C. Fui uma das criadoras e posso dizer que participei de todas as etapas ajudei outros colegas que estavam com dificuldades na costura e também na modelagem.
- L. No início do projeto, de que forma as informações sobre o tema moda e sustentabilidade e projeto em si foram passados a você?
- C. O curso de costura e de modelagem em si melhorou as habilidades de alguns e também fez com que muitos aprendessem sobre como costurar, como fazer moldes...
Fora isso, tivemos apresentações sobre moda, consumo, sustentabilidade, seus pontos positivos e negativos falo do consumo e da moda, como criar uma coleção de moda, que materiais podem ser usados. Vimos também coleções de outros alunos do curso de costura e ainda ganhamos um manual com muitas informações. Fizemos muitas pesquisas pra buscar referências. E Alice forneceu um manual, que foi disponibilizado no grupo de celular. Depois disso nós sentamos com Alice, pra decidir o rumo da coleção, materiais, a modelagem das peças, as técnicas que poderíamos usar.
- L. Quem tomava todas as decisões a respeito do projeto de moda?
- C. Acredito que todos. Alice quando falou sobre a proposta da coleção, ela deixou bem claro que seria tudo de nossa responsabilidade, então, qualquer questão a gente debatia sobre e decidia.
- L. Como essas decisões eram tomadas?
- C. Nós resolvíamos pelo grupo que fizemos no whatsapp, lá colocávamos nossas lista de observações, individuais, aí no outro dia a gente fazia uma reunião e chamávamos Alice pra esclarecer dúvidas e nos orientar, também, como era algo novo pra maioria, era normal muitos ficarem perdidos.

Fazíamos testes com vários materiais alternativos, até chegar em uma referência que fosse bonita pra apresentar e que fosse compatível com a sustentabilidade, dependendo do resultado a gente aprovava ou não.

L. Pensando nas etapas, que conhecimentos e habilidades obtidas por experiências anteriores você usou para contribuir com a projeto de moda?

C. Repete a pergunta, por favor?

L. Pensando nas etapas, que conhecimentos e habilidades obtidas por experiências anteriores você usou para contribuir com a projeto de moda?

C. Ah, tá...rsrsrsrs... Eu acredito que muito do que eu aprendi no curso, eu trouxe para essa experiência. Desse primeiro projeto também que eu participei, que era voltado mais para a área de modelo, de desfile. Eu complementei com informações sobre a ideia do reaproveitamentos de materiais, dando dicas de materiais alternativos, de como poderia ser a estética da coleção.

Eu como bibliotecária, eu já tenho afinidade com pesquisas e já me deparei com muitos trabalhos que inclusive formatei, na época em que eu formatava. Então, eu compartilhei algumas pesquisas e coloquei no grupo, dei explicações também.

L. Clara, me diga quais os principais obstáculos ou problemas apareceram no decorrer do projeto e como eles foram resolvidos?

C. Eita que me dá até arrepio rsrsrsrs... menino, foi um perrengue atrás de outro. Nós tivemos muitos problemas em relação ao meu à minha peça a gente a princípio queria fazer com carimbos, essa ideia foi inspirada na minha experiência com a coleção “transformando com arte”, que comentei nas reuniões iniciais, e depois pesquisamos mais afundo. E no momento de fazer a peça, a gente fez os testes, deu tudo certo. E no momento de transferir para a peça, deu tudo errado.

Então, quando a gente começou a fazer os carimbos, colocar o carimbo na peça, começou a manchar.

A primeira tintura meio que não deu certo.

Eu tive que fazer várias vezes até chegar ao tom que eu queria.

E não segurava na peça, porque a gente não estava usando nenhum tipo de fixador artificial, tudo natural.

A gente usou corante de cozinha, de urucum. E não tinha como fixar.

Então, conforme a gente ia fazendo, ia secando para ver se conseguia chegar ao tom.

E não chegava nunca ao tom.

E aí, bota mais corante para ver se vai e não chega.

Depois, para fazer os carimbos, a tinta manchou.

Teve um momento que a gente foi fazer o transferir.

O corte da peça ainda não estava seca.

Então, ela acabou manchando muito.

E aí, que veio um outro problema.

Como a peça estava muito manchada, não tinha mais como salvar.

Nossa, era uma peça masculina, a princípio.

Tinha um colete, tinha manga.

Só que da forma que manchou, a gente ficou meio que sem o que fazer.

Então, a gente, uma semana antes do desfile, sentou com a Alice e mostrou o que tinha acontecido. Aí ela deu dica de ou fazermos do zero, ou de nós transformarmos em outra peça... optamos pela segunda opção, até mesmo pra economizar tempo.

L. Como foi transformar as ideias que estavam no papel em algo real, que ferramentas vocês utilizaram?

C. Algumas vezes fácil, quando era algo que já sabíamos e outras difíceis, pois tinha atividades que precisavam de uma certa destreza. Pra ser mais exata, utilizamos o passo a passo de criação de uma outra coleção, costuramos na máquina e na mão, desenhos em papal e desenhos digitais, fizemos carimbos de isopor, madeira, painéis, tudo que desse uma estampa legal. Tingimos com água quente e água fria, fizemos alguns moldes com papel craft...usamos muita coisa (risos).

L. A próxima pergunta seria sobre como a designer ajudava no decorrer do processo de desenvolvimento da coleção, mas como já foi respondido, vamos para a próxima.

C. Por mim, tudo certo!

L. Qual foi o objetivo da coleção?

C. Mostrar que é possível produzir de uma forma mais consciente, utilizando materiais alternativos, gastando pouco, valorizando a cultura da nossa cidade, os nossos conhecimentos que aprendemos com outras pessoas no nosso dia a dia, com a geração mais velha, como foi o caso de uma das participantes, a Dalva, que falou que aprendeu a tinturar roupa com corante de cozinha, com a avó dela.

L. Clara, chegamos ao bloco das últimas perguntas. Percebi que os temas centrais do projeto, a coleção, foram moda, consumo e sustentabilidade, sendo assim, as perguntas a seguir serão mais pra compreender o que está vivência te ensinou sobre esses temas.

C. Tá bom!

L. O que é moda?

C. Moda é uma meio de a gente se expressar, de se comunicar, ela é comportamento e também, tudo que envolve o vestuário a maquiagem, produtos de beleza em geral e que nos ajuda a nos diferenciarmos uns dos outros e também é arte.

L. Qual a importância da moda?

C. A moda é importante não só pela beleza, mas também para registrar o modo de viver, uma experiência. Então, a moda é importante para registrar como é que uma pessoa se veste, se relaciona, ela também gera emprego e renda para as pessoas.

L. Quais os pontos negativos que a moda ainda apresenta, na sua visão?

C. Eu acredito que a moda traz essa visão de que todo mundo, um ponto negativo é que todo mundo deve se vestir igual. Tendências que nem sempre dá para que todo mundo use. Cada corpo é um corpo, cada pessoa é uma pessoa, então a moda ainda é muito generalista. E a de ser de maneira individual.

E outro aspecto negativo da moda é em questão ao meio ambiente, porque a indústria da moda gasta muita água, tem um impacto na natureza. Então a gente precisa se preocupar com isso e isso precisa ser registrado na moda, utilizando matérias sustentáveis. Então, esse é um ponto negativo, ainda usar muito da natureza para conseguir fazer uma peça, por exemplo.

L. Qual o seu entendimento sobre o consumo?

C. O consumo, se ele for em excesso é uma coisa negativa. Porque voltando ainda um pouco sobre essa questão do meio ambiente, se eu tenho hábitos muito grandes de consumo, isso vai impactar também na natureza, no meio ambiente. Um exemplo, é o tanto que vai ser gasto de água pra tingir tecidos e roupas, sem falar que as pessoas acabam comprando tantas coisas que nem sabem o que fazer com elas e daí acabam jogando onde não deve. E o pior que as propagandas, a internet sempre tá influenciando a compra, a própria sociedade manipula as pessoas pra comprar. O consumo virou instrumento do fútil, do banal.

L. A próxima pergunta foi respondida nessa aqui, para não ter redundância, irei pular, tudo bem pra você?

C. Tá ok!

L. Como você vê a relação entre a moda e o consumo?

C. Acredito que tenha uma relação muito próxima, se complementam. Ainda vejo mais problemas que pontos positivos, por exemplo, a moda ainda produz muito e muito rápido, e o consumo de moda é uma realidade. Então temos uma sociedade que nos manipula a comprar e uma indústria que sempre tá produzindo e rápido. Acaba que quem sofre é a natureza, pois tudo isso vai exigir mais e mais recursos naturais. Eu acredito que seria interessante parar de consumir.

L. Como você vê daqui para frente a relação entre moda, o consumo e a sustentabilidade?

C. Eu vi nas pesquisas que muitos profissionais e empresas tentam fazer sua parte tentando ser mais responsável. Se isso continuar e outras pessoas forem inspiradas e motivadas a ter novos hábitos ecologicamente corretos, podemos chegar perto do 100% sustentável, que ainda não alcançamos mas que é um desejo de todos.

L. Como estes conhecimentos e a experiência com a coleção refletem hoje em sua vida, ou seja, qual o impacto positivo tiveram ou tem em sua vida?

C. Foi muito importante participar da criação dessa coleção, porque me fez repensar os meus hábitos de consumo. Porque eu era uma pessoa muito consumista, que comprava muita roupa, queria estar o tempo todo com a roupa da moda. E depois disso, eu comecei a perceber que dá para estar na moda sem estar comprando todos os dias. Então, eu passei a fazer customização. Hoje, eu tenho a minha máquina de costura em casa.

Então... eu faço as minhas roupas, pegou uma roupa que eu já não gosto muito e faço uma modificação. Então, esse projeto foi muito importante para mudar a minha visão sobre o que é moda. Que a moda pode andar junto com a sustentabilidade. E aí, hoje, eu já tento passar isso para as outras pessoas, para conscientizar, convencer elas a comprar menos e de que a gente pode reutilizar algo que a gente tem, que a gente não gosta.

L. Caso queira contribuir com alguma informação que não foi compartilhada, fique à vontade para falar sobre.

C. Eu acredito que foi uma experiência diferente para mim, que nunca tinha participado, que já tinha participado de um projeto, então eu percebi que eu já tinha essa aptidão para a moda e então quando eu tive essa segunda oportunidade, só que foi diferente, o primeiro projeto é uma coisa mais para encerramento do curso, foi somente para os alunos, mas quando vem uma experiência que a gente entrou na passarela, que tinha outras marcas famosas daqui do Maranhão, que tinha vários estilistas conhecidos, foi uma experiência totalmente diferente para mim, que sou bibliotecária, que não sou da área de moda, então foi uma experiência singular.

E esse projeto, ele teve uma repercussão muito boa, porque nós fomos junto com Alice, a professora, dar entrevista, participar de um programa local, então foi uma experiência totalmente diferente do meu habitual. Poder dar entrevista no programa daqui de São Luís, ChegÁí, foi importante, pois a coleção pode ser vista por quem não pode ir ao desfile, falamos sobre moda, consumo, sustentabilidade, o objetivo da coleção, para influenciar as pessoas a agir de forma responsável com a natureza.

L. Clara, muito obrigado pela sua colaboração nesta pesquisa, ela será de grande ajuda. Assim que ela estiver completa, irei compartilhar com você.

C. Eu que agradeço e se precisar de mais informações estarei à disposição.

Entrevista 2

Entrevistador = Luís (L)

Entrevistada = Núbia (N)

L. Antes de iniciarmos gostaria de explicar que este primeiro bloco está voltado a sua identificação, para entender suas experiências anteriores antes do projeto de moda e qual tua motivação para participar deste.

L. Qual seu nome, sua idade e a sua profissão?

N. Pronto! Meu nome é Núbia Lima, tenho 38 anos, eu sou formada em jornalismo e tenho pós-graduação em fashion design e marketing de moda.

L. Você foi aluna do curso de costura ou de modelagem?

N. Eu fui aluna do curso de costura, modelagem plana e Moulage no SENAI

L. Você já havia participado de algum projeto de moda ou sustentabilidade? Caso sim, fale um pouco sobre.

N. Não. Foi a primeira que eu participei de um projeto que levou em consideração todos os pontos pra fazer a coleção, usando os princípios da sustentabilidade.

L. Sim, entendi!

L. O que te levou a participar deste projeto de moda?

N. Enriquecimento, a questão de prazos, de trabalho coletivo, a produção do evento que ajudou a enriquecer meu currículo profissional.

L. Certo.

L. Núbia, as próximas perguntas serão feitas pra saber mais como foi a tua participação, como você contribuiu com a coleção e como foi a interação com os outros colaboradores.

N. Tudo bem! Vamos lá!

L. Como você define sua participação no projeto de moda?

N. Maravilhosa, hoje é uma memória que tenho muito positiva. Eu entrei de cabeça mesmo, eu tive presente desde o corte, confecção, tingimento das peças, a questão da estampa. Teve no dia do desfile, a questão da produção, do backstage. Pude sugar, digamos assim, ter o maior aproveitamento possível da experiência e obter conhecimentos. Eu posso dizer que fui criadora, assim como os demais colegas de equipe, de trios.

L. Antes do projeto iniciar, você teve algum preparo como aulas, apresentação de conteúdo sobre temas que envolviam a coleção?

N. Sim, nós tivemos uma apresentação enriquecedora na sala de aula, apresentado por slide, workshop com dinâmicas, atividades práticas pra turma de costura conhecer e criar uma proximidade com a turma de modelagem, até porque iríamos trabalhar junto e precisava quebrar esse gelo. Nós também nos reunimos, foi falada a proposta né! Eu na época já tinha conhecimento por produção de coleção e foi que a gente se embarcou mesmo na pesquisa, na formação de equipe.

L. Quem tomava as decisões sobre projeto?

N. De início todos nós debatíamos sobre ideias, técnicas e problemas que apareciam, em outro momento quando já se tinha formado trios, por exemplo, no meu trio sempre que aparecia algo interessante ou problema, a gente sentava e se conversava sobre pra chegar em um acordo, chamávamos a Alice e explicávamos, depois compartilhávamos com os demais trios pois poderia ser algo pelo qual eles poderiam estar passando, ou que poderiam ter as mesmas dúvidas e problemas.

L. Como as decisões sobre o projeto eram tomadas?

N. Grupo em whatsapp, fazíamos uma espécie de mesa redonda de debates. Apesar de que em um certo momento formou-se trios e cada um ficou responsável por confeccionar um look, nós nos juntávamos e pra saber o que os outros trios estavam precisando, se precisavam de ajuda e tudo mais.

L. Pensando nas etapas, que conhecimentos e habilidades obtidas por experiências anteriores você usou para contribuir com a projeto de moda?

N. Eu acredito que na costura, que ajudou bastante, porque apesar de já estar no curso e a maioria serem iniciantes, eu pude dar suporte na peça de alguns colegas, e no dia do evento, no backstage que é a parte onde aconteciam as trocas de roupa. Também ajudei com direção de cena nos ensaios fotográficos que essa é uma habilidade que trouxe do jornalismo.

L. Quais os principais obstáculos ou problemas apareceram no decorrer do projeto e como foram resolvidos?

N. Ai, como todos aparecem né! (risos)

L. Éh! (risos)

N. Divergência de informação, de opinião, uma colega pensa em uma ideia, uma quer uma estampa e outra quer outra. Teve uma questão das provas de roupa que foi um desafio muito grande pra mim, já pra outras equipes foi rápido essa parte, quase nem teve ajustes, mas pra mim foi punk. Como a minha peça não foi sob medida, meu trio teve muita dificuldade em achar uma modelo em que o caimento da peça ficasse perfeito. Acabou que meu tempo pra ajustes reduziu, foi um desafio muito grande e o dia em si que é uma correria, pra vestir a peça nas modelos, fazer a troca também, tudo muito rápido. Até porque a coleção demora meses pra ser feita mas segundo,

minutos para ser apresentada nos eventos de moda. Teve substituição de modelos que tiveram contratempo e não puderam desfilar, peças que descosturaram, foi um perrengue.

N. A gente resolveu da forma que dava, se a peça arreventava, acionávamos a costureira mais rápida e habilidosa, cinco pessoas pra trocar a roupa de uma modelo, filhas de colaboradoras e algumas colaboradoras que acabaram desfilando no lugar das que não puderam ir. Chamávamos Alice pra nos ajudar a entrar num consenso sobre as estampas e ideias.

L. Como foi transformar as ideias que estavam no papel em algo real, que ferramentas vocês utilizaram?

N. Na época tivemos desenhos em papel que reaproveitamos o verso daqueles que já tinham sido usados no SENAI, tivemos desenhos digitais também, Alice criou por já ter habilidade com os programas de edição, depois tivemos acesso aos moldes de papel craft para reaproveitar e criamos alguns também, os restos de tecidos das aulas de costura “o brim”, que eram totalmente brancos e o material que foi da tinturaria.

L. Como a designer ajudava vocês durante o processo de criação da coleção?

N. Ela foi a mentora né! Ela nos deixava livre pra criar, mas nos orientava sempre que possível, quando pedíamos.

L. Qual foi objetivo da coleção de moda?

N. A ideia foi de mostrar né! O potencial dos alunos através dos cursos oferecidos pelo SENAI, evidenciar não só o pensar moda mas fazer moda, levamos está questão enfatizando a importância dos aspectos sustentáveis a serem incorporados do processo de produção. E o nosso tema, foi a Iha de Upaon Açú, pra trazer a nossa história, nossa cultura para a coleção e também de mostrar que não são só os conhecimentos através de cursos que são essenciais, aquilo que aprendemos na vivência no dia a dia também são importantes, como por exemplo tingimento naturais, que durante as pesquisas conhecemos através de trabalhos acadêmicos de pessoas que foram em interiores, cidades de pessoas simples mas que fazem trabalhos lindos com tingimento naturais.

L. Agora a próxima rodada de perguntas, serão pra captar os conhecimentos que você teve durante o projeto.

N. Tô compreendendo.

L. O que é moda?

N. Moda na minha concepção, ao contrário do que muitos pensam, moda não é roupa, moda não é consumo, embora estejam relacionados. Moda é comportamento, identidade, personalidade, moda é arte, moda é política, moda é opinião, moda é geração de renda. Moda é também, interação, é o meio de entender sobre a história e tudo que está a nossa volta, ela está relacionada a roupa, só que como uma indústria que produz essa, assim como outros atributos relacionados a beleza e cuidados com a aparência. Eu acho que a moda está muito mais inserida na nossa realidade do que podemos dar conta.

L. Aproveitando esse gancho, na tua opinião, qual a importância da moda?

N. Independentemente de quais nichos ela esteja inserida, ela serve como meio de educação, qualificar mão de obra, você dar consciência de voz para uma sociedade mais marginalizada, mais a margem né! Ela ajuda da economia local, movimenta a economia nacional e internacional.

L. Quais os pontos negativos que a moda ainda apresenta, na sua visão?

N. Infelizmente, temos profissionais na área de produção que não são valorizados como deveriam ser, a influência da escravidão disfarçada de mão de obra trabalhista, que inclusive esse é um dos aspectos que a sustentabilidade vem tentando reverter. É por ser um objeto, moda por simples consumo, consumo esse exacerbado que gera muito lixo, poluição, liberação de gases, além do estímulo de péssimos hábitos que acaba passando uma visão de que a própria moda é fútil.

L. Qual seu entendimento sobre o consumo?

N. Pra mim, é a questão efêmera das tendências, a mensagem negativa que a gente tem as vezes da internet, dos influenciadores, do consumo apenas por consumo sem agregar uma valor, a determinado produto.

L. Qual o ponto negativo do consumo dentro desta sociedade?

N. De insatisfação, de exagero, de sobra, de poluição, de baixa valorização profissional.

L. Como vê a relação entre a moda e o consumo?

N. Positivamente, vejo que ela dá poder a nós pensadores de fazer moda e indo contra a maré, de capacitar e educar as pessoas, alertando de que moda não é apenas descarte, de lixo, tudo isso é muito maior, vai muito além.

L. O que é sustentabilidade e qual a importância desta?

N. A sustentabilidade tem várias vertentes né! Na moda ela tem um papel essencial da política reversa, pois temos a responsabilidade de dar um destino correto para essa produção, pensar nas questões das tendências e confecção das coleções menos rápidas como é o caso do Slow Fashion e também, dar função as pessoas que saem de coleção e até mesmo os resíduos que podem se transformar em outros produtos de moda, aumento o ciclo de vida de produtos, consequentemente diminuindo os impactos ambientais.

L. Como você vê daqui pra frente a relação entre moda, consumo e sustentabilidade?

N. Eu vejo que como estes três assuntos conversam muito entre si, acredito que as medidas tomadas mesmo que nessas áreas de forma separada, uma irá impactar a outra. Então teremos o uso de materiais mais adequados com a sustentabilidade a serem usados em confecções, técnicas menos poluentes, a diminuição das atividades de consumo, adoção de planos de ação ecologicamente corretos dentre outras estratégias que vão mudar a perspectiva

e educar as pessoas sobre a responsabilidade dessas com o meio ambiente, não só como criadores mas como consumidores, seres humanos que depende de forma vital da própria natureza. Porque infelizmente nós somos os principais causadores de todas as crises ambientais, das desigualdades, então tudo isso precisa ser resolvido e acredito que vai, claro que não tão rápido mais vai. Eu acredito num futuro consciente!

L. Como estes conhecimentos e a experiência com a coleção refletem hoje em sua vida, ou seja, qual o impacto positivo tiveram ou tem em sua vida?

N. Total, abriu muito a minha mente, no tempo em que ajudei a criar a coleção Digitais, eu era aluna e hoje sou professora. E com certeza trago muitos retratos, muitos conhecimento desta vivência e interação pra meu trabalho, tanto na área de jornalismo quanto para meus alunos, mostrando novas possibilidades, educando sobre o consumo, sobre o cenário atual da moda, para que esses possam pensar e fazer moda de maneira mais ética e consciente.

L. Caso queira contribuir com algo mais, seja sobre a sua experiência com a coleção ou sobre conhecimentos adquiridos, sinta-se à vontade para compartilhar.

N. Percí, eu posso dizer que foi fundamental trabalhar nessa coleção com pessoas tão diferentes, porque como todos tinham suas vivências, conhecimentos diferentes, acabou que a coleção mesmo tendo muitos problemas, todos foram resolvidos com maestria, claro que uns forma resolvidos com mais rapidez. O que quero dizer com isso é que não houve distinção, eu sou Jornalista com conhecimento em fashion design, outras advogadas como a Val, já outras só tinham só o ensino médio, ou fundamental, mas nada impediu de elas contribuírem com seus conhecimentos vindos de experiências e vivência. Achei legal que houve uma inclusão e eu aprendi muito com cada um.

L. Chegamos ao fim da entrevista, quero agradecer pela sua contribuição e disponibilidade.

N. Eu que agradeço, Percí (risos)

L. (risos). Então Núbia, assim que meu trabalho estiver concluído irei compartilha-lo com você.

N. Vou aguardar.

L. Tudo bem

Entrevista 3

Entrevistador = Luís (L)

Entrevistada = Rosamilde (R)

L. Qual seu nome, sua idade e a sua profissão?

R. Rosamilde Menezes, eu tenho 50 anos e sou formada em enfermagem.

L. Você foi aluna do curso de costura ou de modelagem?

R. Eu fui aluna do curso de costura.

L. Você já havia participado de algum projeto de moda ou sustentabilidade? Caso sim, fale um pouco sobre.

R. Eu participei do curso de modelagem em 2018 no SENAI, lá eu junto com meus antigos colegas de classe, fizemos uma coleção de moda onde descosturamos calças jeans para criar outros tipos de roupa.

L. O que te motivou a participar deste projeto de moda?

R. Essa coleção de jeans me deixou com um gostinho de “quero mais”, eu gostei muito da experiência que foi algo novo onde aprendi muita coisa. E eu comecei a olhar a moda por outros olhos, a moda atualmente está cada vez mais com essa pegada sustentável, ai pensei que seria uma boa maneira de lembrar o que aprendi e acrescentar na coleção digitais.

L. Como você define sua participação no projeto de moda?

R. Eu acho que foi produtiva e o pouco exaustiva. Eu e os demais colegas, criamos uma coleção de moda do zero, o que não é fácil.

L. Antes do projeto iniciar, você teve algum preparo como aulas, apresentação de conteúdo sobre temas da coleção?

R. Assim como o outro projeto que já participei no SENAI, esse não foi diferente. Nós tivemos um workshop onde foi apresentado temas como moda, consumo, sustentabilidade até porque são temas relacionados, não dá pra pensar em moda hoje sem pensar no consumo e na sustentabilidade.

L. Quem tomava as decisões sobre projeto?

R. Não tinha uma pessoa que decidia, na verdade, todos nós sempre depois de muita conversa é que decidíamos, Luís.

L. Como essas decisões eram tomadas?

R. Pelo grupo que a gente tinha no celular e em reuniões no SENAI, às vezes era na sala de aula, às vezes era na sala de costura.

L. Pensando nas etapas, que conhecimentos e habilidades obtidas por experiências anteriores você usou para contribuir com a projeto de moda?

R. Eu fiz o curso de costura mais pra ganhar o certificado mesmo porque eu já costurava, então, eu contribui com a costura, eu também dei dicas sobre reaproveitamento de tecido, eu já tinha experiência com estamparia artesanal, então eu dei ideias sobre os materiais para fazer carimbo, o estêncil, tipos de tinta.

L. Quais os principais obstáculos ou problemas apareceram no decorrer do projeto e como foram resolvidos?

R. O fato de uma parte ser inexperiente foi um pouco complicado, administrar o tempo, tecidos que foram poucos e tivemos que descosturar roupas feitas nas aulas pra reaproveitar os tecidos delas. Teve também, a estamparia, eu vi que algumas pessoas mancharam suas peças. A gente resolveu tudo pesquisando, os mais experientes ajudavam aqueles que sabiam pouco, o tempo a gente resolveu fazendo as peças tanto pela manhã quanto pela tarde, algumas vezes e também terminávamos em casa. Eu como conheço minha máquina de costura, eu costurei minha peça só no horário da manhã.

L. Como foi transformar as ideias que estavam no papel em realidade, que ferramentas vocês utilizaram?

R. Foi um pouco de tudo (risos), assustador no começo, tranquilo quando tudo ia bem, um desespero quando eu errava e lembrava do prazo. Nós aproveitamos muita coisa pra fazer essa coleção, tecidos, moldes, o passo a passo pra criar a coleção de moda que foi da coleção de jeans que ajudei a criar, utilizamos desenhos a mão reaproveitando papéis já usados, canetas, blocos adesivos coloridos pra anotar ideias, desenhos digitais, nossos materiais de costura. Usamos também materiais de todo tipo que formasse uma estampa bonita, desde régua de costura, tampas, estêncil, pincel, EVA, panelas...muita coisa mesmo.

L. Como a designer ajudava vocês durante o processo de criação da coleção?

R. A gente sempre conversava pedia sugestão de como resolver alguns problemas, de como ganhar tempo, pedíamos pra ela fazer as coisas que eram mais difíceis até porque ela era Designer né! Tinha mais experiência que nós.

L. Qual foi objetivo da coleção de moda?

R. Relembrar a técnica de tingimento natural, apresentar a técnica de reaproveitamento de tecido pra quem não conhecia e lembrando também, é... fazer com que as pessoas olhassem que era possível fazer roupas a usando várias técnicas sustentáveis e fazer com que elas pudessem ter interesse e pesquisar mais sobre pra de repente tornarem-se mais conscientes. Por que quando estávamos pesquisando, nós aprendemos muita coisa, então poderia funcionar com os outros também.

L. O que é moda?

R. A moda muitos acham que é futilidade e na verdade alguns profissionais passam essa imagem mesmo, só que moda é o jeito como a gente se comporta, é um meio de nos expressarmos, comunicarmos. Ela é também, uma indústria que trabalha com a beleza, criação, que inclusive não deixa de ser arte pela beleza que apresenta. A moda é um acumulado de muita coisa, se a gente for parar pra pensar.

L. Qual a importância da moda?

R. Podemos nos comunicar através dela, protestar, buscar nossos direitos como profissionais e como cidadãos. Podemos mostrar quem somos, de onde somos pelo que usamos. A moda é de onde as pessoas, costureiras, maquiadores, cabelereiros tiram seu sustento, ela mostra o que era tendência em outras épocas, o que estava acontecendo no mundo em época tal...

L. Quais os pontos negativos que a moda ainda apresenta, na sua visão?

R. Desperdício de materiais e recursos naturais, péssimas condições de trabalho dependendo do país ou lugar, ela contribui para o aumento do lixo na natureza. Eu digo que a poluição em geral é muito preocupante.

L. Qual seu entendimento sobre o consumo?

R. Depende, eu só sou da velha guarda (risos), eu acho que antes o consumo era como a gente satisfazia nossas necessidades básica, como comer, vestir... hoje virou algo sem freio, na maioria das vezes, uma atividade banal, as pessoas compram sem precisar, compram porque é algo que tá na moda, compram mesmo que não gostam só pra se exibir, ou pra que as pessoas as achem legais, para serem admiradas, pra dizer que podem ter tal coisa.

L. Qual o ponto negativo do consumo dentro desta sociedade?

R. Assim como a moda, é a poluição. Só que aqui é o fato de ser exagerada. Tem também, o consumo de materiais naturais pra criar vários produtos, muitos produtos...Luís...é... o consumo por ser algo mundial meio que por existir de forma exagerada já é um problema gigantesco.

L. Como vê a relação entre a moda e o consumo?

R. Um depende do outro. Tanto que a sustentabilidade tem a ver com os dois. A moda produz muitos e rápido, a sociedade incentiva o consumo de moda... ai já viu né! Acho que é uma relação problemática, mas como se completam, possa ser que uma ajude a outra a melhorar.

L. O que é sustentabilidade e qual a importância desta?

R. Não vou conseguir falar exatamente o que é, mas sei que está relacionada com a sobrevivência de tudo no planeta, inclusive o próprio planeta. Até porque Luís, a gente vem poluindo durante séculos, desmatando, fazendo queimadas... até o clima mudou por causa disso, chove no verão, um sol muito quente no inverno, geleiras derretendo. Me corrija se eu estiver errada, mas eu penso que a sustentabilidade é a união de muita coisa, de alerta sobre o que fazemos com a natureza, de atividades ecológicas, sociais, de tudo que envolve a natureza e a sobrevivência do planeta e a de nós seres humanos, seres vivos.

- L. Como você vê daqui pra frente a relação entre moda, consumo e sustentabilidade?
- R. Pode até ser lenta, mas pelos trabalhos que vi nas pesquisas e no que foi apresentado em sala de aula. Acredito que tem tudo pra ajudarem a sociedade ser menos poluidora.
- L. Como estes conhecimentos e a experiência com a coleção refletem hoje em sua vida, ou seja, qual o impacto positivo tiveram ou tem em sua vida?
- R. Eu participei como estilista de um projeto na escola do meu neto. Eles fizeram uma peça no final do ano letivo. Eles não tinham muita verba pra fazer o figurino e não queriam usar os eu eles já tinham de roupas porque já tinham aparecido em fotos, queriam algo novo. Foi aí que dei a ideia de transformar essas roupas em outras. Eu usei as técnicas usadas na coleção digitais, pedi emprestado o passo a passo de criação da coleção com Alice... tudo dei muito certo no final.
- L. Caso queira contribuir com algo mais, seja sobre a sua experiência com a coleção ou sobre conhecimentos adquiridos, sintá-se à vontade para compartilhar.
- R. Quero compartilhar que esta experiência me abriu muitas portas, consegui muitos contatos importantes e por meio desses contatos fui convidado a ajudar em outros projetos também e todos esses eu falava sobre as técnicas sustentáveis...Ah... eu até deu entrevista depois que a coleção foi a apresentada no Maranhão Fashion Week, a gente foi no ChegAí, programa de televisão, eu gostei porque me senti parte ainda mais de algo importante.
- L. Então...chegamos ao final da entrevista. Gostaria de deixar aqui meu agradecimento, mais uma vez e quero reforçar que, assim que possível, disponibilizarei uma cópia do meu trabalho para você.

Entrevista 4

Entrevistador = Luís (L)

Entrevistada = Cristiane (CR)

- L. Bom, antes de iniciarmos, preciso das seguintes informações.
- L. Qual seu nome, sua idade e a sua profissão?
- CR. Me chamo, Cristiane Gusmão Cadete, tenho 38 anos e sou técnica em enfermagem, recentemente trabalho com o público da terceira idade.
- L. Você foi aluna do curso de costura ou de modelagem?
- CR. Eu fui aluna do curso de costura do SENAI-MA, minha turma foi a da professora Alice.
- L. Você já havia participado de algum projeto de moda ou sustentabilidade? Caso sim, fale um pouco sobre.
- CR. De coleção não, eu já desfilei em concursos de reggae. Os concursos que eu participei, a gente tinha que criar roupas e desfilar com elas, as mais originais ganhavam. Eu inclusive, já ganhei um concurso, eu criei uma roupa onde eu peguei sobras de tecido e fiz uma saia e uma boina, também fiz um top onde usei tingi com coloral, açafraão, tinta preta e verde. As tintas preta e verde eu fiz com tinta artificial porque não consegui chegar nessas cores, usando produtos naturais. O verde só fui aprender mais tarde com a coleção (risos).
- L. O que te motivou a participar deste projeto de moda feito no SENAI-MA?
- CR. Eu sempre me identifiquei com moda e sou aquariana né! (risos). Eu gosto do que é diferente e que mexe com a criatividade. Quando vi a proposta nem pensei duas vezes, ainda mais que tinha a ver com sustentabilidade que também gosto muito.
- L. Cris, a partir de agora as perguntas serão feitas pra saber mais como foi a tua participação, como você contribuiu com a coleção e como foi a interação com os outros colaboradores.
- CR. Entendi! Pode fazer que já nasci pronta (risos).
- L. Como você define sua participação no projeto de moda?
- CR. Menino, então! Eu fiz de tudo um pouco, um pouco menos na costura que era meu ponto fraco (risos). Meu papel? Não sei se posso dizer estilista, só sei que eu criei a coleção junto com os meus colegas do curso de costura e do curso de modelagem.
- L. Antes do projeto iniciar, você teve algum preparo como aulas, apresentação de conteúdo sobre temas da coleção?
- CR. Eu tive sim. Alice nos deu materiais pra ler, ela também preparou um workshop onde falou sobre moda, consumo e sustentabilidade, os problemas e o que algumas pessoas estão fazendo pra amenizar os impactos da moda na natureza, tivemos dinâmicas e reuniões em que conversamos a respeito do projeto.
- L. Quem tomava as decisões sobre projeto?
- CR. Eu me lembro que todo mundo. Era um pouco complicado porque às vezes, uns queriam uma coisa e outros outra, mas depois com a ajuda de Alice a gente se acertava (risos). Agora imagina, eu uma aquariana louca querendo tudo ao contrário (risos). Mas eu compreendi conforme as atividades aconteciam que o trabalho tinha que ser em equipe, e se não fosse assim nós não íamos chegar a lugar nenhum.
- L. Como as decisões sobre o projeto eram tomadas?
- CR. Por whatsapp e por reuniões a maioria das vezes, ou na sala de aula, ou na sala de costura.
- L. Pensando nas etapas, que conhecimentos e habilidades obtidas por experiências anteriores você usou para contribuir com a projeto de moda?

CR. Eu levei aquilo que eu já tinha experiência. Antes do projeto eu já tinha na aula de costura, na dinâmica de apresentação, falado da experiência de tingimento natural. Em certo momento as meninas lembraram e inclusive perguntaram se eu podia fazer os testes, que fiz contigo Luís. Mesmo eu estando em um trio, eu ajudava o pessoal a tingir as peças deles e fui eu que alertei que para as peças que iam ter várias cores seria bom tingir o tecido antes pra não manchar, já as que tinham uma cor podia ser feito depois mesmo.

L. Sim, eu lembro bem!

L. Quais os principais obstáculos ou problemas apareceram no decorrer do projeto e como foram resolvidos?

CR. É eita atrás de eita!. Então, por onde eu começo!?! (risos). Foram os retalhos que não deram, aí tivemos que descosturar as peças de roupas das aulas, inclusive as minhas que demorei uma vida pra terminar, porque eu era bem lenta na costura (risos), nos testes de tingimento, o vento derrubou algumas amostras e tivemos que fazer tudo de novo. O que mais teve foi erros na estampa, muitas peças mancharam, só que a maioria teve como corrigir fazendo uma estampa maior por cima da que tava machada. Ai veio a preocupação com o tempo, que resolvemos levando as roupas pra costurar, tingir e estampar em casa, muitas vezes não só pela tarde, mas pela manhã também no SENAI.

L. Como foi transformar as ideias que estavam no papel em algo real, que ferramentas vocês utilizaram?

CR. No começo, eu fiquei com um frio na barriga por ser algo novo pra mim, mas como outros colegas tinham experiência com coleções e também tínhamos o auxílio da professora, tudo deu certo. Nos utilizamos muita coisa, computadores, papel.... só que, não sei você lembra Luís, nós desenhamos na parte de trás dos papais que já tinham sido usados pra reaproveitar. E falando em reaproveitar, reaproveitamos muitos materiais, moldes, tecidos, o passo a passo de como fazer a coleção, algumas ideias tudo de coleções de outros alunos do SENAI. Teve umas colegas que levaram suas máquinas de costura doméstica também pra agilizar a costura, até porque elas já tinham domínio por ser delas.

L. Como a designer ajudava vocês durante o processo de criação da coleção?

CR. Ela deixava a gente à frente de quase tudo e ajudava quando nós estávamos aperreados. Ela ficava com as coisas que eram bem difíceis pra a gente fazer, quando ninguém mais conseguia.

L. Qual foi objetivo da coleção de moda?

CR. Reforçar o uso de corantes, ervas, raízes, de coisas naturais para tingir roupas e poluir menos, mostrar que dá pra ser criativo e consciente dentro da moda, inspirar novos criadores, contribuir pra que a moda seja cada dia mais sustentável né! Pelo menos, esse era o que eu sentia.

L. Cris, eu irei fazer outras perguntas agora. As perguntas é mais pra saber sobre o que este projeto te ensinou sobre moda consumo e sustentabilidade.

L. O que é moda?

CR. Bom, Luís, depois do projeto eu decidi estudar mais ainda sobre esses temas. Moda pra mim, tá relacionada com comportamento, como nos comunicamos através do que vestimos. A moda também é um mercado ou uma indústria que mistura roupas, acessórios, maquiagem, produtos de beleza, tudo que em a ver com a aparência e com o nosso comportamento, porque moda transforma, inspira e influencia os nossos comportamentos, igual dá pra ver com esses influenciadores digitais.

L. Qual a importância da moda?

CR. Ela é responsável pelo que nós vestimos e assim nos protegemos do frio, claro que ela traz algo a mais né! Como ela é uma indústria, através dela, muitas pessoa tiram seu sustento. Se a gente for pensar nas décadas da moda que é onde a gente pesquisa como, por exemplo, as pessoas se vestiam nos anos 40m através da moda a gente pode saber. Se a moda influencia, ela também pode ensinar.

L. Quais os pontos negativos que a moda ainda apresenta, na sua visão?

CR. É muito triste que ainda tenha, mas a moda ainda não é totalmente sustentável, existe muito desmatamento pra tirar mataria da natureza pra criar tecidos, calçados, acessórios. Ainda se gasta muita água, muitas roupas são jogadas fora em terrenos, ruas, florestas.... o pior que isso prejudica a natureza, os animais e a nós mesmo porque é da natureza que tiramos tudo que precisamos.

L. Qual seu entendimento sobre o consumo?

CR. Antigamente era uma forma de a gente conseguir ter nossas coisas, comidas, roupas... esse consumo de hoje nem sei se posso chamar de consumo. As pessoas consomem por consumir, qualquer coisa tá comprando, o povo tá sem feiro nenhum, Luís.

L. Qual o ponto negativo do consumo dentro desta sociedade?

CR. O excesso dele, o fato de ter se tornado algo... tipo, consumir por consumir, comprar sem ter precisão. Aí o que acontece é... que o que ninguém quer mais vai parar nas ruas, em esgotos, nos matos, nas praias e em vários outros lugares prejudicando o meio ambiente. E quando se fala em consumo, vou falar por mim, a Cristiane. Quando a gente tira algo da natureza, a gente tá consumindo, então a gente consome muito da natureza pra criar produtos para o consumo dentro da sociedade.

L. Como vê a relação entre a moda e o consumo?

CR. Uma contribui para a outra em ponto de gerar renda, quanto de poluição, manipulação das pessoas para que elas comprem. Os dois seduzem a gente. Quem não tiver uma cabeça boa, acaba poluindo ainda mais sem perceber e eu acho que é por isso que é importante estudar sobre esses assuntos.

CR. E assim, Luís, a moda cria muita roupa e pra isso precisa da matéria prima que tá na natureza, aí se juntar a rapidez da moda, junto com o consumismo e pessoas querendo cada vez mais aquilo que um ator ou uma atriz tá usando, ou o que é visto nos comerciais, no instagram, que ao me ver ainda são propagandas enganosas, dá pra ver que essa relação da moda com consumo é a pior possível.

L. O que é sustentabilidade e qual a importância desta?

CR. Eu entendo que é um meio de fazer as pessoas pensarem sobre o que fazem para a natureza, pra que sejam mais conscientes, tem coisas também relacionadas a trabalho escravo que foi o que vi nas apresentações com Alice. Um monte de coisa, que... como foi gente!? É... fazer com que as futuras gerações não seja prejudicada, é um modo de cuidar das próximas gerações.

L. Como você vê daqui pra frente a relação entre moda, consumo e sustentabilidade?

CR. Eu vi que muitos profissionais de moda vem tomando providencias pra melhorar esse lado negativo da moda que também envolve consumo. Então eu, Cris, acredito que a moda vai cada vez mais optar pelo uso de materiais mais ecológicos, produzir mais devagar, até porque parar de produzir é algo difícil de acontecer. Na coleção que fizemos usamos o Upcycling, tingimento natural e estampa artesanal, então acredito que esse será o caminho da moda daqui pra frente, ser mais responsável.

L. Como estes conhecimentos e a experiência com a coleção refletem hoje em sua vida, ou seja, qual o impacto positivo tiveram ou tem em sua vida?

CR. Eu hoje estou fera na costura (risos). Eu mesma crio minhas roupas, se antes eu já usava técnicas de reaproveitamento e tingimento, hoje eu uso mais ainda. Outro ponto, é a separação do meu lixo, separo direitinho pra coleta. Evito gastos desnecessários com compras e sempre tô pesquisando mais técnicas diferentes pra usar nas minhas criações.

L. Caso queira contribuir com algo mais, seja sobre a sua experiência com a coleção ou sobre conhecimentos adquiridos, sinta-se à vontade para compartilhar.

CR. Luís, por enquanto eu acho que só. Se depois eu lembrar de mais alguma coisa, eu posso te enviar?

L. Você pode me avisar, daí mercamos mais uma entrevista.

CR. Tudo bem. Então!

L. Então, já que todas as perguntas foram respondidas, encerramos aqui a nossa entrevista. Cris, muitíssimo obrigado por contribuir e assim que meu trabalho estiver completo eu enviarei uma cópia para você ler e entender ainda mais sobre minha pesquisa, ok!

CR. Tudo bem, eu quero ser a primeira a receber viu (risos)

L. Tá certo (risos).

Entrevista 5

Entrevistador = Luís (L)

Entrevistada = Cláudia (CL)

L. Para que possamos começar, gostaria que me respondesse as seguintes perguntas iniciais.

L. Qual seu nome, sua idade e a sua profissão?

CL. Me chamo, Cláudia Maria Ribeiro, tenho 39 anos e sou técnica em enfermagem, recentemente trabalho com o público da terceira idade.

L. Você foi aluna do curso de costura ou de modelagem?

CL. Eu fui aluna do curso de costura do SENAI-MA, minha turma foi a da professora Alice.

L. Você já havia participado de algum projeto de moda ou sustentabilidade? Caso sim, fale um pouco sobre.

CL. De coleção não, eu já desfilei em concursos de reggae. Os concursos que eu participei, a gente tinha que criar roupas e desfilar com elas, as mais originais ganhavam. Eu inclusive, já ganhei um concurso, eu criei uma roupa onde eu peguei sobras de tecido e fiz uma saia e uma boina, também fiz um top onde usei tingi com coloral, açafraão, tinta preta e verde. As tintas preta e verde eu fiz com tinta artificial porque não consegui chegar nessas cores, usando produtos naturais. O verde só fui aprender mais tarde com a coleção (risos).

L. O que te motivou a participar deste projeto de moda feito no SENAI-MA?

CL. Eu sempre me identifiquei com moda e sou aquariana né! (risos). Eu gosto do que é diferente e que mexe com a criatividade. Quando vi a proposta nem pensei duas vezes, ainda mais que tinha a ver com sustentabilidade que também gosto muito.

L. Cris, a partir de agora as perguntas serão feitas pra saber mais como foi a tua participação, como você contribuiu com a coleção e como foi a interação com os outros colaboradores.

CL. Entendi! Pode fazer que já nasci pronta (risos).

L. Como você define sua participação no projeto de moda?

CL. Menino, então! Eu fiz de tudo um pouco, um pouco menos na costura que era meu ponto fraco (risos). Meu papel? Não sei se posso dizer estilista, só sei que eu criei a coleção junto com os meus colegas do curso de costura e do curso de modelagem.

L. Antes do projeto iniciar, você teve algum preparo como aulas, apresentação de conteúdo sobre temas da coleção?

CL. Eu tive sim. Alice nos deu materiais pra ler, ela também preparou um workshop onde falou sobre moda, consumo e sustentabilidade, os problemas e o que algumas pessoas estão fazendo pra amenizar os impactos da moda na natureza, tivemos dinâmicas e reuniões onde conversamos a respeito do projeto.

L. Quem tomava as decisões sobre projeto?

CL. Eu me lembro que todo mundo. Era um pouco complicado porque às vezes, uns queriam uma coisa e outros outra, mas depois com a ajuda de Alice a gente se acertava (risos). Agora imagina, eu uma aquariana louca querendo tudo ao contrário (risos). Mas eu compreendi conforme as atividades aconteciam que o trabalho tinha que ser em equipe, e se não fosse assim nós não íamos chegar a lugar nenhum.

L. Como as decisões sobre o projeto eram tomadas?

CL. Por whatsapp e por reuniões a maioria das vezes, ou na sala de aula, ou na sala de costura.

L. Pensando nas etapas, que conhecimentos e habilidades obtidas por experiências anteriores você usou para contribuir com a projeto de moda?

CL. Eu levei aquilo que eu já tinha experiência. Antes do projeto eu já tinha na aula de costura, na dinâmica de apresentação, falado da experiência de tingimento natural. Em certo momento as meninas lembraram e inclusive perguntaram se eu podia fazer os testes, que fiz contigo Luís. Mesmo eu estando em um trio, eu ajudava o pessoal a tingir as peças deles e fui eu que alertei que para as peças que iam ter várias cores seria bom tingir o tecido antes pra não manchar, já as que tinham uma cor podia ser feito depois mesmo.

L. Sim, eu lembro bem!

L. Quais os principais obstáculos ou problemas apareceram no decorrer do projeto e como foram resolvidos?

CL. É eita atrás de eita!. Então, por onde eu começo!?! (risos). Foram os retalhos que não deram, aí tivemos que descosturar as peças de roupas das aulas, inclusive as minhas que demorei uma vida pra terminar, porque eu era bem lenta na costura (risos), nos testes de tingimento, o vento derrubou algumas amostras e tivemos que fazer tudo de novo. O que mais teve foi erros na estamparia, muitas peças mancharam, só que a maioria teve como corrigir fazendo uma estampa maior por cima da que tava machada. Aí veio a preocupação com o tempo, que resolvemos levando as roupas pra costurar, tingir e estampar em casa, muitas vezes não só pela tarde, mas pela manhã também no SENAI.

L. Como foi transformar as ideias que estavam no papel em algo real, que ferramentas vocês utilizaram?

CL. No começo, eu fiquei com um frio na barriga por ser algo novo pra mim, mas como outros colegas tinham experiência com coleções e também tínhamos o auxílio da professora, tudo deu certo. Nos utilizamos muita coisa, computadores, papel.... só que, não sei você lembra Luís, nós desenhamos na parte de trás dos papais que já tinham sido usados pra reaproveitar. E falando em reaproveitar, reaproveitamos muitos materiais, moldes, tecidos, o passo a passo de como fazer a coleção, algumas ideias tudo de coleções de outros alunos do SENAI. Teve umas colegas que levaram suas máquinas de costura doméstica também pra agilizar a costura, até porque elas já tinham domínio por ser delas.

L. Como a designer ajudava vocês durante o processo de criação da coleção?

CL. Ela deixava a gente à frente de quase tudo e ajudava quando nós estávamos aperreados. Ela ficava com as coisas que eram bem difíceis pra a gente fazer, quando ninguém mais conseguia.

L. Qual foi objetivo da coleção de moda?

CL. Reforçar o uso de corantes, ervas, raízes, de coisas naturais para tingir roupas e poluir menos, mostrar que dá pra ser criativo e consciente dentro da moda, inspirar novos criadores, contribuir pra que a moda seja cada dia mais sustentável né! Pelo menos, esse era o que eu sentia.

L. Cris, eu irei fazer outras perguntas agora. As perguntas é mais pra saber sobre o que este projeto te ensinou sobre moda consumo e sustentabilidade.

L. O que é moda?

CL. Bom, Luís, depois do projeto eu decidi estudar mais ainda sobre esses temas. Como você sabe, eu trabalho com costura e recebo muitos convites pra participar de eventos que precisem de um reforço na parte da costura, eu não quero ficar limitada e por isso resolvi estudar mais. Moda pra mim, tá relacionada com comportamento, como nos comunicamos através do que vestimos, o que escolhemos. A moda também é um mercado ou uma indústria que mistura roupas, acessórios, maquiagem, produtos de beleza, tudo que tem a ver com a aparência e com o nosso comportamento, porque moda transforma, inspira e influencia os nossos comportamentos, igual dá pra ver com esses influenciadores digitais.

L. Qual a importância da moda?

CL. Ela é responsável pelo que nós vestimos e assim nos protegemos do frio, claro que ela traz algo a mais né! Como ela é uma indústria, através dela, muitas pessoa tiram seu sustento. Se a gente for pensar nas décadas da

moda que é onde a gente pesquisa como, por exemplo, as pessoas se vestiam nos anos 40m através da moda a gente pode saber. Se a moda influencia, ela também pode ensinar.

L. Quais os pontos negativos que a moda ainda apresenta, na sua visão?

CL. É muito triste que ainda tenha, mas a moda ainda não é totalmente sustentável, existe muito desmatamento pra tirar mataria da natureza pra criar tecidos, calçados, acessórios. Ainda se gasta muita água, muitas roupas são jogadas fora em terrenos, ruas, florestas.... o pior que isso prejudica a natureza, os animais e a nós mesmo porque é da natureza que tiramos tudo que precisamos.

L. Qual seu entendimento sobre o consumo?

CL. Antigamente era uma forma de a gente conseguir ter nossas coisas, comidas, roupas... esse consumo de hoje nem sei se posso chamar de consumo. As pessoas consomem por consumir, qualquer coisa tá comprando, o povo tá sem feiro nenhum, Luís.

L. Qual o ponto negativo do consumo dentro desta sociedade?

CL. O excesso dele, o fato de ter se tornado algo... tipo, consumir por consumir, comprar sem ter precisão. Aí o que acontece é... que o que ninguém quer mais vai parar nas ruas, em esgotos, nos matos, nas praias e em vários outros lugares prejudicando o meio ambiente. E quando se fala em consumo, vou falar por mim, a Cristiane. Quando a gente tira algo da natureza, a gente tá consumindo, então a gente consome muito da natureza pra criar produtos para o consumo dentro da sociedade.

L. Como vê a relação entre a moda e o consumo?

CL. Uma contribui para a outra em ponto de gerar renda, quanto de poluição, manipulação das pessoas para que elas comprem. Os dois seduzem a gente. Quem não tiver uma cabeça boa, acaba poluindo ainda mais sem perceber e eu acho que é por isso que é importante estudar sobre esses assuntos.

CL. E assim, Luís, a moda cria muita roupa e pra isso precisa da matéria prima que tá na natureza, aí se juntar a rapidez da moda, junto com o consumismo e pessoas querendo cada vez mais aquilo que um ator ou uma atriz tá usando, ou o que é visto nos comerciais, no instagram, que ao me ver ainda são propagandas enganosas, dá pra ver que essa relação da moda com consumo é a pior possível.

L. O que é sustentabilidade e qual a importância desta?

CL. Eu entendo que é um meio de fazer as pessoas pensarem sobre o que fazem para a natureza, pra que sejam mais conscientes, tem coisas também relacionadas a trabalho escravo que foi o que vi nas apresentações com Alice. Um monte de coisa, que... como foi gente!? É.... fazer com que as futuras gerações não seja prejudicada, é um modo de cuidar das próximas gerações.

L. Como você vê daqui pra frente a relação entre moda, consumo e sustentabilidade?

CL. Eu vi que muitos profissionais de moda vem tomando providencias pra melhorar esse lado negativo da moda que também envolve consumo. Então eu, Cris, acredito que a moda vai cada vez mais optar pelo uso de materiais mais ecológicos, produzir mais devagar, até porque parar de produzir é algo difícil de acontecer. Na coleção que fizemos usamos o Upcycling, tingimento natural e estampa artesanal, então acredito que esse será o caminho da moda daqui pra frente, ser mais responsável.

L. Como estes conhecimentos e a experiência com a coleção refletem hoje em sua vida, ou seja, qual o impacto positivo tiveram ou tem em sua vida?

CL. Eu hoje estou fera na costura (risos). Eu mesma crio minhas roupas, se antes eu já usava técnicas de reaproveitamento e tingimento, hoje eu uso mais ainda. Outro ponto, é a separação do meu lixo, separo direitinho pra coleta. Evito gastos desnecessários com compras e sempre tô pesquisando mais técnicas diferentes pra usar nas minhas criações.

L. Caso queira contribuir com algo mais, seja sobre a sua experiência com a coleção ou sobre conhecimentos adquiridos, sinta-se à vontade para compartilhar.

CL. Luís, por enquanto eu acho que só. Se depois eu lembrar de mais alguma coisa, eu posso te enviar?

L. Você pode me avisar, daí mercamos mais uma entrevista.

CL. Tudo bem. Então!

L. Então, já que todas as perguntas foram respondidas, encerramos aqui a nossa entrevista. Cris, muitíssimo obrigado por contribuir e assim que meu trabalho estiver completo eu enviarei uma cópia para você ler e entender ainda mais sobre minha pesquisa, ok!

CL. Tudo bem, eu quero ser a primeira a receber viu (risos)

APÊNDICE C - Declaração de Registros de Experimentos e Narrativas Assinados

**DECLARAÇÃO DE REGISTROS DE EXPERIMENTOS E NARRATIVAS**

Eu, _____, declaro para os devidos fins que concordo com a utilização de todos os registros de experimentos e dados colhidos em entrevistas, assim como conversas informais, em trabalhos acadêmicos, científicos e/ou didáticos, com a permissão para publicações de imagens, caso seja necessário. As divulgações estarão sob a responsabilidade do pesquisador Luís Fernando Pereira da Silva do Curso de Design da Universidade Federal do Maranhão.

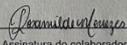
Assinatura do colaborador

_____, ____/____/____.


 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
 CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
 DEPARTAMENTO DE DESIGN
 CURSO DESIGN

DECLARAÇÃO DE REGISTROS DE EXPERIMENTOS E NARRATIVAS

Eu, Pamília de Jesus Muniz de Brito, declaro para os devidos fins que concordo com a utilização de todos os registros de experimentos e dados colhidos em entrevistas, assim como conversas informais, em trabalhos acadêmicos, científicos e/ou didáticos, com a permissão para publicações de imagens, caso seja necessário. As divulgações estarão sob a responsabilidade do pesquisador Luis Fernando Pereira Tavares da Silva do Curso de Bacharel em Design da Universidade Federal do Maranhão.


 Assinatura do colaborador

São Luís, 23 de Setembro de 2019


 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
 CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
 DEPARTAMENTO DE DESIGN
 CURSO DESIGN

DECLARAÇÃO DE REGISTROS DE EXPERIMENTOS E NARRATIVAS

Eu, Cristiane Guzmán Padilla, declaro para os devidos fins que concordo com a utilização de todos os registros de experimentos e dados colhidos em entrevistas, assim como conversas informais, em trabalhos acadêmicos, científicos e/ou didáticos, com a permissão para publicações de imagens, caso seja necessário. As divulgações estarão sob a responsabilidade do pesquisador Luis Fernando Pereira Tavares da Silva do Curso de Bacharel em Design da Universidade Federal do Maranhão.

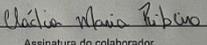

 Assinatura do colaborador

São Luís, 23 de Setembro de 2019


 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
 CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
 DEPARTAMENTO DE DESIGN
 CURSO DESIGN

DECLARAÇÃO DE REGISTROS DE EXPERIMENTOS E NARRATIVAS

Eu, Cláudia Maria Ribeiro, declaro para os devidos fins que concordo com a utilização de todos os registros de experimentos e dados colhidos em entrevistas, assim como conversas informais, em trabalhos acadêmicos, científicos e/ou didáticos, com a permissão para publicações de imagens, caso seja necessário. As divulgações estarão sob a responsabilidade do pesquisador Luis Fernando Pereira Tavares da Silva do Curso de Bacharel em Design da Universidade Federal do Maranhão.

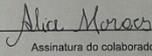

 Assinatura do colaborador

São Luís, 23 de Setembro de 2019


 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
 CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
 DEPARTAMENTO DE DESIGN
 CURSO DESIGN

DECLARAÇÃO DE REGISTROS DE EXPERIMENTOS E NARRATIVAS

Eu, Alice Moraes, declaro para os devidos fins que concordo com a utilização de todos os registros de experimentos e dados colhidos em entrevistas, assim como conversas informais, em trabalhos acadêmicos, científicos e/ou didáticos, com a permissão para publicações de imagens, caso seja necessário. As divulgações estarão sob a responsabilidade do pesquisador Luis Fernando Pereira Tavares da Silva do Curso de Bacharel em Design da Universidade Federal do Maranhão.


 Assinatura do colaborador

São Luís, 23 de Setembro de 2019

 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE DESIGN
CURSO DESIGN

DECLARAÇÃO DE REGISTROS DE EXPERIMENTOS E NARRATIVAS

Eu, Púbia Paiva Lima Pinheiro declaro para os devidos fins que concordo com a utilização de todos os registros de experimentos e dados colhidos em entrevistas, assim como conversas informais, em trabalhos acadêmicos, científicos e/ou didáticos, com a permissão para publicações de imagens, caso seja necessário. As divulgações estarão sob a responsabilidade do pesquisador Luís Fernando Pereira Tavares da Silva do Curso de Bacharel em Design da Universidade Federal do Maranhão.

Púbia Paiva Lima Pinheiro
Assinatura do colaborador

São Luís, 23 de Setembro de 2019

 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE DESIGN
CURSO DESIGN

DECLARAÇÃO DE REGISTROS DE EXPERIMENTOS E NARRATIVAS

Eu, Clara Duarte Coelho, declaro para os devidos fins que concordo com a utilização de todos os registros de experimentos e dados colhidos em entrevistas, assim como conversas informais, em trabalhos acadêmicos, científicos e/ou didáticos, com a permissão para publicações de imagens, caso seja necessário. As divulgações estarão sob a responsabilidade do pesquisador Luís Fernando Pereira Tavares da Silva do Curso de Bacharel em Design da Universidade Federal do Maranhão.

Clara Duarte Coelho
Assinatura do colaborador

São Luís, 23 de Setembro de 2019

APÊNDICE D - Termos de Consentimento Livres e Esclarecidos Assinados



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE DESIGN
CURSO DESIGN

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da pesquisa:

ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE

Responsáveis pela Pesquisa:

Orientadora: Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha

Co-orientadora: Prof.^a Alice Moraes

Graduando: Luís Fernando Pereira da Silva

Justificativa

Neste estudo utilizaremos análises acerca de experiências voltadas ao mercado de moda e sustentabilidade, as entrevistadas são costureiras locais que participaram da edição de 2019 do Maranhão Fashion Week, na qual ficaram responsáveis por apresentar a coleção “Digitais” que visou o resgate dos tingimentos naturais. Adotando os princípios da sustentabilidade, esta pesquisa visa a valorização do reaproveitamento de roupas ou tecidos em estado de desuso como matéria-prima para criação de novas peças de vestuário feminino, de modo a evidenciar práticas que fortaleçam a preservação da natureza, ao mesmo tempo que chamam atenção para uma fonte de renda.

Procedimento

Serão feitas entrevistas não estruturadas, havendo um mediador para que o foco se mantenha, as perguntas abertas se enquadram em uma conversa informal. Quanto as investigações, estas serão diretas, com observações dentro do instituto Senai-Ma, o intuito é captar experiências através das falas de uso oral dos participantes, assim como ideias, técnicas e comportamentos que contribuam para o que será pesquisado. Faz-se necessário a utilização de gravações podendo ser de voz e/ou vídeo, assim como fotos.

Riscos

Os riscos serão mínimos a todos os participantes, no que diz respeito a desconfortos mediante às entrevistas. Haverá esclarecimentos prévios para que não ocorram riscos, será levado em consideração o grau de formação dos participantes e o anonimato caso seja requerido.

Benefícios

A participação será de grande importância pois contribuirá para elaboração do estudo sobre criação de peças de vestuário feminino a partir de materiais de fácil acesso, aqueles encontrados até mesmo na sua própria residência que a princípio não tenham mais utilidade, que conseqüentemente irá ajudar na preservação do meio ambiente.

Confidencialidade do Estudo

Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos, científicos e/ou didáticos. O registro de sua participação será mantido confidencialmente caso solicite. Quanto às publicações e/ou relatórios desta pesquisa e identificações só serão reveladas com seu consentimento.

Participação Voluntária

Sua participação será voluntária. A recusa em participar fica a seu critério sem risco de penalidades ou mudança na forma de como será tratado.

Esclarecimentos

O estudo será esclarecido, em qualquer aspecto desejado e sendo de livre arbítrio a participação e recusa nesta pesquisa. O momento para se retirar e interromper pode ser feito em qualquer momento. Caso tenha dúvidas poderá ser possível entrar em contato com a Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha, Universidade Federal do Maranhão, na AV. dos Portugueses, S/N, CCET, Departamento de Design - São Luís – MA.

Assinatura do Colaborador

Pesquisador responsável

 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE DESIGN
CURSO DESIGN

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da pesquisa: ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE

Responsáveis pela Pesquisa: Orientadora: Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha e Graduando Luis Fernando Pereira Tavares da Silva

Justificativa
Neste estudo iremos analisar o processo desenvolvimento de uma coleção de moda sustentável local, elaboradas por alunos do curso de costura e modelagem do SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) do Maranhão, na unidade RFT Raimundo Franco Teixeira. O intuito é identificar os princípios e práticas do Design participativo assim como métodos e técnicas sustentáveis, que contribuem para futuras coleções de moda colaborativas.

Procedimento
Sua participação será permitir que o pesquisador acompanhe, grave e registre suas atividades e responder as perguntas feitas na entrevista semiestruturada.

Riscos
Os riscos serão mínimos a todos os participantes, no que diz respeito a desconfortos mediante o acompanhamento das atividades e às entrevistas. Haverá esclarecimentos prévios para que não ocorram riscos, será levado em consideração o grau de formação dos participantes e o anonimato caso seja requerido.

Benefícios
Sua participação será de grande importância pois contribuirá para elaboração do estudo sobre a análise dos princípios e práticas do Design Participativo em uma coleção de moda em direção a sustentabilidade.

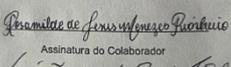
Confidencialidade do Estudo
Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos, científicos e/ou didáticos. O registro de sua participação será mantido confidencialmente caso solicite. Quanto às publicações e/ou relatórios desta pesquisa e identificações só serão reveladas com seu consentimento.

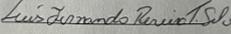
Participação Voluntária
Sua participação será voluntária. A recusa em participar fica a seu critério sem risco de penalidades ou mudança na forma de como será tratado.

Esclarecimentos
O estudo será esclarecido, em qualquer aspectos desejado e sendo de livre arbítrio a participação e recusa nesta pesquisa. O momento para se retirar e interromper pode ser feito em qualquer momento. Caso tenha dúvidas poderá ser possível entrar em contato com a Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha, Universidade Federal do Maranhão, na AV. dos Portugueses, S/N, CCET, Departamento de Design - São Luis - MA.

Declaro que concordo em participar desse estudo e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

São Luis, 23 de Setembro de 2019


Assinatura do Colaborador


Pesquisador responsável

 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE DESIGN
CURSO DESIGN

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da pesquisa: ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE

Responsáveis pela Pesquisa: Orientadora: Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha e Graduando Luis Fernando Pereira Tavares da Silva

Justificativa
Neste estudo iremos analisar o processo desenvolvimento de uma coleção de moda sustentável local, elaboradas por alunos do curso de costura e modelagem do SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) do Maranhão, na unidade RFT Raimundo Franco Teixeira. O intuito é identificar os princípios e práticas do Design participativo assim como métodos e técnicas sustentáveis, que contribuem para futuras coleções de moda colaborativas.

Procedimento
Sua participação será permitir que o pesquisador acompanhe, grave e registre suas atividades e responder as perguntas feitas na entrevista semiestruturada.

Riscos
Os riscos serão mínimos a todos os participantes, no que diz respeito a desconfortos mediante o acompanhamento das atividades e às entrevistas. Haverá esclarecimentos prévios para que não ocorram riscos, será levado em consideração o grau de formação dos participantes e o anonimato caso seja requerido.

Benefícios
Sua participação será de grande importância pois contribuirá para elaboração do estudo sobre a análise dos princípios e práticas do Design Participativo em uma coleção de moda em direção a sustentabilidade.

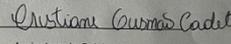
Confidencialidade do Estudo
Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos, científicos e/ou didáticos. O registro de sua participação será mantido confidencialmente caso solicite. Quanto às publicações e/ou relatórios desta pesquisa e identificações só serão reveladas com seu consentimento.

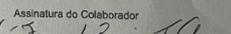
Participação Voluntária
Sua participação será voluntária. A recusa em participar fica a seu critério sem risco de penalidades ou mudança na forma de como será tratado.

Esclarecimentos
O estudo será esclarecido, em qualquer aspectos desejado e sendo de livre arbítrio a participação e recusa nesta pesquisa. O momento para se retirar e interromper pode ser feito em qualquer momento. Caso tenha dúvidas poderá ser possível entrar em contato com a Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha, Universidade Federal do Maranhão, na AV. dos Portugueses, S/N, CCET, Departamento de Design - São Luis - MA.

Declaro que concordo em participar desse estudo e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

São Luis, 23 de Setembro de 2019


Assinatura do Colaborador


Pesquisador responsável

 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE DESIGN
CURSO DESIGN

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da pesquisa: ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE

Responsáveis pela Pesquisa: Orientadora: Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha e Graduando Luis Fernando Pereira Tavares da Silva

Justificativa
Neste estudo iremos analisar o processo desenvolvimento de uma coleção de moda sustentável local, elaboradas por alunos do curso de costura e modelagem do SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) do Maranhão, na unidade RFT Raimundo Franco Teixeira. O intuito é identificar os princípios e práticas do Design participativo assim como métodos e técnicas sustentáveis, que contribuem para futuras coleções de moda colaborativas.

Procedimento
Sua participação será permitir que o pesquisador acompanhe, grave e registre suas atividades e responder as perguntas feitas na entrevista semiestruturada.

Riscos
Os riscos serão mínimos a todos os participantes, no que diz respeito a desconfortos mediante o acompanhamento das atividades e às entrevistas. Haverá esclarecimentos prévios para que não ocorram riscos, será levado em consideração o grau de formação dos participantes e o anonimato caso seja requerido.

Benefícios
Sua participação será de grande importância pois contribuirá para elaboração do estudo sobre a análise dos princípios e práticas do Design Participativo em uma coleção de moda em direção a sustentabilidade.

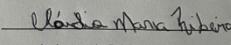
Confidencialidade do Estudo
Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos, científicos e/ou didáticos. O registro de sua participação será mantido confidencialmente caso solicite. Quanto às publicações e/ou relatórios desta pesquisa e identificações só serão reveladas com seu consentimento.

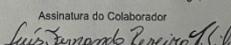
Participação Voluntária
Sua participação será voluntária. A recusa em participar fica a seu critério sem risco de penalidades ou mudança na forma de como será tratado.

Esclarecimentos
O estudo será esclarecido, em qualquer aspectos desejado e sendo de livre arbítrio a participação e recusa nesta pesquisa. O momento para se retirar e interromper pode ser feito em qualquer momento. Caso tenha dúvidas poderá ser possível entrar em contato com a Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha, Universidade Federal do Maranhão, na AV. dos Portugueses, S/N, CCET, Departamento de Design - São Luis - MA.

Declaro que concordo em participar desse estudo e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

São Luis, 23 de Setembro de 2019


Assinatura do Colaborador


Pesquisador responsável

 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DEPARTAMENTO DE DESIGN
CURSO DESIGN

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da pesquisa: ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE

Responsáveis pela Pesquisa: Orientadora: Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha e Graduando Luis Fernando Pereira Tavares da Silva

Justificativa
Neste estudo iremos analisar o processo desenvolvimento de uma coleção de moda sustentável local, elaboradas por alunos do curso de costura e modelagem do SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) do Maranhão, na unidade RFT Raimundo Franco Teixeira. O intuito é identificar os princípios e práticas do Design participativo assim como métodos e técnicas sustentáveis, que contribuem para futuras coleções de moda colaborativas.

Procedimento
Sua participação será permitir que o pesquisador acompanhe, grave e registre suas atividades e responder as perguntas feitas na entrevista semiestruturada.

Riscos
Os riscos serão mínimos a todos os participantes, no que diz respeito a desconfortos mediante o acompanhamento das atividades e às entrevistas. Haverá esclarecimentos prévios para que não ocorram riscos, será levado em consideração o grau de formação dos participantes e o anonimato caso seja requerido.

Benefícios
Sua participação será de grande importância pois contribuirá para elaboração do estudo sobre a análise dos princípios e práticas do Design Participativo em uma coleção de moda em direção a sustentabilidade.

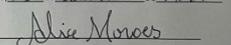
Confidencialidade do Estudo
Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos, científicos e/ou didáticos. O registro de sua participação será mantido confidencialmente caso solicite. Quanto às publicações e/ou relatórios desta pesquisa e identificações só serão reveladas com seu consentimento.

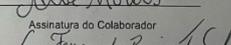
Participação Voluntária
Sua participação será voluntária. A recusa em participar fica a seu critério sem risco de penalidades ou mudança na forma de como será tratado.

Esclarecimentos
O estudo será esclarecido, em qualquer aspectos desejado e sendo de livre arbítrio a participação e recusa nesta pesquisa. O momento para se retirar e interromper pode ser feito em qualquer momento. Caso tenha dúvidas poderá ser possível entrar em contato com a Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha, Universidade Federal do Maranhão, na AV. dos Portugueses, S/N, CCET, Departamento de Design - São Luis - MA.

Declaro que concordo em participar desse estudo e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

São Luis, 23 de Setembro de 2019


Assinatura do Colaborador


Pesquisador responsável


 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
 CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
 DEPARTAMENTO DE DESIGN
 CURSO DESIGN

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da pesquisa: **ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE**

Responsáveis pela Pesquisa: Orientadora: Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha e Graduando Luis Fernando Pereira Tavares da Silva

Justificativa
 Neste estudo iremos analisar o processo desenvolvimento de uma coleção de moda sustentável local, elaboradas por alunos do curso de costura e modelagem do SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) do Maranhão, na unidade RFT Raimundo Franco Teixeira. O intuito é identificar os princípios e práticas do Design participativo assim como métodos e técnicas sustentáveis, que contribuam para futuras coleções de moda colaborativas.

Procedimento
 Sua participação será permitir que o pesquisador acompanhe, grave e registre suas atividades e responder as perguntas feitas na entrevista semiestruturada.

Riscos
 Os riscos serão mínimos a todos os participantes, no que diz respeito a desconfortos mediante o acompanhamento das atividades e às entrevistas. Haverá esclarecimentos prévios para que não ocorram riscos, será levado em consideração o grau de formação dos participantes e o anonimato caso seja requerido.

Benefícios
 Sua participação será de grande importância pois contribuirá para elaboração do estudo sobre a análise dos princípios e práticas do Design Participativo em uma coleção de moda em direção a sustentabilidade.

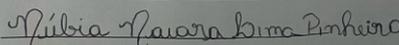
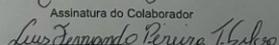
Confidencialidade do Estudo
 Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos, científicos e/ou didáticos. O registro de sua participação será mantido confidencialmente caso solicite. Quanto às publicações e/ou relatórios desta pesquisa e identificações só serão reveladas com seu consentimento.

Participação Voluntária
 Sua participação será voluntária. A recusa em participar fica a seu critério sem risco de penalidades ou mudança na forma de como será tratado.

Esclarecimentos
 O estudo será esclarecido, em qualquer aspecto desejado e sendo de livre arbítrio a participação e recusa nesta pesquisa. O momento para se retirar e interromper pode ser feito em qualquer momento. Caso tenha dúvidas poderá ser possível entrar em contato com a Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha, Universidade Federal do Maranhão, na AV. dos Portugueses, S/N, CCET, Departamento de Design - São Luís - MA.

Declaro que concordo em participar desse estudo e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

São Luís, 23 de Setembro de 2019


 Assinatura do Colaborador

 Pesquisador responsável


 UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
 CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
 DEPARTAMENTO DE DESIGN
 CURSO DESIGN

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da pesquisa: **ANÁLISE DE PRINCÍPIOS E PRÁTICAS DO DESIGN PARTICIPATIVO EM UMA COLEÇÃO DE MODA EM DIREÇÃO À SUSTENTABILIDADE**

Responsáveis pela Pesquisa: Orientadora: Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha e Graduando Luis Fernando Pereira Tavares da Silva

Justificativa
 Neste estudo iremos analisar o processo desenvolvimento de uma coleção de moda sustentável local, elaboradas por alunos do curso de costura e modelagem do SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) do Maranhão, na unidade RFT Raimundo Franco Teixeira. O intuito é identificar os princípios e práticas do Design participativo assim como métodos e técnicas sustentáveis, que contribuam para futuras coleções de moda colaborativas.

Procedimento
 Sua participação será permitir que o pesquisador acompanhe, grave e registre suas atividades e responder as perguntas feitas na entrevista semiestruturada.

Riscos
 Os riscos serão mínimos a todos os participantes, no que diz respeito a desconfortos mediante o acompanhamento das atividades e às entrevistas. Haverá esclarecimentos prévios para que não ocorram riscos, será levado em consideração o grau de formação dos participantes e o anonimato caso seja requerido.

Benefícios
 Sua participação será de grande importância pois contribuirá para elaboração do estudo sobre a análise dos princípios e práticas do Design Participativo em uma coleção de moda em direção a sustentabilidade.

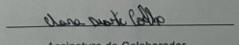
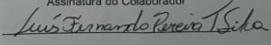
Confidencialidade do Estudo
 Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos, científicos e/ou didáticos. O registro de sua participação será mantido confidencialmente caso solicite. Quanto às publicações e/ou relatórios desta pesquisa e identificações só serão reveladas com seu consentimento.

Participação Voluntária
 Sua participação será voluntária. A recusa em participar fica a seu critério sem risco de penalidades ou mudança na forma de como será tratado.

Esclarecimentos
 O estudo será esclarecido, em qualquer aspecto desejado e sendo de livre arbítrio a participação e recusa nesta pesquisa. O momento para se retirar e interromper pode ser feito em qualquer momento. Caso tenha dúvidas poderá ser possível entrar em contato com a Prof. Dr^a. Raquel Gomes Noronha, Universidade Federal do Maranhão, na AV. dos Portugueses, S/N, CCET, Departamento de Design - São Luís - MA.

Declaro que concordo em participar desse estudo e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

São Luís, 23 de Setembro de 2019


 Assinatura do Colaborador

 Pesquisador responsável

APÊNDICE E – Fotos extras da Coleção Digitais

https://drive.google.com/drive/folders/1PzuXHdyVvsHyb_39jqf5AtetGC3kujlX