



# **Estudos em Moda e Design**

## Paisagens Culturais e Produtivas da Moda

Coleção Atas



UMinho Editora  
Atas

COORDENADORES

Joana Cunha  
Ana Cristina Broega  
Hélder Carvalho  
Bernardo Providência  
Patrizia Ranzo  
Roberto Liberti

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Manuela Martins

CAPA

Bernardo Providência

DESIGN

Tiago Rodrigues

PAGINAÇÃO

Carlos Sousa | Talento & Tradição

EDIÇÃO UMinho Editora

LOCAL DE EDIÇÃO Braga 2025

ISBN digital 978-989-9074-66-8

DOI <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185>

UMINHO EDITORA

# **Estudos em Moda e Design**

Paisagens culturais e  
produtivas da moda

COLEÇÃO ATAS



Índice	5
Prefácio	7
MODA E COMUNICAÇÃO	11
Interpretare o reinterpretare il rococò. Dangerous liaisons come caso studio <i>Camilla Fabretti</i>	13
MODA, IDENTIDADES E CULTURAS	25
A influência da cultura rap em marcas de luxo: O caso Lacoste <i>Maria Eduarda Figueiredo Lavor, Sophia Araujo da Silva Garcez, Katia Regina Araujo da Silva, Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva, Syomara dos Santos Duarte Pinto</i>	27
Strategie di valorizzazione: Il patrimonio tessile a roubaix <i>Sandra Coppola</i>	39
Monumenti mutanti <i>Mattia Zilla</i>	47
Tra attacchi e difese: Insidie e resistenze nella storia del tailoring maschile napoletano <i>Vincenza Caterino</i>	57
MODA E DESIGN DE PRODUTO	69
Design e manifattura additiva nella personalizzazione degli apparecchi protesici <i>Domenico di Fuccia, Giuseppe Sorvillo</i>	71
MARKETING E CONSUMO EM MODA E DESIGN	81
Empoderamento através do figurino: A representação de Clara Inês em “Canto para não chorar” <i>Rachel Rios Scherrer, Eduardo Romeiro Filho, Heloísa Nazaré dos Santos</i>	83
“Atacama fashion week”: Reflexões sóciopolíticas sobre movimentos contraculturais e sua contestação ao consumo na moda <i>Solange Riva Mezabarba, Patrícia Marcondes de Barros</i>	97
ENSINO E EDUCAÇÃO	109
Alinhavos da memória: Saberes de mãos que fazem <i>Mara Rúbia Sant’anna</i>	111

Oportunidades no ensino de modelagem e confeção nas licenciaturas em design de moda em Portugal pela perspectiva dos alunos <i>Carolina Carioni Amorim, Joana Casteleiro Ferreira, Benilde Reis</i>	125
Design é projeto: Educação e ferramentas limpas do design no jeans <i>Edimara Mieko Cabrla Nishimaki, Suzana Helena de Avelar Gomes</i>	137
Talenti creativi cercasi: Azioni educative e di salvaguardia dei savoir-faire manifatturieri italiani <i>Bortolotti Nicholas</i>	149
Abordagem da ergonomia em cursos de design de moda: Uma revisão <i>Tayane Caroline Fiametti Camera, Caelen Teger da Silva</i>	159
Interdisciplinarity and aesthetic experience in the ecosystem of a fashion classroom <i>Janaina Nascimento</i>	171
Ambientes criativos: Como a música em sala de aula inspira a moda através das emoções <i>Elisângela F. Zottesso, Alfonso Benetti, Ana C. Broega</i>	181
SUSTENTABILIDADE EM MODA E DESIGN	193
Estratégias para o ensino de sustentabilidade em cursos de design de moda <i>Bruna Lummertz Lima, Suzana Barreto Martins</i>	195
Parasuli come progetto di upcycling indipendente e delocalizzato di moda in Italia <i>Maria Cristina Falsone</i>	205
Passaportes digitais de produtos, uma reflexão para aplicação às pequenas e médias empresas de moda <i>Adrielle Moraes, João Oliveira, Ana C. Broega</i>	213
MINI ARTIGOS	227
“Vestir al enemigo: el antagonista pagano en la pintura de Bernat Martorell (1427-1452)” <i>Guadaira Macías Prieto</i>	229
“Artistic research as hacking – analysing similarities of modes and methods through the observation of the experimental fashion project t-typo” <i>Martina Alia Mascia</i>	235

Este terceiro volume dos ***Estudos em Moda e Design*** congrega os trabalhos apresentados no CIMODE 2024 – 7.º Congresso Internacional de Moda e Design – na categoria de artigos completos do “tipo 2” bem como os trabalhos apresentados neste mesmo congresso na categoria de mini artigo, aprovados pela comissão científica do congresso em sistema de dupla revisão cega. Estes trabalhos distribuem-se pelas 7 áreas temáticas do congresso – Moda e Comunicação; Moda, Identidades e Culturas; Design de Produto; Marketing e Consumo; Ensino e Educação; Sustentabilidade em Moda e Design; Design e Emoção – sendo esta a ordem seguida neste volume.

Com o tema central **“Paisagens Culturais e Produtivas da Moda”**, o CIMODE 2024 contou com a apresentação de 81 trabalhos no total, tendo os artigos completos em língua inglesa sido já publicados no Livro *Advances in Fashion and Design Research III*<sup>1</sup> da Springer.

A Comissão organizadora do CIMODE 2024 – 7.º Congresso Internacional de Moda e Design, agradece a todos os membros da comissão científica pelo seu inestimável apoio na revisão dos artigos submetidos ao congresso assim como a todos os autores que contribuiram para um debate rico para a Paisagem Cultural e Produtiva da Moda e do Design.

A Comissão organizadora do CIMODE2024,

**Universidade do Minho**

Ana Cristina Broega  
Bernardo Providência  
Helder Carvalho  
Joana Cunha

**Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli”**

Robert Liberti  
Patrizia Ranzo

---

1 *Advances in Fashion and Design Research III* – disponível em: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-83185-0>

**Comissão editorial**

Joana Cunha  
Ana Cristina Broega  
Hélder Carvalho  
Bernardo Providência  
Roberto Liberti  
Patrizia Ranzo

**Comissão científica**

Acã Lopes – UFA (BR)  
Aguinaldo dos Santos – UFPR (BR)  
Albertino Gonçalves – DCCOM-UMinho (PT)  
Alessandra Vaccari – Università IUAV di Venezia (IT)  
Alexandra Cruchinho – ULusófona (PT)  
Aline Monçores – UESC (BR)  
Ana Claudia Mei Alves de Oliveira – PUC-SP (BR)  
Ana Cristina Broega – DET-UMinho (PT)  
Ana Margarida Fernandes – ESART-IPCB (PT)  
Ana Moreira da Silva – CIAUD-UL (PT)  
André Robic – IBModa (BR)  
Andrea Saltzman – FADU-UBA (AR)  
Anne Anicet Ruthschilling – Uniritter (BR)  
Antonella Violano – UniCampania (IT)  
António Dinis Marques – DET-UMinho (PT)  
Araguacy Filgueiras – UFC (BR)  
Arturo Dell'Acqua Bellavitis (IT)  
Bárbara Pino – FAAD-UDP-Santiago (CL)  
Benilde Reis – ULusófona (PT)  
Bernardo Providência – EAAD-UMinho (PT)  
Bruna Lummertz Lima – IFSC (BR)  
Carla Morais – FAUL (PT)  
Carlos Alberto Miranda Duarte – IADE/EU (PT)  
Carlos Figueiredo – FAUL (PT)  
Catarina Vasques Rito – ULusófona (PT)  
Caterina Cristina Fiorentino – UCLV (IT)  
Cátia Rijo – ESEPL (PT)  
Chiara Colombi – Polimi (IT)  
Chiara Scarpitti – UniCampania (IT)  
Cristina Figueiredo – UTAL (PT)  
Daniel Raposo Martins – ESART-IPCB (PT)  
Daniela Piscitelli – UniCampania (IT)  
Deborah Cristo – UFRJ (BR)  
Demétrio Ferreira Matos – IPCA (PT)  
Desamparados Pardo Cuenca – ESDValencia (ES)  
Diana Lucía Gómez-Chacón – UCM (SP)

Emanuele Magnus (BR)  
Evelise Anicet Ruthschilling – URGS (BR)  
Fausto Viana – ECA-USP (BR)  
Fernando Moreira da Silva – CIAUD (PT)  
Flávio Glória Caminada Sabrá – IFRJ (BR)  
Francesca Castanò – UniCampania (IT)  
Gabriele Monti – IUAV (IT)  
Germannya Araújo Silva – UFPE (BR)  
Giovanni Maria Conti – POLIMI (IT)  
Hélder Carvalho – DET-UMinho (PT)  
Helena Pires – DCCOM-UM (PT)  
Heloisa Nazaré dos Santos – UEMG (BR)  
Herbert González – UComplutense Madrid (SP)  
Inês Vasconcelos Amaral – DET-UMinho (PT)  
Isabel Cantista – U.Lusíada – Porto (PT)  
Isabel Cristina Gouveia – UBI (PT)  
Isabel Maria Dias Cabral – 2C2T-UMinho (PT)  
Joana Cunha – DET-UMinho (PT)  
João Barata – ULusófona (PT)  
Kathia Castilho – ABEPEN (BR)  
Larissa Almada – SENAC/SP (BR)  
Laura Zambrini – FADU-UBA (AR)  
Leandro Miletto Tonetto – Unisinos (BR)  
Livia Laura Matté – UTFPR (BR)  
Luciane Robic – IBModa (BR)  
Luís Carlos Paschoarelli – UNESP (BR)  
Luisa Mendes – 2C2T-UMinho (PT)  
Madalena Pereira – DCTT-UBI (PT)  
Mara Rubia Sant'Anna – UDESC (BR)  
Marco Calabrò – UniCampania (IT)  
Maria Alice Vasconcelos Rocha – UFRPE (BR)  
Maria Carolina Garcia – UAM (BR)  
Maria Celeste Sanches – ABEPEN (BR)  
Maria Claudia Bonadio – SENAC/SP (BR)  
Maria da Graça Guedes – DET-UMinho (PT)  
Maria de Fátima da S. Costa G. de Mattos – CUML/RP (BR)  
Maria Eduarda Araujo Guimarães – SENAC/SP (BR)  
Maria José Marques Abreu – DET-UMinho (PT)  
Mário de Araujo – UMinho (PT)  
Marizilda dos Santos Menezes – UNESP (BR)  
Mercedes Rodríguez – UPM (SP)  
Moisés Lemos Martins – DCCOM-UMinho (PT)  
Mónica de Matos Romãozinho – LABCOM-UBI (PT)  
Mônica Moura – UNESP (SP)  
Nelson Pinheiro – IADE-UL (PT)

Olga Pépece – UEM (BR)  
Ornella Cirillo – UniCampania (IT)  
Patricia de Mello Souza – UL (BR)  
Patrícia Sant'Anna – Tendere (BR)  
Patrizia Ranzo – UniCampania (IT)  
Paula Costa Soares – Ulusiada (PT)  
Paula Miguel – FADU-UBA (AR)  
Paula Trigueiros – EAAD-UMinho (PT)  
Pedro Bessa – DCA-UA (PT)  
Rafaela Norogrande – UBI/IPV (PT)  
Renata Pitombo Cidreira – UFBA (BR)  
Rita Morais de Andrade – FAV/UFG (BR)  
Rita Ribeiro – ICS-UMinho (PT)  
Rita Salvado – UBI (PT)  
Roberto Liberti – UniCampania (IT)  
Rossana Gaddi – POLIMI (IT)  
Rui Miguel – DCTT-UBI (PT)  
Silgia Costa – EACH-USP (BR)  
Silvana Mota Ribeiro – DCCOM-UMinho (PT)  
Simona Ottieri – UniCampania (IT)  
Sirlene Costa – USP (BR)  
Solange Riva Mezabarba – UFF (BR)  
Suzana Barreto Martins – UEL (BR)  
Syomara Duarte – UFC (BR)  
Taisa Vieira Sena – PUC-PR (BR)  
Teresa Franqueira – DCA-UA (PT)  
Thais Leticia Pinto Vieira – UFES (BR)  
Tula Fyskatoris – CPS (PUC-SP) (BR)  
Valter Cardim – CEAUL (PT)  
Verónica Noemi Vidal Tapia – IBERO (MX)  
Wellington de Medeiros – UFCEG (BR)  
William Afonso Cantú – ESECS-IPL (PT)  
Zara Pinto Coelho – DCCOM – UMinho (PT)

# **Moda e Comunicação**



# Interpretare o reinterpretare il rococò: *Dangerous Liaisons* (1988) come caso studio

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.1>

Camilla Fabretti<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Università Ca' Foscari, [fabretti.camilla@gmail.com](mailto:fabretti.camilla@gmail.com)

## Abstract

Il saggio si propone di analizzare la pellicola *Dangerous Liaisons* (1988) dal punto di vista dei suoi costumi di scena. Attraverso un confronto intertestuale con abiti originali e immagini del periodo Rococò, l'autore mira ad approfondire la 'palincestuosa' relazione tra storia del costume e storia della moda e a misurare le ricadute della prima sulle passerelle contemporanee. Questo con lo scopo di interrogarsi sulla possibilità di considerare i costumi di scena come rispettabili fonti di ricerca storica e il cinema come uno strumento utile per la diffusione dei codici della moda.

## Keywords

Dangerous liaisons; costume; revival; dualismo; repêchage.

## 1. Introduzione

Nelle parole di Deborah Nadoolman Landis (Ferrara, 2020), costume designer attiva nell'ambito sia del cinema che dello spettacolo, un costumista dovrebbe essere in grado di muoversi nelle discipline trasversalmente, in maniera da produrre abiti capaci di rendersi silenziosi ma indispensabili protagonisti delle scene che andranno a popolare. Per questo motivo, è opinione di questo autore che il cinema e la moda siano discipline complementari e si supportino l'un l'altro in una relazione integrativa. Parafrasando quanto affermato dallo studioso Melvin L. Defleur (Jing, 2021), il quale sostiene che diffondere determinate informazioni aiuti il pubblico a identificare dei codici di comportamento e a metterli conseguentemente in pratica, mi prefiggo di dimostrare come il cinema possa prestarsi come strumento di diffusione della moda e, talvolta, come propugnatore di trend. Avvalendomi di immagini del periodo Rococò, desidero reiterare la fondamentale importanza accademica delle arti figurative non solo nella veicolazione delle fogge dell'abbigliamento nel corso dei secoli, ma anche nella continua reinterpretazione dell'immagine della società.

## 2. Il Rococò: Definizioni e caratteristiche

Definito dagli studiosi come uno stile ornamentale che, derivato dal termine francese *rocaille*, circoscrive un tipo di decorazione eseguita con pietre, rocce e conchiglie tipica della prima metà del Settecento, il Rococò viene spesso identificato come la più leziosa evoluzione stilistica del tardo barocco. Dall'architettura, questo passerà a qualificare l'arredamento e la moda del periodo le quali, diversamente dalle altre epoche, si caratterizzano proprio per una comunione di forme che coadiuvano "la predilezione dell'alta società per le attività di svago, promuovendo complessi ideali di etichetta e di performance. Inoltre gli uomini e donne riprendevano lo stesso splendore e opulenza degli interni domestici in stile neoclassico e rococò nei loro abiti" (Koda e Bolton, 2004, p. 17).

### 2.1. *Dangerous Liaisons: Fashion and furniture from the eighteenth century* (MET, 2004)

Proprio questa singolare relazione divenne oggetto di una seminale esposizione tenuta nella primavera del 2004 presso il Costume Institute del Metropolitan Museum of Art di New York e intitolata, a ragione, *Dangerous Liaisons: Fashion and furniture from the eighteenth century*. Proprio per sottolineare il carattere civettuolo del periodo, in cui "la moralità cedeva il passo alla mondanità" (Koda e Bolton, 2004), la mostra, allocata nelle splendide *period rooms* francesi del museo, le *Wrightsmen Galleries*, fu allestita secondo il gusto del periodo a cavallo fra i regni di Luigi XV (1723-24) e Luigi XVI (1774-92), con un occhio di riguardo verso l'utilizzo di mobili originali e il posizionamento di manichini impegnati in attività particolarmente vezzose.

In un brillante saggio introduttivo al catalogo dell'esposizione, la studiosa Mimi Helman precisa le scelte curatoriali parlando di come in quel momento storico "ogni

azione fosse plasmata da un pezzo di arredamento e ogni mossa assistesse la narrativa della seduzione e dell'interazione amorosa, ispirandosi a immagini e racconti libertini" (Koda e Bolton, 2004, p. 16), promuovendo un comportamento talmente licenzioso da sfiorare il disonorevole. Ogni situazione quotidiana quindi, che fosse importante come intrattenere ospiti o triviale come partecipare ai pasti, è descritta come una potenziale arma a doppio taglio, in cui un'attività piacevole può facilmente degenerare nel compromettente. Se si considera infatti una tavola apparecchiata questa "è piena di pericoli come di piaceri. Basti pensare alla quantità di oggetti a rischio di rottura o rovesciamento: che siano sedie, tavolini, fragili bicchieri o tovaglie generosamente drappeggiate che sembrano proprio attendere il momento in cui vi si impiglierà il tacco di qualche scarpa. Si pensi però anche alle innumerevoli opportunità di deliziarsi con questi stessi oggetti: che sia ispirare un gentiluomo ad offrire un fazzoletto da uno dei tavolini piuttosto che a degustare qualche rinfresco (...)" (Koda e Bolton, 2004, p. 20).

### 3. Da *Les Liaisons Dangereuses* a *Dangerous Liaisons*

È proprio questa delicato equilibrio tra affettata frivolezza e calcolato potere sociale che illustra il contesto nel quale si svolge la trama del celebrato romanzo epistolare di Pierre-Ambroise-François Choderlos de Laclos *Les Liaisons Dangereuses* (1782) il cui spirito libertino e dissoluto è efficacemente catturato da passaggi come "è proprio deliziosa! Non possiede infatti né carattere né morale" (Choderlos de Laclos, 1782, p. 110). Quasi due secoli più tardi, in concorrenza con una seconda pellicola, dal titolo *Valmont*, che avrebbe avuto come interpreti Colin Firth e Annette Bening, il regista Stephen Frears produrrà *Dangerous Liaisons* (1988), scegliendo come cast Glenn Close, Michelle Pfeiffer e Uma Thurman nei ruoli femminili e John Malkovich nei panni del protagonista maschile.

L'idea per il film nacque in seguito ad un primo, popolarissimo, adattamento teatrale curato dallo sceneggiatore Christopher Hampton, invitato poi a scrivere anche il copione cinematografico, e infatti entrambe le versioni condividono una certa arguzia e verve tipica della satira settecentesca, diretta ai costumi dell'aristocrazia. Ma, diversamente dalla versione iniziale, il film si concentra specialmente sul decadimento morale ed intellettuale che andava erodendo la *façade* della buona società del tempo, e che viene trasmesso non solo dalle battute degli attori, ma anche e soprattutto dall'ambientazione della storia, resa efficacemente da un set che venne definito come "un boudoir settecentesco dopo una notte particolarmente appassionata" (Carson, 1991, p. 37). Ad animare queste scene, una serie di personaggi che "nonostante sembrino inizialmente mostruosi, si rivelano come complessi esseri umani. La loro storia infatti non è una semplice battaglia dei sessi, ma piuttosto un'inarrestabile lotta di potere in cui il sesso è solo una delle armi nel loro arsenale" (Carson, 1991, p. 35).

Per i costumi del film, che vinsero anche il Premio Oscar, Frears si affidò al costumista James Acheson, attivo in televisione e nel teatro già dalla fine degli anni Sessanta. Dopo una prima lettura del copione, Acheson suggerì di spostare il periodo del film

indietro di trent'anni, dall'originale 1789 agli anni sessanta del '700, in maniera da permettere agli attori di indossare abiti e parrucche più contenuti e riuscire quindi a rendere i loro personaggi, già ricchi di sfumature, più accessibili al pubblico. Questa richiesta gli diede inoltre modo di approfondire il fortunato periodo d'oro del Grand Tour, parentesi ricca di ispirazione proprio per la vasta quantità di ritratti disponibili, come quelli realizzati da Pompeo Batoni, artista a lui caro per la sua dettagliata resa dei tessuti e degli accessori: era infatti solito farsi lasciare gli abiti dei suoi soggetti per catturarne le qualità precise.

#### 4. Il guardaroba: Rubelli per *Dangerous Liaisons*

In fase di preparazione del guardaroba, durata solo nove settimane prima dell'inizio dello *shooting*, Acheson curò particolarmente la ricerca dei tessuti, che dovevano appunto riprendere la qualità scultorea ritrovata nei dipinti non solo dal vivo, ma anche e soprattutto in video. Fu solo in uno *showroom* di Verasetta a Parigi che trovò, come rivela il libro *Rubelli. Una storia di seta a Venezia*, splendidi tessuti d'arredamento della Maison veneziana, ancora oggi tra le migliori aziende nel campo, che, una volta rimaneggiati, divennero la soluzione ideale per creare costumi fotogenici e lussureggianti, perfetti per dare respiro ai personaggi cui erano destinati (Campagnol, 2011). La Maison nel volume ricorda la fortunata collaborazione con Acheson nel contesto di *Dangerous Liaisons* e conferma di aver fornito per il guardaroba del film due liseré, ovvero tessuti la cui trama è sbalzata rispetto al fondo, dal nome *Rezzonico* e *Fragoline*, i cui motivi ebbero origine nel '700. Curiosamente, fu proprio il liseré *Fragoline* a venire utilizzato da Milena Canonero per confezionare una delle *robe a la Française* indossate da Kirsten Dunst nel ruolo di Maria Antonietta nell'omonima pellicola del 2006. Da quel momento, venne ribattezzato liseré *Maria Antonietta*.

#### 5. Costumi, abiti e riproduzioni: Un'analisi intertestuale

L'attenzione all'abito, nel contesto di un film storico, è centrale sia per correttamente determinare la sua atmosfera, che la gestualità dei suoi attori, le cui interpretazioni sono appunto governate nei movimenti dai loro costumi. Difatti, in numerose interviste rilasciate in occasione dell'uscita del film, Glenn Close e John Malkovich hanno discusso di come indossare certi costumi abbia certamente avuto un impatto non indifferente sulla loro espressività attoriale. Questo è interessante in virtù del ben noto dualismo antropologico, nato con Platone e giunto all'apice con Cartesio, tra spirito (*res cogita*) e corpo (*res extensa*), dove il corpo è da intendersi come espressione di identità individuale e sociale e come un 'campo dinamico, in grado di dare vita e respiro all'abito' (Entwistle, 2002).

In virtù di questo, e potenzialmente perché il film e la produzione teatrale condividono certi aspetti già discussi, *Dangerous Liaisons* apre con un'elaborata sequenza dedicata interamente al rituale della toilette mattutina. Descritta con minuzia da Acheson, la scena segue i protagonisti in ogni fase della loro vestizione, permettendoci di sviluppare da subito un attaccamento ai loro personaggi, che passano dall'essere

vulnerabili e nudi, e addirittura anonimi nel caso del visconte di Valmont, il cui volto rimane oscurato fino alla fine della scena, all'indossare una metaforica armatura per ingaggiare in una battaglia che durerà per tutto il film.

Il momento della toilette è infatti la circostanza ideale per mettere in mostra tutta la vasta gamma di caratteristiche che concretizzano i due personaggi, e per comunicare, attraverso il livello di difficoltà del rituale performato, la ricercatezza della persona. La stessa Mimi Hellman rimarca nel suo saggio che la toilette fosse una preziosa opportunità in cui sviluppare rapporti, scambiarsi informazioni e generalmente ricevere visitatori come “conoscenze, staff, sarti o modisti nel processo di completare delle commesse, artisti in cerca di committenti, e venditori di vario genere (...). E nonostante le abluzioni fossero la conversazione primaria, non era inusuale che si incorporassero altre attività come il leggere o il consumare rinfreschi” (Koda e Bolton, 2004, p. 21).

### 5.1. La Marchesa di Merteuil e il Visconte di Valmont

La scena della toilette è particolarmente realistica. I due protagonisti sono infatti attorniti da uno stuolo di servitori e da innumerevoli oggetti volti a comunicare, in maniera indiretta, la loro ricchezza: il visconte di Valmont, da perfetto dandy, è svegliato con un impacco al viso, che lo tiene nascosto fino all'ultimo minuto, ed è mostrato scegliere con grande cura ogni aspetto del suo abito, dai polsini di pizzo alla parrucca della tonalità più giusta per il suo completo, mentre la marchesa di Merteuil (Fig. 1), protagonista femminile, è vestita con accessori perfettamente consoni ad una persona della sua statura, dal corsetto celeste dalla foggia che richiama un esemplare in esposizione proprio al Metropolitan nel 2004, ai panieri basati su autentici pezzi del XVIII secolo. Nella sua paradossale intimità, la scena cita indirettamente altri ‘testi’ storici utili a leggere il periodo: tra questi la celebre *La Toilette* di François Boucher (Fig. 2), raffinato pittore francese amatissimo dalla società del tempo, il quale ritrae in un'opera frivola e sensuale una ragazza che, impegnata nel rituale, scopre in modo spensierato una gamba, mentre la sua servitrice la osserva divertita. Il dipinto appartiene ad un genere definito *fête galante*, che esprime al meglio il carattere licenzioso e voyeurista del periodo.



**Figura 1**  
Glenn Close nei panni della Marchesa di Merteuil in *Dangerous Liaisons* (1988).

**Figura 2**

*La Toilette*, François Boucher, 1742, Thyssen – Bornesmiza, Madrid.



## 5.2. Cecile de Volanges

Completamente differente è invece il guardaroba riservato alla timida Cecile de Volanges, interpretata da una giovanissima Uma Thurman, il cui carattere modesto è riflesso in una scelta di abiti più dimessi, senza l'abbondanza di fronzoli che caratterizzano invece i costumi dei due protagonisti. Nella scena in analisi la fanciulla indossa una splendida *robe à l'Anglaise* realizzata con il *liseré* Fragoline (Fig. 3), ed è intenta nell'atto solitario del ricamo, un'attività storicamente reputata come un'onorevole occupazione femminile (Nochlin, 1971, p. 4), e scelta proprio perché potesse trasmettere il carattere misurato e pudico di Cecile, completamente opposto a quello della suadente Marchesa. In una delle scene più celebri, la si ritrae di nuovo in un'indiretta citazione di più opere del periodo, come per esempio quella in cui Jean-Étienne Lyotard, altro celebrato artista del rococò francese, immortalava in un'atmosfera soffusa e idealizzata, perfettamente resa dalla tecnica a pastello, la giovanissima Maria Antonietta nell'atto di annodare dei fili (Fig. 5). La *robe à l'Anglaise* che Cecile indossa, simile ad un esemplare esposto sempre al Metropolitan, divenne popolare all'indomani della caduta dell'ancien regime per la sua linea semplice e discreta, diversa da la *robe à la Française* per la sua aderenza al corpo nella parte del torso e per l'aggiunta di un leggero scialle sul décolleté, detto *fichu*, per adombrare la generosa scollatura. Ogni elemento del suo *ensemble* è quindi, dall'atto del ricamo al suo abito, un calcolato messaggio riguardo la precarietà del mondo che abita e, forse, anche la sua imminente rovina per mano del visconte.

**Figura 3**

Maria Antonietta (già Liseré Fragoline), Rubelli (Archivio Storico), XVIII secolo.





**Figura 4**  
*Portrait de Marie Antoinette faisant les noeuds*, Jean-Étienne Lyotard, 1762, Versailles.

### 5.3. Madame du Tourval

Personaggio intermedio fra le due, in termini di ricchezza di guardaroba e di carattere, è la figura interpretata da Michelle Pfeiffer, Madame du Tourval (fig. 5), che nella scena in oggetto indossa una robe à la Française, riconoscibile dalle pieghe a cannone sul retro dell'abito e dalle maniche *en pagode*, realizzata con il *liséré* Rezzonico, e un cappello *à la bergère*, o alla pastorella, adornato da nastri e fiori, che sembra proprio richiamare la moda 'arcadica' che avrebbe lanciato Maria Antonietta verso la fine del suo regno. Osservando poi la posa della Pfeiffer è impossibile non rintracciare un'influenza del celebre *Ritratto di Maria Antonietta con la rosa* di Élisabeth Vigée Le Brun, pittrice celebre per la sua amicizia con la Regina di Francia, in cui la sovrana posa in un'elaborata veste di seta e un cappello piumato immersa in un giardino di rose, potenzialmente del Petit Trianon, la sua *maison de plaisir* privata. È interessante notare come il ritratto venne composto solo in seguito allo scandalo destato dalla sua prima versione, in cui Maria Antonietta posò solo nella sua *chemise*, poi ribattezzata *chemise à la reine*, creando tanto scalpore da imporre alla pittrice di ritrattare.



**Figura 5**  
 Michelle Pfeiffer nei panni di Madame du Tourval in *Dangerous Liaisons* (1988).

## 6. Il costume di scena come documento storico

Nel contesto cinematografico la riproduzione in video degli abiti non fa altro che rendere “più forte e iconica l’immagine stessa, conferendole un nuovo status” (Dobson, 2020, p. 27). Ad avvalorare questa tesi, Gerard Genette, nell’opera *Palinsesti: La letteratura di secondo grado* (1982), di poco precedente all’adattamento cinematografico, parla della relazione “palincestuosa” tra la storia della moda e quella del costume, affermando come “con i suoi effetti sia negativi che positivi sulla storia della moda, il costume possa venire considerato come un palinsesto per il pubblico, essendo una versione più recente (della moda) ancorata allo schermo come (fedele) reinterpretazione del passato” (Ferrara, 2020, p. 29). Proprio per questo se le immagini di un film possono documentare la sensibilità di un’epoca, e quindi gli attori sono chiamati ad esprimere l’habitus che si andava allora formando, gli abiti che indossano non sono più semplici abiti di scena ma piuttosto ‘costumi’ che diventano documento storico. In questo senso, è accettabile secondo questo autore considerarli come una riproduzione *Benjaminiana* investita del connotato di ricreazione storica legittima piuttosto che di rappresentazione artistica, definizione che avrebbe altresì permesso una certa licenziosità, e fa in modo che, almeno per la durata del film, ciò che il pubblico vede sia considerabile come un’autentica testimonianza del periodo (Fersen, 1951).

## 7. The historical mode: La rinascita del revival

Non è una sorpresa che il *Dangerous Liaisons* sia stato scritto e girato nell’elusiva cornice storica del Postmodernismo, definita come “uno specchio rotto, una superficie riflettente costituita da molti frammenti (...) il cui scopo era rimpiazzare un singolo idioma con una pluralità di idee” (Yeoh, 2015, ND). Contestualmente infatti alla sua produzione, al Fashion Institute of Technology di New York, i curatori Harold Koda e Richard Martin presentavano *The Historical Mode* (1989), una mostra che, nel delineare i pattern della moda degli anni Ottanta, analizzava con curiosità “la rinascita del vintage come abbigliamento preferito delle avanguardie giovanili dimostrando la pertinenza del passato storico negli anni Ottanta (...) sottolineando il potere evocativo e nostalgico degli abiti” (Koda e Martin, 1989, p. 121).

In un momento in cui la storia sembrava aver perso credibilità, ecco che due curatori ne rivendicavano l’attualità in veste di soluzione ai problemi della moda moderna, dimostrando come le continue incursioni dei designer nel passato non fossero uno sterile, o pigro, ripescaggio di motivi già esausti, ma un preciso trend comportamentale che si sarebbe rivelato come uno dei principali del periodo. Tra i tanti stilisti che difendevano questa tendenza, Walter Albini, il quale affermò come “oggi nella moda non c’è più niente da scoprire, meglio raffinare l’antico e il suo buon gusto” (Gnoli, 2009, ND); incredibilmente nella mostra non venne inclusa Vivienne Westwood, la quale era solita richiedere, secondo la leggenda, che ogni suo dipendente conoscesse a menadito la ricchissima raccolta della Wallace Collection di Londra, suo museo preferito (Bocca, 1992).

## 8. Ucronia in passerella: Dangerous Liaisons oggi

Se come dice Giorgio Agamben il tempo della moda è identificabile come un'inqualificabile soglia tra il non ancora e il non più, allora l'ucronia, neologismo che unisce il termine coniato da Thomas More nel 1500 e il vocabolo greco per tempo (Evans e Vaccari, 2020), fornisce un'utile scappatoia. Definita infatti come una visione idealizzata del passato, è uno strumento per tutti i creatori che, nell'approcciarsi al repertorio storico della moda, abbiano voluto avvalersene in qualità di ispirazione.

### 8.1. Vivienne Westwood

Instancabile interprete del repertorio settecentesco, esclusa come menzionato dalla mostra ma nota al mondo della moda per la sua indole trasgressiva e femminista, è Vivienne Westwood. Maestra del pastiche eclettico, che non considerava come un'influenza postmodernista ma come un'autografa firma stilistica, tornò alla ribalta più volte rimaneggiando la silhouette del XVIII secolo. Nella collezione S/S 1996 *Les Femmes ne Connaissent pas toute leur Coquetterie*, ispirata dal lavoro di Antoine Watteau, reinterpreta con un twist asimmetrico l'abito *sack back*, mentre per la collezione F/W 1993 *Anglophilia* fece riferimento all'abito di seta squalcita di Madame de Pompadour di François Boucher, inserendovi dei richiami spavaldi al profilo della donna moderna. Ancora nella collezione Portrait F/W 1990 riprodusse l'opera *Daphnis and Chloe, Shepherd Watching a Sleeping Shepherdess* (1743) sempre di Boucher su di un corsetto, rimodernandone però la foggia tramite l'utilizzo di materiali contemporanei come la lycra. Ecco che il corsetto non è più sinonimo di ingabbiamento femminile, ma di emancipazione.

### 8.2. John Galliano

Un altro stilista impossibile da non citare, che, nelle sue stesse parole, portò Dior nel XXI secolo "a calci ed urla" (Galliano, 1997, ND), è sicuramente John Galliano. Definito come *l'enfant terrible* della moda per la sua tendenza all'esagerazione, alla teatralità e alla spettacolarizzazione, fu il primo stilista contemporaneo a teorizzare l'importanza del costume, senza dedicarsi effettivamente mai. Tra le sfilate ispirate all'universo del XVIII secolo citiamo naturalmente la sua collezione d'esordio, *Les Incroyables* (Central Saint Martins, 1984), ma anche e soprattutto *Princess Lucretia* (Dior Haute Couture, S/S 1994) presentata nell'ottobre 1993 al Cour Carrée du Louvre in un trionfo di ruches, drappaggi e tagli in sbieco ispirati a Madeleine Vionnet, pioniera del bias – cut. Più in avanti l'influenza del rococò continuerà a perdurare nel suo lavoro, come dimostra la sua collezione F/W *ready-to-wear* (2004) di John Galliano, ispirata, nonostante la profusione di crinoline e gonne *a la polonaise*, dai "romantici e poetici navigatori delle tribù Yemenite" (Mower, 2004, ND) e la collezione per l'Haute Couture di Dior F/W 2007 che, nonostante fosse ufficialmente dedicata alle conquiste della maison e alle ispirazioni originali di Christian Dior stesso, reinterpreta in più look quell'allure di elaborata sofisticatezza dimostrata da la *robe à la Française* scomposta e dalla *robe à volante*. L'influenza di Galliano

nella rivisitazione del periodo, e nell'ispirarsi ad altri creativi, è tangibile anche nella stessa collezione F/W realizzata proprio quest'anno per Margiela, le cui acconciature e ambientazioni ricordano un servizio fotografico diretto dalla stylist Grace Coddington per l'edizione di Settembre di Vogue US 2009 a Versailles dal titolo proprio 'Reinterpreting Rococò'.

### 8.3. Gli anni Duemila

La suggestione del rococò continua ben oltre i primi anni 2000, irrompendo in collezioni come la Cruise Collection di Chanel 2013, ispirata proprio allo sfarzo degli abiti indossati alla corte del Re Sole, tra cui una serie di abiti impreziositi da maniche che si rifanno allo stile *en pagode* già visto nell'abito di Madame du Tourval, e più tardi nei lavori di Thom Browne e Moschino. In entrambe le occasioni, e in molte altre in quella stagione a ridosso della primavera del Covid (basti pensare a Loewe, Balenciaga, Rick Owens e Matty Bovan), ritornarono alla ribalta i panieri settecenteschi in fogge e reinterpretazioni diverse: per la sfilata sia uomo che donna SS 2020, Thom propose modelle e modelli in parrucche torreggianti e visi incipriati che sfilarono adornati da corsetti e imbottiture che governarono la loro camminata tanto quanto gli abiti originali governavano i movimenti dei personaggi, e, nel nostro caso, degli attori. Nel caso della sfilata FW 2020 di Moschino, Jeremy Scott scelse invece di reinterpretare con caratteristica ironia la famigerata frase '*let them eat cake*' che venne pronunciata, secondo la leggenda urbana, da Maria Antonietta verso la fine del suo regno. Da una finta torta dai profili glassati utilizzata come invito ai cortissimi ma strutturati abiti delle modelle, controbilanciati dai capelli impilati in elaborate acconciature, Scott fornì una nuova e fresca chiave di lettura alla moda di panieri e corsetti.

## 9. Dangerous Liaisons: 1988 – 2004 – 2024

Nel 2024, a distanza di trentasei anni dalla produzione di *Dangerous Liaisons*, e a venti dal Met Gala omonimo, ancora oggi ricordato come uno dei migliori per la partecipazione degli invitati in un momento in cui il *dress code* non veniva ancora pubblicizzato come tale, l'eredità del film, nonché del romanzo da cui prese ispirazione, continua a propagarsi a sistematiche ondate nel nostro contemporaneo, ribadendo come il revival del passato ha infatti senso solo se posto in prospettiva nella contemporaneità. Valerie Steele riferisce che "uno degli aspetti più impressionanti del fenomeno *rétro* è l'irrelevanza del passato storico, che esiste solo per essere cannibalizzato o riplasmato" ma è opinione dell'autore che questo non sia vero. È infatti più corretto trattare la moda come la cucina. Nelle parole del designer americano Isaac Mizrahi "da secoli conosciamo moltissime ricette a base di pollo, ogni tanto possono cambiare le spezie, l'ingrediente primario è lo stesso". È opinione di questo autore che sia più utile rifarsi ad altre discipline, quali il cinema, in quanto settima arte, al fine di indagare l'abbigliamento e qualificarlo formalmente come testo valido per la ricerca.

## Referenze

- Acheson, J., *Dangerous Liaisons Paper*, [email] Messaggio a C. Fabretti, inviato il 14/23 Aprile 2024.
- Betton, G., 1996. *Estetica del cinema*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane.
- Bocca, N., 1992. *Il passato nella moda d'oggi*, *Moda e Revival* [online], Disponibile a <https://doi.org/10.6092/issn.2611> [Accesso 3 giugno 2024].
- Campagnol, I., 2011. *Rubelli. Una storia di seta a Venezia*, Venezia, Marsilio.
- Carson, K., *Les liaisons dangereuses On Stage and Film*, *Literature/Film Quarterly*, [online] Disponibile a <https://www.jstor.org/stable/43796474> [Accesso 20 maggio 2024].
- Choderlos de Laclos, P., 2024. *Le relazioni pericolose*, Milano, Newton Compton Editori.
- Dobson, H., 2020. *Fashion and the Postmodern. A – Z Guide*, [online] Disponibile a <https://issuu.com/hannah304/docs/fandthep> [Accesso 19 maggio 2024].
- Easmin, S., 2014. *Film and Postmodern Culture*. Tesi magistrale, Brac University. Disponibile a <https://core.ac.uk/download/pdf/61805484.pdf> [Accesso 13 maggio 2024].
- Entwistle, J., 2002, *The Dressed Body*. In: Evans, M., Lee, E. *Real Bodies*, Londra, Palgrave.
- Evans, C. Vaccari, A., 2020. *Time in fashion. Industrial, antilinear and uchronic temporalities*, Londra, Bloomsbury.
- Ferrara, F., 2020. *Translating History of Fashion on Screen. A study of Piero Tosi's costumes in Senso and their power of divulgation as historiophoty*. Tesi magistrale, Università di Stoccolma. Disponibile a <https://www.academia.edu/80460980/> [Accesso il 29 maggio 2024].
- Fersen, A., 1951. *Relazione di Alessandro Fersen*. In: *Convegno Internazionale della moda, del cinema e del teatro*. Venezia, 8-9 settembre 1951.
- Galliano, John. *The South Bank Show*, stagione 20, episodio 13. Diretto da Melvyn Bragg. Trasmesso il 19 Gennaio 1997, Londra, UK: ITV Network, 1997.
- Genette, G., 1982. *Palinsensti. La letteratura di secondo grado*, Torino, Einaudi.
- Yeoh, P., 2015. *Stylish revolt – how post modernism broke with the past by borrowing from it*. *Glass Magazine*. [online], Disponibile a <https://theglassmagazine.com/interview-with-glenn-adamson-post-modernism-influence-on-art-and-design/> [Accesso il 1 giugno 2024].

- Gnoli, S., 2023. 'Modalità Storica'. Heritage e Revival nella moda contemporanea, *ZoneModa Journal*. [online]. Disponibile a <https://zmj.unibo.it/article/view/18518> [Accesso il 6 giugno 2024].
- Jing, J., 2021. Analysis of Fashion in Film and Television Works. In: Convegno Internazionale sullo Sviluppo Sociale e la Comunicazione Digitale, Sanya, Cina. [online] Disponibile a <https://www.atlantis-press.com/proceedings/sdmc-21/125968685> [Accesso il 23 maggio 2024].
- Koda, H. Bolton, A., 2006. *Dangerous Liaisons. Fashion and furniture from the eighteenth century*. New Haven: Yale University Press.
- Nochlin, L., 1971. Why have there been no great women artists?, *ARTNews* [online], Disponibile a <https://www.artnews.com/art-news/retrospective/why-have-there-been-no-great-women-artists-4201/> [Accesso il 5 maggio 2024].
- Ricci, C., 1912. *Architettura barocca in Italia*. Bergamo, Istituto Italiano d'Arti Grafiche.

# **Moda, Identidades e Culturas**



# A influência da cultura rap em marcas de luxo: O caso Lacoste

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.2>

**Maria Eduarda Figueiredo Lavor<sup>1</sup>, Sophia Araujo da Silva Garcez<sup>2</sup>,  
Katia Regina Araujo da Silva<sup>3</sup>, Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva<sup>4</sup>,  
Syomara dos Santos Duarte Pinto<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> *Universidade Federal do Ceará, me794903@gmail.com*

<sup>2</sup> *Universidade Federal do Ceará, garcezsophia.as@gmail.com*

<sup>3</sup> *Universidade Nova Lisboa, araujokras18@gmail.com*

<sup>4</sup> *Universidade Federal do Ceará, emanuelle.silva@ufc.br*

<sup>5</sup> *Universidade Federal do Ceará, syduarte@gmail.com*

## Resumo

Os padrões de consumo de indivíduos das periferias mudaram ao longo dos anos e apresentaram um aumento no poder de compra, com uma tendência a consumir marcas de luxo. Esse público, muitas vezes ignorado tanto pelo Estado como pela sociedade, subverteu os valores que antes eram atribuídos para si e adentra em um novo nicho. Tal fato deve-se às ações de rappers com músicas sobre sua história de superação e como agora usufruem de suas marcas de luxo. O presente artigo busca apresentar a relação do rap com a marca Lacoste. Por meio de uma metodologia bibliográfica e documental, com a análise de caso que virou notícia no *mainstream* e letras de músicas escritas por esses cantores, percebe-se o apelo emocional e reflexo em lojas da marca.

## Palavras-chave

Rap; consumo de moda; luxo; periferia.

## 1. Introdução

A periferia sempre esteve marginalizada, seja por fatores sociais, seja por fatores econômicos. Porém, atualmente esse estereótipo tem mudado, visto que houve um aumento considerável do consumo de marcas de luxo por indivíduos das periferias que conseguiram algum protagonismo na sociedade. Portanto, o seguinte artigo busca apresentar de que forma ocorreu essa mudança de pensamento e hábito nessa parcela da sociedade e como os cantores de rap, em sua maioria advindos desses locais, influenciaram nisso.

Por meio de análise bibliográfica de artigos e notícias que discorrem sobre a relação moda, consumo e luxo no ambiente periférico, de modo qualitativo busca-se compreender como esse estilo musical, em ascensão, sobretudo na periferia, interfere no desejo de compra que os habitantes destes locais têm sobre marcas de luxo. Ademais, faz-se também um estudo documental, observando as letras de músicas de destaque e como seu conteúdo sensibiliza o ouvinte.

## 2. Hip-hop: uma breve história

A princípio, é importante salientar o contexto social ocorrido no Brasil na década de 1980, período em que o rap está em ascensão no país. O fato coincide com o término da ditadura militar em 1985 que, posteriormente, resultou na promulgação da Constituição Federal em 1988. Nesta, eram tratados temas importantes antes velados por parte do governo, sendo eles: liberdade de expressão, criminalização do racismo, direito ao trabalho, educação, dentre outros (Filho, 2020).

Em contraponto, é notório que os direitos assegurados pela lei deixam de fora a parcela da população formada por pretos, favelados e periféricos, deixando-os à mercê de uma sociedade desigual e com escassez de oportunidades e políticas públicas. Por essas razões, surgiram os movimentos culturais nas favelas, tal qual o *Hip-hop* e sua vertente musical, o rap, como um movimento de contracultura, com principais referências em pessoas negras e pobres, tendo sofrido repressão por parte da elite.

Para além de um estilo musical, o hip-hop também se estende como uma cultura popular que busca envolver os jovens e afastá-los do crime e da violência presente no subúrbio. Esse movimento tem origem em bailes, festas de rua e escolas de Nova Iorque, especificamente no Bronx, nas décadas de 1960 e 1970. Nesse contexto, os jovens resolvem criar disputas dentro desses ambientes, a fim de conter as brigas que ocorriam nas ruas, entretendo-os por meio do Break, do Grafite e do Rap, o que contribuiu para a disseminação cultural na periferia.

A música foi o meio utilizado para amplificar a fama desse movimento no Brasil e suas letras davam sentido à causa, ao ganhar ritmo e contexto nas vozes de artistas de destaque como Thaíde, Nelson Triunfo e Racionais MC's (Mano Brown, Ice Blue, Edi Rock e KL Jay, respectivamente). Até hoje, o Hip Hop é uma cultura, uma expressão de

música, arte, educação e, acima de tudo, uma certa conscientização de forma pacífica e disciplinada da realidade enfrentada por maior parte da população.

### 3. O rap e suas origens

A população preta brasileira, de origem escravocrata, sofreu e ainda sofre com a associação de raça e condição social, e, não raro, posiciona o povo afro-brasileiro em patamar inferior na sociedade. O fator econômico é importante para determinar a predisposição dentro das classes, mas não é apenas o que delimita essa questão, visto que, para Bourdieu (2006), o gosto é uma construção social que tem como princípio originário o *habitus* e que define os meios de vida das classes sociais, aproximando todos os seus membros através da forma de agir.

O rap é um instrumento criado por indivíduos marginalizados, que em um momento da história lutam contra a negligência do Estado e agrupam indivíduos com vivências parecidas. A ligação do gênero rap com marcas de luxo se dá a partir do início do século XXI quando o conteúdo das músicas acerca de drogas, armas e violência se encontra em segundo plano, dando lugar a carros de luxo, roupas de marca, mansões e jóias, o que cria todo um cenário de ostentação. Dessa forma, o gênero musical aparenta o alcance de um local de prestígio, logo os seguidores querem acompanhar os passos de seus ídolos, mudar seus modos de vida e, principalmente, de consumo, o que chega ao centro do tema.

#### 3.1. Identidade

As letras do rap, pautadas por realidade antes da fama, transmitem situações cotidianas da comunidade e os artistas desempenham um papel social ao promover ações que beneficiem seus vizinhos. A ação social realizada no Complexo da Penha, na cidade do Rio de Janeiro – Brasil, promoveu a entrega de 100 cestas básicas de alimentos pelo Dj Zullu, L7NNON (Lennon Frasseti) e LeodoKick. O evento foi um agradecimento por participarem e reafirmarem a mensagem no videoclipe da canção “Visão”. Sobre isso, o Dj Zullu emana a seguinte mensagem:

(...) espero que a mensagem da música chegue a todos os menores que hoje acham que o único futuro que eles têm é o das drogas e crime. Quero que eles saibam que podem ser muito mais do que isso. A música, o esporte e a cultura mudam e salvam vidas, e quero poder inspirar e ajudar no que eu puder. (Andrade, 2021)

Desse modo, a fala de Zullu se conecta com a ideia de que ser periférico vai além do sentido geográfico da palavra, visto que se baseia em experiência, vivência e sentimentos, e contribui, assim, para a formação de uma identificação de comunidade, com posterior pertencimento a uma situação social compartilhada (D’Andrea, 2013).

Soma-se a isso o fator de segregação sócio espacial. No que se refere à questão do vestuário, nota-se uma forte diferenciação dos indivíduos de comunidade daqueles

que pertencem à elite. Diante do uso de peças falsificadas em uma tentativa ilusória de aproximar-se das marcas de luxo, sofrem preconceito de cidadãos privilegiados que buscam se distanciar desses indivíduos desfavorecidos, faz-se aqui então a premissa de reprodução e distinção na moda (Nunes, 2022).

### 3.2. Influência e pertencimento

O estilo musical rap é também uma expressão cultural juvenil que contribui para a elaboração de uma identidade (Oliveira, 2016). Dessa forma, o primeiro passo é a compra de práticas e hábitos, externalizando através de uma mudança de estilo e modo de consumo desenvolvidos a partir de uma relação de inspiração com os rappers (Santos e Lima, 2022). Nesse viés, o *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS)<sup>1</sup> elaborou o conceito de subculturas, grupos identitários que se relacionam seguindo princípios, práticas e valorização dos mesmos objetos culturais. Dito isto, inicia-se a analisar relação de influência no modo de consumo, tendo como emissor os rappers L7NNON (Lennon), MD Chefe (Leonardo dos Santos) e Kyan (Renan Mesquita). Esse fenômeno segue para além da apreciação que os jovens periféricos têm com seus ídolos. Observa-se que essa influência também se dá através das estruturas musicais, que, mesmo de modo indireto, influencia uma configuração de venda ao fazer citação constante das marcas e de seus produtos, além de descrever a sensação que causam ao usá-los. São descrições de sentimentos de poder e superação que automaticamente despertam a atenção dos espectadores e parte da vontade de pertencer também a esse espaço de maior destaque (Barbosa, 2016).

Em função disso, a fala de uma entrevistada pelo Instituto de Pesquisa Data Popular, em matéria veiculada ao jornal *Estado de Minas*, afirma a persuasão deste estilo, com o seguinte depoimento:

Antes, eu era bem comum. Até que eu conheci um pessoal do hip hop. Me acho muito mais bonita. Agora que comecei a trabalhar, sou independente e posso manter meu estilo com meu próprio dinheiro. (Martins e Lobato, 2014)

Sendo assim, o estilo apresenta-se como uma ferramenta de diferenciação e posicionamento sociocultural. Ao estar presente em vídeos dos artistas de rap, esse estilo consolida-se como elemento de contracultura e proporciona aos jovens, antes marginalizados, um novo acesso a espaços públicos.

É notório que antes da ascensão do Hip-Hop como movimentação cultural, a população periférica não possuía relação de pertença com a cultura de massas, visto que existia uma produção cultural elitizada (com marcas voltadas apenas para um público de classe mais alta, sem haver uma representação desses indivíduos sem privilégios nos meios midiáticos). Desse modo, havia sensações opostas de superioridade e exclusão, com os indivíduos de comunidade sendo classificados pelo seu baixo teor

---

<sup>1</sup> O Centro de Estudos Culturais Contemporâneos foi fundado em 1964, na Universidade de Birmingham, na Inglaterra. Constitui-se como um grupo de pesquisadores que atuaram ativamente no estudo da cultura moderna e subculturas e suas formas de aplicação prática na sociedade.

socioeconômico. Em síntese, é possível perceber como o fator de pertencimento está diretamente associado ao consumo de luxo. Falsificados ou originais, utilizados em função da replicação estética dos seus ídolos, demonstram a ideia de encontrar a mesma base de prestígio.

#### 4. A Lacoste e sua relação com a periferia

A marca do crocodilo teve seu início em 1933, com o tenista René Lacoste e o industrial André Gillier. Seu apelido se deu a partir de uma aposta feita com o capitão de sua equipe de tênis. A disputa valia uma mala de couro de crocodilo, caso René ganhasse o campeonato. Houve forte repercussão na mídia norte-americana e o jogador de tênis, e, mesmo não ganhando a aposta, passou a ser conhecido como “*The Crocodile*”. Em análise realizada sobre o comportamento do consumidor Lacoste, os fundadores da *griffe* tinham em sua missão:

(...) o propósito de elevar a elegância a um valor que transcende as diferenças. Devido a isso, torna-se evidente que a elegância é um dos guias da marca, a qual busca conectar esse propósito ao de unir pessoas de diferentes status, gênero ou culturas. (Dineck, 2023, p. 44)

De modo introdutório, o marketing digital é feito por intermédio dos artistas para as marcas. Essa ação, em especial, chama atenção de clientes, visto que pessoas se conectam com pessoas e, dessa forma, também se conectam com a marca. A partir dessa narrativa executada pelas marcas, passa a ser vendido não apenas um produto, mas principalmente uma história, um prestígio social e a validação de um grupo.

Tal qual ocorreu com o artista Kayblack (Kaique Menezes), que conta em um vídeo no Youtube sobre seu sonho de utilizar a marca de luxo Lacoste, porém como não tinha condições, só foi possível realizá-lo quando adulto, após trabalhar arduamente e juntar seu dinheiro. Sua primeira peça foi para a produção de um clipe e partir disso a *griffe* passou a estar presente em seus momentos mais importantes.

Sendo assim, direta ou indiretamente, esses rappers têm um forte potencial de influência no modo de consumo e estilo de vida das pessoas que os seguem, visto que ao criar conteúdos simples com alguma peça de marcas como Lacoste, Nike ou Kenner, geram forte desejo de compra dentro e fora de sua comunidade.

Essa configuração consolida-se por meio da música e do estilo pessoal dos rappers, que influenciam e expandem o pensamento das comunidades. Desse modo, transpõe-se como uma luta de ressignificação do acesso e do poder de consumo travada por esses indivíduos pares (Salles, 2014, p. 141). Tal noção é complementada pela jornalista e fotógrafa focada em manifestações culturais periféricas:

A moda e principalmente o luxo, sempre foram utilizados como ferramentas de diferenciação social e de classes: a partir do momento em que a periferia bate no peito e diz estar vestindo as marcas de moda de luxo, que já foram símbolo de sua opressão, ela inverte esses valores. (Assunção, 2021)

Tal mudança de cenário e narrativa foi favorecida por conta da tecnologia e das plataformas digitais, reverberando uma autoridade maior para esses indivíduos negligenciados e se introduzirem em cena, compartilhando suas opiniões e se colocando onde se sentem pertencentes. Nesse sentido, apropriam-se de empresas e marcas que nem sempre se preocupam com as mesmas causas que essas pessoas e, por vezes, ocorrem conflitos entre a comunidade e as marcas. Nessa perspectiva, utilizam-se da marca Lacoste e a tornam fortemente atrelada à periferia brasileira, citada em diversas músicas de Rap e uma das principais ao tratar-se de consumo.

#### 4.1. O perfil no Instagram da Lacoste no Brasil

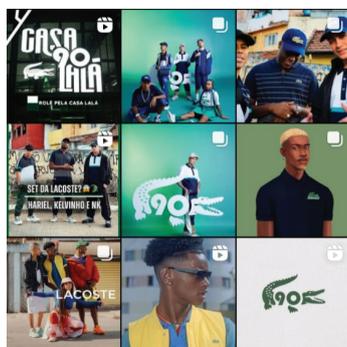
A campanha “Play Collective”, instituída em agosto de 2021, marcou o início das atividades no primeiro Instagram regional oficial da Lacoste no Brasil e foi realizada com as seguintes personalidades: João (cantor), Helena Bordon (empresária), João Guilherme (ator) e Pretta Mesmo (modelo).

A marca foi duramente criticada por seu público tradicional, no país em que estava se inserindo de forma digital, pois a ausência de celebridades que dão visibilidade para a empresa foi sentida por seus clientes brasileiros. Para uma marca com a história e consumo representados por elites desde seu início, inserir campanhas com ídolos periféricos causou estranheza. Em certo momento, a *griffe* convidou o rapper Kyan, que possui ligação com a marca pela sua música chamada “Tropa da Lacoste”. Entretanto, como a marca propôs o pagamento em *voucher*, o artista sentiu-se desvalorizado e o episódio foi veiculado pelo jornal *O Globo*, com uma suposta declaração do rapper à marca. As palavras traduzem seus sentimentos e sua recusa em apenas receber presentes no lugar de um cachê por sua participação no evento.

Não sou vira-lata, não vou aceitar que apenas me usem. Sou um artista que fecha contrato de acordo com minha proporção, não quero mimos. Quero ser pago como um branco é pago, abaixo disso, não me interessa... Com certeza fulano branco não foi pago com voucher pra fazer publi e eu também não. (Jornal *O Globo*, 2021)

Posteriormente, a marca convidou artistas que fazem parte de movimentos periféricos, sendo eles MD Chefe (Leonardo dos Santos), Kayblack (Kaique Menezes), Mc Caverinha (Kauê de Queiroz) e Mc Drika (Fernanda Andrielli), a fim de reconectar-se com seus públicos e fidelizar clientes em potencial. Nesse cenário, também ocorrem obras e associações independentes, vistas em publicações no *feed* da Lacoste de ilustrações do artista denominado de Calvet Arts, que representou diferentes pessoas pretas vestindo a marca francesa. Além disso, estiveram presentes outros artistas do eixo musical, como MC Hariel, cantor que fez diversas parcerias emblemáticas com a Lacoste para a moda periférica. O exemplo foi o lançamento de uma linha de tênis exclusiva assinada por ele em junho de 2022. No mesmo ano, em março, Hariel havia se tornado embaixador da *griffe* no Brasil. Um trecho de seu clipe “Tropa do H” foi publicado, marcando a primeira vez que o gênero Funk apareceu em sua conta do Instagram (Grigolato, 2023). Após toda a polêmica envolvendo a Lacoste no início

de suas mídias sociais, a marca atualmente utiliza estratégia de marketing orgânico e voltado para o público brasileiro periférico, sendo perceptível pelo *rebranding* que passou em suas redes sociais. O perfil brasileiro do Instagram adotou uma direção de arte e mensagem de uma marca associada a indivíduos que seguem uma estética de moda periférica, de acordo com a Figura 1:



**Figura 1**  
Parte do *feed* Lacoste.

#### 4.2. Alterações da marca e os reflexos no visual *merchandising*

Outro sinal de ruptura com fatores tradicionais surgiu na comemoração de 90 anos da Lacoste, no ano de 2023. As lojas situadas no Morumbi Shopping e Barra Shopping (em São Paulo e Rio de Janeiro, respectivamente) tiveram seus letreiros alterados de 'Lacoste' para 'Lalá', como mostra a Figura 2:



**Figura 2**  
Fachada com letreiro alterado para Lalá, Morumbi Shopping, São Paulo.

Lalá é a maneira como a comunidade se refere à marca nas músicas de rap, o que reforçou a relação com os fãs brasileiros. Para além da comunicação em fachadas comemorativas, a marca Lacoste encontrou outra maneira de transmitir as alterações em suas lojas a partir do relacionamento com artistas do Rap. Esses artistas, oriundos das periferias brasileiras, possuem biotipos com características africanas. Rostos com traços marcantes e cabelos com penteados que diferem claramente de traços orientais ou de origem europeia. Dessa forma, a marca levou às suas lojas e vitrinas manequins com atributos particulares e outros símbolos de associação com as comunidades e representantes do rap brasileiro. Essa identidade em seus rostos e cabelos reforça o discurso da Lacoste, como defende Demetresco (2014):

A presença da parte pelo todo (metonímia) faz com que o observador entre em conjunção comunicativa com o discurso da vitrina e se sensibilize. Isso confirma que a percepção do corpo humano em relação a outro corpo humano, no caso o manequim, cria uma forma expressiva sensível de identificação porque, num discurso como esse, existem várias articulações presentes, sejam elas comunicativas, expressivas, figurativas, fetichistas ou lúdicas. (Demetresco, 2014, pp. 109-110)

Esses manequins também foram exibidos em lojas fora do Brasil. Na loja Lacoste do aeroporto de Tocumen, na cidade do Panamá, vê-se tipologias de manequins com traços étnicos aliadas a outros manequins, como mostram as Figuras 3, 4 e 5:

**Figuras 3, 4 e 5**  
Manequins em vitrina e loja na Cidade do Panamá (3 e 4) e Paris (5).



As características abraçadas pela marca Lacoste em suas lojas não estão presentes apenas na América Latina. Registro de manequins semelhantes aos presentes na loja do aeroporto do Panamá foram vistos em loja de Paris (Figura 5), o que reflete as alterações dos manequins também na Europa.

## 5. Considerações finais

As evidências apresentadas traduzem a influência dos rappers na relação com a marca Lacoste, além de gerar identificação entre os jovens periféricos por meio das letras de suas músicas. Ao verem um cantor prosperar, adquirir bens de luxo e dar uma vida confortável para suas famílias, os jovens idealizam essa vida para eles, mesmo que apenas através da vestimenta.

Dessa forma, o mercado contribui para potencializar o faturamento da marca, que utiliza as mídias sociais como uma das métricas obtidas. Segundo o CEO da marca, Pedro Zannoni, o Brasil é um dos quatro países priorizados pela marca, junto aos Estados Unidos, a França e a China. Ao iniciar o Instagram brasileiro da marca, havia uma expectativa de 120 000 seguidores até ao fim do ano de 2021. No entanto, em dezembro daquele ano a marca ultrapassou o número de um milhão de pessoas conectadas. Além disso, a conta brasileira da Lacoste é a única conta regional autorizada pela marca (Padilha, 2022). Com base nesses fatores, é possível compreender a representatividade do país e o potencial de crescimento junto do público.

O Brasil destacou-se por uma quebra de padrão do público tradicional da Lacoste. Apesar das críticas por parte da elite, seu cliente tradicional, a marca continuou a expandir seu público emergente por influência dos rappers. Alguns de seus símbolos foram recriados e posicionados em suas lojas. Para uma marca nascida das quadras de um esporte da alta sociedade, a Lacoste demonstrou abertura para investir e, talvez, obter benefícios econômicos e culturais. Questiona-se aqui como a marca dará continuidade a essa mescla de públicos no Brasil e se estabelecerá essa estratégia em outros países, para além de adaptar os biotipos dos manequins.

Em síntese, pode-se perceber que o uso de marcas de luxo por indivíduos negligenciados vai além da vontade de se ter um reconhecimento social. Tal fato reverbera também como resignificação e resistência de uma luta travada por essas pessoas, que atualmente têm o poder de se expressar livremente e serem protagonistas em seu campo social. Percebe-se que, para além do vestir, a indumentária configura-se também como diferenciação e pertencimento em um ambiente social, conceitos esses de extrema valorização para essa comunidade. Antes do surgimento do Hip-Hop, boa parte desses indivíduos não se identificava com a cultura dominante e, consequentemente, não se sentiam pertencentes a nenhum lugar. Logo, o Rap surge como porta-voz dos pesares de um grupo que também utiliza a vestimenta como meio de reduzir sua invisibilidade e afirmar seu protagonismo.

## Referências

- Andrade, M, 2021. 'No lançamento da nova música "Visão", DJ Zullu participa de ação social na Penha', *Jornal Voz das comunidades*, [online] 06 agosto. Disponível em <<https://www.vozdascomunidades.com.br/destaques/no-lancamento-da-nova-musica-visao-dj-zullu-participa-de-acao-social-na-penha>> [acesso em 30 junho 2023].
- Assunção, L, 2021. 'A relação polêmica da moda de luxo com a moda da quebrada' *Fashion Forward*, UOL online, São Paulo, [online] 18 agosto. Disponível em <<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/a-relacao-polemica-da-moda-de-luxo-com-a-moda-de-quebrada>> [acesso em 01 julho 2023].
- Barbosa, MR, 2016. 'Como é bom ser vida loka: funk ostentação e as práticas de consumo dos jovens das classes C e D', trabalho de graduação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/147526/>> [acesso em 30 jun. 2023].
- Bourdieu, P, 2006. 'A Distinção', Editora Zouk, São Paulo. Disponível em <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4900373/mod\\_resource/content/0/Texto%206%20-%20BOURDIEU%20%282007%29%20-%20O%20universo%20de%20poss%C3%ADveis%20estil%C3%ADsticas.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4900373/mod_resource/content/0/Texto%206%20-%20BOURDIEU%20%282007%29%20-%20O%20universo%20de%20poss%C3%ADveis%20estil%C3%ADsticas.pdf)> [acesso em 01 julho 2023].
- D'Andrea, T, 2013. 'A formação dos sujeitos periféricos: cultura e política na periferia de São Paulo', tese de doutoramento, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Disponível em <[https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-18062013-095304/publico/2013\\_TiarajuPabloDAndrea\\_VCorr.pdf](https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-18062013-095304/publico/2013_TiarajuPabloDAndrea_VCorr.pdf)> [acesso em 01 julho 2023].

Demetresco, S, 2014. *Vitrinas e exposições: arte e técnica do visual merchandising*, Érica, São Paulo.

Dineck, MO, 2023. 'Análise do comportamento do consumidor da marca Lacoste em diferentes campanhas no Instagram', graduação, Curso de Publicidade e Propaganda, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo. Disponível em <<http://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/12892/Maria-ne%20de%20Oliveira%20Dineck.pdf?sequence=1>> [acesso em 02 abril 2024].

Filho, G, 2020. 'Direitos sociais na Constituição de 1988: breve estudo sobre os direitos do art. 6.º da Constituição da República', Enciclopédia Jurídica da PUCSP, São Paulo, [online]. Disponível em <<https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/355/edicao-1/direitos-sociais-na-constituicao-de-1988:-breve-estudo-sobre-os-direitos-do-art.-6%C2%BA-da-consituicao-da-republica>> [acesso em 16 julho 2023].

Grigolato, HL, 2023. 'A influência do funk na publicidade da Lacoste Brasil', trabalho de graduação, Centro Universitário Sagrado Coração, Bauru. Disponível em <<https://repositorio.unisagrado.edu.br/jspui/handle/handle/1492>> [acesso em 06 abril 2024].

Jornal O Globo, 2021, 'Lacoste é criticada nas redes após campanha publicitária sem rappers e funkeiros.', Rio de Janeiro, [online] 04 agosto. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/cultura/lacoste-criticada-nas-redes-apos-campanha-publicitaria-sem-rappers-funkeiros-25140078>> [acesso em 04 julho 2023].

Martins, V & Lobato, PH, 2014. 'Jovens da classe C superam os gastos de R\$ 80 bilhões dos mais abastados', Jornal Estado de Minas, Belo Horizonte, [online] 21 jan. Disponível em <[https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2014/01/21/internas\\_economia,489927/jovens-da-classe-c-superam-os-gastos-de-r-80-bilhoes-dos-mais-abastados.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2014/01/21/internas_economia,489927/jovens-da-classe-c-superam-os-gastos-de-r-80-bilhoes-dos-mais-abastados.shtml)> [acesso em 30 junho 2023].

Nunes, CFS, 2022. 'Consumo, logo sou visto: relação entre marcas inseridas nas músicas de Rap/Trap e a periferia', trabalho de graduação, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal. Disponível em <<https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/48664/3/Artigo%20Caik%20%20vers%c3%a3o%20final%20com%20ficha%20catalogr%c3%a1fica.pdf>> [acesso em 24 junho 2023].

Oliveira, E, 2016. 'Rap contestação e funk ostentação: consumo e discursos sonoros na periferia', dissertação de mestrado, Universidade Estadual Paulista, Araraquara. Disponível em <[https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/137872/oliveira\\_ems\\_me\\_arafc.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/137872/oliveira_ems_me_arafc.pdf?sequence=5&isAllowed=y)> [acesso em 01 julho 2023].

Padilha, I, 2022. 'Brasil se torna essencial na estratégia global da Lacoste', Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, [online] 01 fevereiro. Disponível em <<https://sbvc.com.br/brasil-se-torna-essencial-na-estrategia-global-da-lacoste/>> [acesso em 10 abril 2024].

Salles, TD, 2014. 'Ostentar para a esperança levar: o consumo de luxo como estilo de vida na periferia brasileira', Humanidades em contexto: saberes e interpretações, Cuiabá.

Santos, C, & Lima, T, 2022. 'A relação da periferia com as marcas de luxo', Revista Crises, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, acesso em 29 de junho de 2023 <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/crises/article/view/253841/40971>>.



# Strategie di valorizzazione: Il patrimonio tessile a Roubaix

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.3>

**Sandra Coppola<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli,  
Università Iuav di Venezia, [scoppola@iuav.it](mailto:scoppola@iuav.it)*

## Abstract

Il presente elaborato si propone di far emergere nuove strategie di condivisione, trasformazione ed esposizione del patrimonio archivistico appartenente all'industria tessile, al fine di diffondere pratiche utili di valorizzazione sul territorio italiano. Il caso studio indagato è il Centre des Archives du Monde du Travail (Centro degli Archivi del Mondo del Lavoro) sito a Roubaix, un antico distretto industriale nel nord della Francia. Le principali attività del Centro sono la selezione, la raccolta e la custodia di archivi appartenenti al mondo del lavoro, assieme a operazioni di valorizzazione, comunicazione e diffusione di un immenso patrimonio che racconta una storia industriale e sociale, legata anche al recupero e alla riqualificazione di uno stabilimento industriale. I processi di valorizzazione presi in esame nel seguente testo riguardano nello specifico la comunicazione e l'attivazione di documenti facenti parte di archivi di industrie tessili per la moda. Le considerazioni finali si concentrano sull'analisi delle strategie che rendono la documentazione archivistica accessibile e significativa per il pubblico, sottolineando i fattori chiave che ne garantiscono un'efficace valorizzazione e fruizione.

## Keywords

Patrimonio culturale; industria tessile; archivi d'impresa; Centre des Archives du Monde du Travail; comunicazione e fruizione archivistica.

## 1. Introduzione

Le strategie di valorizzazione e diffusione del patrimonio culturale dell'industria tessile per la moda assumono oggi varie forme. Il processo di analisi di tali attività potrebbe stimolare nuove connessioni e promuovere luoghi e elementi materiali e immateriali che costituiscono questo tipo di ricchezza così stratificata. Nell'ambito del design, il patrimonio culturale è un'eredità attiva ed incrementabile, data la costante produzione di nuovi beni (Irace, 2013, in Daverio e Trapani, 2013, p. 12). I patrimoni tessili per la moda presi in esame sono in continua evoluzione, e per questo è fondamentale trasmettere e valorizzare i saperi e le tecniche legate a questa industria. La diffusione del patrimonio industriale esalta la storia aziendale e diventa un mezzo di conoscenza per il territorio e la società in generale (Augello, 2022, p. 29). Questa storia non si limita agli aspetti economici, ma coinvolge profondamente anche il contesto sociale e il paesaggio urbano, poiché un impianto tessile può avere un impatto significativo sull'estetica della città e quindi sul territorio. Le istituzioni culturali hanno oggi l'esigenza e la possibilità di modificare i termini e le procedure della trasmissione culturale secondo una visione dinamica tipica della società della comunicazione (Irace, 2013, in Daverio e Trapani, 2013, p. 13), sfruttando le nuove nozioni di patrimonio in senso lato e i nuovi media. In Italia, nonostante la presenza di una moltitudine di patrimoni tessili legati alla moda, tali risorse sono spesso privatizzate e utilizzate principalmente dall'industria, piuttosto che essere accessibili al pubblico. Questo limita la capacità del patrimonio tessile di fungere da strumento educativo e culturale per la società nel suo complesso, nonostante la storia tessile sia un'eredità collettiva che dovrebbe appartenere a tutti.

Ripensare le metodologie di valorizzazione e fruizione del patrimonio tessile, anche alla luce delle riflessioni di autori come Anneke Smelik, significa non solo considerare gli aspetti materiali, ma anche comprendere come tali patrimoni possano influenzare le pratiche contemporanee nel fashion. Smelik, con il concetto di *fashion matters* (Vaccari, 2022, p. 84), ci ricorda che la moda non è solo un fenomeno estetico, ma anche un sistema di produzione, consumo e comunicazione intrinsecamente legato a questioni sociali, ambientali e culturali. In questo contesto, una corretta fruizione della storia industriale tessile può contribuire ad ampliare la comprensione dei *fashion matters*, promuovendo nuove e migliori abitudini di consumo. Attraverso un'adeguata valorizzazione e diffusione dei saperi tessili, è possibile non solo educare il pubblico a un consumo più consapevole, ma anche riconnettere la società con una parte importante della sua eredità culturale, facilitando una riflessione critica sulle implicazioni del consumo di moda nell'epoca contemporanea. In particolare, la documentazione delle industrie legate al design della moda si presenta in molteplici forme (Calanca e Capalbo, 2018, p. 18) ed è in continua evoluzione. Il patrimonio culturale dell'industria tessile oggi comprende non solo territori fisici, come gli stabilimenti industriali, ma anche paesaggi antropologici e sociali legati al capitale umano. Tra gli oggetti materiali figurano collezioni di tessuti, archivi storici e raccolte di disegni, mentre i saperi immateriali sono spesso conservati in manuali, registri e altre forme documentarie. Per affrontare la continua ricerca di nuove metodologie

di comunicazione del vasto patrimonio tessile sul territorio italiano, questo elaborato si propone di analizzare un progetto esemplare per estrarre buone pratiche di promozione, potenziamento e sviluppo. Il focus è sul Centre des Archives du Monde du Travail (Centro degli Archivi del Mondo del Lavoro), un significativo modello di valorizzazione del patrimonio industriale situato a Roubaix, nel nord della Francia. L'obiettivo è analizzare le strategie di sviluppo e lavoro del Centre al fine di ampliare la conoscenza sulla tipologia di materiali che oggi costituiscono il patrimonio industriale, diffondere informazioni sulle modalità di conservazione e valorizzazione e riflettere sulle differenti strategie di comunicazione adottate, tentando di estrapolare un elenco di attività applicabili su più siti del patrimonio italiano.

In particolare, sebbene il patrimonio industriale tessile sia ampiamente distribuito in tutta Italia, spesso non è sufficientemente comunicato al pubblico. Questa indagine si concentra quindi sull'individuazione di metodi efficaci per la valorizzazione e la comunicazione degli archivi tessili. L'obiettivo è esplorare strategie che possano migliorare la fruizione e la comprensione di questo patrimonio, ispirandosi alle buone pratiche del *Centre des Archives du Monde du Travail*.

## 2. Pratiche di valorizzazione del *Centre des Archives du Monde du Travail*

Nel cuore di Roubaix, nel Nord della Francia, si trova il *Centre des Archives du Monde du Travail* (Centro degli Archivi del Mondo del Lavoro), un progetto esemplare di raccolta, custodia, comunicazione e valorizzazione di un immenso patrimonio che racconta una storia industriale, sociale e paesaggistica. Il progetto di valorizzazione degli ANMT (*Archives nationales du monde du travail*) parte dal restauro dell'edificio che lo ospita. Si tratta infatti di un'antica filatura di cotone Motte-Bossut, fondata nel 1843 per volere di Louis Motte-Bossut, che si ispirò esteticamente e organizzativamente ai modelli della rivoluzione industriale inglese. L'edificio, considerato uno *château d'industrie*, segna il paesaggio urbano di Roubaix con i suoi cinque piani, 100 metri di lunghezza ed una ciminiera alta 37 metri. Al suo interno venivano svolte tutte le fasi di lavorazione dalla preparazione della fibra di cotone fino alla creazione di rocche di filo; tuttavia, il gruppo Motte-Bossut cessa la sua attività nel 1981 e l'anno successivo dichiara bancarotta, colpevole la crisi economica della seconda metà del XX secolo (*Des balles de coton aux boîtes d'archives*, 2023, pp. 10-25). A salvare l'edificio dalla demolizione è il riconoscimento di monumento storico delle antiche parti della filatura ricevuto nel 1978 (*Histoire de l'usine Motte-Bossut*, no date). Nel 1989 ha avvio la metamorfosi da filatura a centro atto alla conservazione di archivi e nel 1993 diviene *château du patrimoine* e inaugura il *Centre des Archives du Monde du Travail* (CAMT) che compie 30 anni nel 2023 sotto il nuovo nome *Archives nationales du monde du travail* (ANMT). La creazione del centro di raccolta di archivi industriali si inserisce in un progetto più ampio di recupero del sito industriale in rovina che domina il paesaggio locale e di restituzione alla Francia del proprio patrimonio di interesse storico, tecnico, economico e sociale (Chadeau, 1995, pp. 143-145). Il recupero di questa fabbrica abbandonata è stato realizzato nel 1993 attraverso un

progetto dell'architetto Alain Sarfati, che ha conferito all'edificio luce ed eleganza impiegando vari materiali, tra cui il vetro e l'alluminio laccato di bianco. Il progetto ha trasformato l'edificio in un importante centro culturale e sociale. L'iniziativa di valorizzazione del patrimonio industriale è evidente nel modo in cui il sito è stato riintegrato nel contesto urbano della città, ripristinando il suo ruolo nella comunità e nel tessuto sociale.

Il Centro ospita oggi 50 chilometri di fonti archivistiche di vario tipo: documenti scritti, manoscritti o testi stampati, fotografie, mappe, poster, e altri materiali sonori, audiovisivi e digitali. Fin dalla sua inaugurazione, il Centro è stato dotato di un sistema informatizzato per la gestione dell'inventario, di una sala di lettura, di un auditorium per conferenze e di ampi spazi dedicati alle esposizioni (Chadeau, 1995, pp. 143-145). Gli archivi appartengono agli attori della vita economica e professionale, come imprese, sindacati, organizzazioni professionali e associazioni che operano nel mondo del lavoro. Questi archivi comprendono documenti relativi a una vasta gamma di industrie, il che evidenzia la ricchezza e la varietà dei materiali conservati. Tuttavia, il focus della presente analisi è limitato alle metodologie di valorizzazione e comunicazione specifiche per l'industria tessile.

In occasione dei 30 anni è stato pubblicato dall'ANMT un volume dal titolo *Des Balles de Coton aux Boîtes d'Archives* (Dalle Balle di Cotone alle Scatole d'Archivio). Questo lavoro è suddiviso in tre sezioni: *Le château d'industrie* narra la storia dell'edificio, *Perles d'archives* presenta una selezione di 30 elementi archiviati, tra cui tracce audio, video, fotografie, poster e etichette, descritti e commentati dagli archivisti, mentre *Souvenirs souvenirs...* documenta l'opera di valorizzazione dell'ente nel corso dei tre decenni, dando voce agli utenti. Dall'opera sono stati estratti alcuni esempi significativi e attività rappresentative che verranno descritte di seguito. La prima parte del libro offre un omaggio al luogo di interesse storico e sociale che oggi ospita un prezioso patrimonio culturale. La seconda parte raccoglie una selezione di materiali che sintetizzano diversi aspetti sociali, industriali, storici e documentali presenti all'interno dell'archivio. La storia sociale emerge attraverso poster e pagine di giornali pubblicati durante le rivolte socialiste, fotografie appartenenti all'archivio del sindacato CFTC e le testimonianze raccolte da Oscar Cole-Arnal. Le narrazioni della storia industriale sono illustrate attraverso mappe, immagini, etichette e fotografie. In particolare, due documenti sono strettamente legati all'industria tessile: il primo è una raccolta di 1200 etichette tessili prodotte dall'azienda A. Crespel, che forniscono indicazioni dettagliate sull'azienda produttrice. L'etichetta ritrae al centro una figura allegorica femminile circondata da oggetti rappresentativi dell'innovazione del ventesimo secolo. Questi elementi mettono in risalto e celebrano il progresso e l'importanza dell'industria francese. L'impresa di produzione di fili A. Crespel, situata a Lille, ha prodotto un album di etichette cromolitografate che è stato acquisito dagli ANMT nel 2015 (*Des balles de coton aux boites d'archives*, 2023, pp. 50-51). Questo lavoro minuzioso di produzione non solo rappresenta un documento d'epoca, ma riesce a comunicare efficacemente lo spirito del tempo, racchiudendo in ciò che può sembrare un semplice oggetto una storia sociale e industriale di grande significato.

Un altro aspetto rilevante riguarda una collezione di cataloghi d'impresa. Nel 2016, il dipartimento legale dell'impresa francese 3 Suisses ha facilitato il trasferimento agli ANMT di una raccolta di cataloghi utilizzati per la vendita per corrispondenza di *prêt-à-porter* (*Des balles de coton aux boites d'archives*, 2023, pp. 56-57). Questo materiale offre spunti preziosi per l'analisi della storia industriale e commerciale del settore. La fotografia selezionata nel volume risale agli anni Ottanta del secolo scorso e ritrae una donna mentre consulta un catalogo dell'impresa, fondata nel 1932. L'immagine illustra l'uso del catalogo per effettuare acquisti e mette in luce la semplicità del processo d'ordine. Questo materiale è di grande interesse poiché non solo testimonia la vita quotidiana dell'epoca, ma fornisce anche uno spaccato sul ruolo e sull'uso dei cataloghi per la vendita per corrispondenza, evidenziando l'evoluzione delle pratiche commerciali e l'adattamento delle imprese alle esigenze dei consumatori. I due elementi sono presentati attraverso scansioni e inclusi nel volume. Accanto alle scansioni, sono fornite brevi descrizioni delle immagini e paragrafi che contestualizzano storicamente il materiale, accompagnati dai commenti dell'archivista che ha curato il lavoro.

A partire dall'apertura degli ANMT, oltre 200.000 utenti hanno interagito con il patrimonio attraverso le aree di studio e consultazione, partecipando a mostre, workshop, spettacoli, proiezioni, convegni e visite guidate. Questo dato sottolinea non solo la vasta portata delle attività offerte dal centro, ma anche l'importanza della loro comunicazione e fruizione pubblica. È interessante notare che la struttura ospitante gli archivi è stata rinnovata con particolare attenzione all'accoglienza del pubblico, progettando spazi adatti a una vasta gamma di eventi culturali.

Le iniziative di valorizzazione e condivisione del patrimonio sono molteplici e in costante aggiornamento. Un esempio di particolare interesse è l'esposizione *PATRONS*, ospitata all'interno del centro e curata dall'artista Joséphine Kaepelin. In mostra c'erano 13 camicie da lavoro (*Des balles de coton aux boites d'archives*, 2023, pp. 112-113), i cui motivi erano stati progettati a partire dai documenti d'archivio conservati. Questo progetto rappresenta un efficace modello di rielaborazione e attivazione dei materiali d'archivio. Il workshop collegato all'esposizione ha previsto tre sessioni: la prima dedicata alla storia del centro archivistico, la seconda a uno scambio di ricordi tra i partecipanti riguardo ai loro aneddoti di lavoro, e la terza alla creazione di un'opera collettiva ispirata ai lavori dell'artista (*"Raconte-moi ton travail": atelier hors les murs*, 2023). Questo evento non solo esplora l'evoluzione dell'industria tessile nella regione, ma raccoglie anche le memorie dei lavoratori del distretto industriale di Roubaix, creando nuove narrazioni e valorizzando il tessuto sociale e industriale. L'evento diventa così un'opera di valorizzazione del patrimonio a più livelli: da un lato, offre una rielaborazione artistica delle fonti, dall'altro una trasmissione orale delle memorie collettive.

Il lavoro del Centre des Archives du Monde du Travail ripercorre il concetto di valorizzazione sotto molteplici aspetti. A partire dal recupero dell'architettura del patrimonio, il centro raccoglie e classifica materiali di vario tipo, con l'obiettivo di valorizzarli e restituirli al pubblico. Gli spazi dell'ex "castello industriale" sono oggi organizzati

per ospitare e coinvolgere il pubblico in diverse attività. Tra le strutture disponibili ci sono l'auditorium, con una capienza di 200 persone, la sala lettura, accessibile su prenotazione, e l'area dedicata alle esposizioni. Inoltre, il centro offre la possibilità di richiedere assistenza da parte di archivisti durante le ricerche, facilitando così l'accesso e l'utilizzo del patrimonio archivistico. Oltre ad accogliere il pubblico per ricerche e attività culturali, il *Centre des Archives du Monde du Travail* offre anche l'opportunità di visitare il centro e accedere agli spazi di lavoro dei 20 archivisti tramite visite guidate. Queste visite, gratuite e organizzate il primo venerdì di ogni mese per gruppi di massimo venti persone, sono gestite in collaborazione con l'ufficio del turismo di Roubaix. Durante la visita, i partecipanti possono scoprire la storia dell'edificio e la sua riabilitazione, nonché comprendere come il centro sia stato trasformato in uno spazio dedicato alla conservazione e valorizzazione del patrimonio. Questa organizzazione dimostra l'impegno del Centro nell'offrire un accesso inclusivo e informato al patrimonio, facilitando così una connessione più profonda tra il pubblico e la storia conservata. La collaborazione con l'ufficio del turismo e la gratuità delle visite sono scelte strategiche che incentivano la partecipazione e promuovono l'integrazione del centro nel tessuto culturale e turistico di Roubaix.

Per quanto riguarda la digitalizzazione, meno della metà dei materiali custoditi è attualmente accessibile online. Tuttavia, il processo è in fase di sviluppo, con l'intenzione di creare una piattaforma mediale per facilitare una diffusione più ampia della conoscenza. Al momento, il sito web del centro offre album ed esposizioni virtuali per coinvolgere il pubblico online. Inoltre, ogni mese viene selezionato e pubblicato un dossier dall'archivio, descritto con particolare attenzione. È previsto anche un programma di *newsletter* per mantenere i contatti con gli utenti e aggiornarli sulle future attività.

### 3. Conclusioni

Alla luce di quanto esposto, la valorizzazione e la comunicazione dei materiali d'archivio si basano su tre principali assi: ricerca, esposizione e narrazione. La promozione di una ricerca esplorativa, supportata da archivisti, stimola la scoperta della storia del luogo e permette una comprensione approfondita del patrimonio. I percorsi espositivi, organizzati ciclicamente, non si limitano a mostrare i documenti, ma offrono nuove interpretazioni e connessioni, rielaborando le fonti in modi innovativi.

La narrazione dei materiali avviene attraverso diverse forme, come la pubblicazione gratuita disponibile presso la sede del Centro e la strategia della *newsletter*, efficace nel mantenere il pubblico informato e coinvolto. Questi strumenti aiutano a creare un rapporto dinamico e continuo con il patrimonio, offrendo aggiornamenti e approfondimenti regolari.

Il concetto di "pubblico attivo" è centrale nelle strategie del Centro. Per pubblico attivo si intende un pubblico che non si limita a osservare passivamente, ma che partecipa direttamente alle attività offerte, come workshop e visite guidate. Questa partecipazione attiva consente una connessione tangibile e metaforica con il patrimonio,

trasformando l'archivio in un luogo di interazione e coinvolgimento. La differenza tra un'archiviazione passiva e una partecipazione vivace è fondamentale per comprendere l'importanza di creare spazi che stimolino l'uso diretto e la riflessione critica.

Il *Centre des Archives du Monde du Travail*, con la sua architettura rinnovata e le sue pratiche di valorizzazione, offre un esempio illuminante di come gli archivi possano diventare spazi vitali e interattivi. Contrariamente all'immagine tradizionale di un archivio chiuso e polveroso, il vivace archivio di Roubaix si integra con l'urbanistica della città e le sue storie sociali ed economiche. Questo approccio non solo apre spazi di dialogo e rivelazione, ma rappresenta anche un'applicazione concreta del concetto di archivio secondo Mario Lupano. Lupano descrive l'archivio come un elemento che può essere interrogato e che, a sua volta, interroga, divenendo così un luogo di rivelazione e appropriazione (Lupano, 2013, pp. 206-219).

Il modello di valorizzazione del *Centre des Archives du Monde du Travail* offre spunti preziosi per il rafforzamento degli archivi tessili in Italia, sottolineando l'importanza di un'archiviazione che vada oltre la semplice documentazione, abbracciando un approccio più interattivo e coinvolgente. Spesso, l'industria tessile italiana non conserva adeguatamente i documenti storici, i quali hanno un'importanza cruciale per la nostra società. Il patrimonio tessile, infatti, non dovrebbe essere considerato solo come una raccolta di campioni, ma come un archivio ricco di significati storici e culturali.

L'adozione di nuove metodologie di valorizzazione, simili a quelle applicate al *Centre des Archives du Monde du Travail*, potrebbe migliorare la conservazione e la comunicazione del patrimonio tessile italiano, ampliando la nostra comprensione della sua storia industriale. In quest'ottica, si potrebbe ipotizzare la creazione di un centro italiano dedicato al patrimonio tessile, che raccolga e metta in connessione i patrimoni conservati dalle singole aziende. Questo centro non solo preserverebbe i campioni e le tecniche, ma valorizzerebbe anche la dimensione sociale e storica del settore, offrendo una narrazione più completa e integrata del patrimonio tessile. Un tale approccio permetterebbe di superare le limitazioni dei musei d'impresa esistenti, spesso focalizzati sugli aspetti tecnici e celebrativi, aprendo nuove possibilità per una valorizzazione più profonda e coinvolgente di questo importante patrimonio.

## Referenze

- Archives Nationales du Monde du Travail, 2023. "Raconte-moi ton travail": atelier hors les murs. [Online] Available at: <<https://archives-nationales-travail.culture.gouv.fr/Decouvrir/Ateliers/Raconte-moi-ton-travail-atelier-hors-les-murs>> [Accessed on June 10, 2024].
- Archives Nationales du Monde du Travail, no date. Histoire de l'usine Motte-Bossut [Online] Available at: <<https://archives-nationales-travail.culture.gouv.fr/Qui-sommes-nous/Histoire-de-l-usine-Motte-Bossut>> [Accessed on June 10, 2024].

- Archives Nationales du Monde du Travail, 2023. *Des balles de coton aux boites d'archives*.
- Augello, M., 2022. *Curating Italian Fashion: Heritage, Industry, Institutions*. Bloomsbury Publishing.
- Calanca, D. e Capalbo C., 2018. *Moda e Patrimonio Culturale*. ZoneModa Journal, Vol. 8, No. 1.
- Chadeau, E., 1995. *Le centre des archives du monde du travail à Roubaix. Vingtieme siecle*. Revue d'histoire, pp. 143-145.
- Irace, F., 2013. *Design & Cultural Heritage*. in Trapani, V., & Daverio, P. (2013). *IL DESIGN DEI BENI CULTURALI. CRISI TERRITORIO, IDENTITÀ*. Rizzoli.
- Lupano, M., 2013. *L'archivio in mostra: materialità documentaria e dispositivo visionario, in Archivi e mostre*. Atti del primo Convegno Internazionale Archivi e Mostre, Edizioni La Biennale di Venezia, Venezia, pp. 206-219.
- Vaccari, A. 2022. 'Fashion Matters' by Anneke Smelik. *A Lecture Series on Sustainability, Posthumanism and New Materialism, Università luav di Venezia, 2nd-30th March 2022*. ZoneModa Journal, 12(2), pp. 83-85.

# Monumenti mutanti

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.4>

**Mattia Zilla<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Università IUAV di Venezia, mattiazilla@gmail.com*

## Abstract

Il lavoro si muove intorno alla domanda: “cosa succede quando un monumento cade/muta?”. L’analisi della performance “The bridegroom stripped bare” di Alexander McQueen mi permette, sviluppando il parallelismo tra corpo e monumento, di individuare possibili spazi di risemantizzazione delle nozioni naturalizzate di genere. Il mezzo dell’abito diventa strumento di indagine estetica volta a mettere in questione specifici regimi di visibilità e di verità, e ad esplicitare il processo normativo e ritualizzato di rappresentazione del corpo. Capire come viene costruita l’immagine dell’uomo diventa un esercizio fondamentale di presa di coscienza utile ad attivare un processo di risignificazione epistemologico del reale. Lo scopo di questo lavoro è, quindi, quello di aprire lo spazio al mondo del possibile. In questa cartografia il mutamento, la transizione, il divenire diventano spazi non omogenei di potere estetico capaci di far sorgere nuovi modi di sentire e di indurre nuove forme di soggettività politica. Attraverso la messa in questione di un presunto ordine naturale si ridefiniscono le relazioni tra corpo e spazio, e i confini del corpo stesso per la creazione di un nuovo corpo espanso e mutevole.

## Keywords

Corpo; rappresentazione; estetica; performatività; mutazioni.

## 1. Introduzione

Se, come sostiene Judith Butler (Butler, 2019), sono le azioni collettive, le alleanze dei corpi nello spazio pubblico, a creare lo spazio e ad organizzare le architetture, le manifestazioni di protesta degli ultimi anni hanno esplicitato la finzione che vorrebbe fare dello “spazio pubblico” uno spazio neutro ed egualitario.

Quello che si è chiamato finora “spazio pubblico” è in realtà uno spazio tutto polarizzato lungo linee di classe, razza, sesso, orientamento sessuale, abilità funzionale, dove solo il corpo bianco, maschile, eterosessuale, abile e nazionale ha diritto a circolare come soggetto politico a pieno titolo. (Preciado, 2023, p. 413)

All'interno di questo spazio l'esercizio della sovranità passa anche attraverso la costruzione di un'*estetica del dominio*, una partizione del sensibile, utilizzando Jacques Rancière (2022), che ordina la "ripartizione degli spazi, dei tempi e delle forme di attività che determina (...) il modo in cui gli uni o gli altri avranno parte a questa partizione." (Rancière, 2022, p. 15)

In quest'ottica i monumenti – protesi della memoria, rappresentano l'iscrizione nello spazio pubblico di una narrazione culturale dominante attorno alla quale la società si divide. Le statue sono i segni sacralizzati e condivisi del potere che “consolidati da narrazioni storiche e epiche, finiscono per estetizzarsi e naturalizzarsi, al punto che smettiamo di percepire la violenza cognitiva.” (Preciado, 2023, p. 415)

Accade così che, in un regime in mutamento, le statue, infrastrutture petrosesso-razziali<sup>1</sup> della modernità capitalista, devono cadere. I monumenti, costruzioni ed espressione creati per far sopravvivere nel tempo poteri, valori, narrazioni e immaginari ritenuti stabili e definitivi, devono diventare un *dispositivo polifonico* – una piattaforma di stratificazione in mutamento condivisa che permetta di capire come quei “segni materiali della grammatica culturale” (Preciado, 2023, p. 418) rappresentino e veicolino un passato egemonico, e noi, in quanto eredi di questo *passato elaborato*, possiamo provare a ripensare questi spazi e a riscrivere la nostra storia da una nuova prospettiva.

In questo lavoro analizzo la performance *The Bridegroom Stripped Bare* di Alexander McQueen. L'azione che il designer britannico compie si registra attorno ad una pedana, che voglio qui intendere come un piedistallo solido, uno spazio durevole e significativo. Al centro dell'azione c'è una figura statica, statuaria, che, inerte, subisce un processo di decostruzione e di stratificazione rituale che scolpisce una nuova *figura in divenire*, un monumento mutante che ridefinisce i confini del corpo e riorganizza gli spazi di rappresentazione.

---

<sup>1</sup> Paul B. Preciado definisce “petrosessorazziali” la forma di organizzazione sociale e l'insieme delle tecnologie di governo e di rappresentazione sorti in Europa nel Sedicesimo secolo e da lì, con l'espansione del capitalismo coloniale e delle epistemologia razziali e sessuali, esportati in tutto il mondo.

L'ossimorico titolo che ho dato a questo lavoro, *Monumenti mutanti*, vuole, attraverso le possibilità polisemiche che queste due parole offrono, diventare uno spazio non omogeneo di potere estetico. “Mutanti” [part. pres. di mutare] è qui inteso sia come verbo—lat. *mūtāre* da *mōvēre*, col significato di cambiare, variare, trasformare, germogliare; sia come sostantivo—sinonimo di mostro, selvaggio, di entità che esce dall'ordinario.

Connettere la parola “monumenti”, costruzioni che si definiscono per una stabilità temporale e materiale, con la parola “mutanti” è qui un'esplicito posizionamento che si costruisce sulla scia di un filone di rivendicazioni *queer*<sup>2</sup> che vedono nel disordine, nell'irrazionale, nella devianza, nel mutamento, quindi, nella decolonizzazione dei saperi e degli spazi un campo del possibile — una nuova epistemologia, come una convergenza di interessi anticoloniali, anticapitalisti e queer, che mette in questione quell'impulso a “fare ordine” tipico della modernità.

È proprio questa esistenza transitoria e slegata dall'ordinario, questo divenire, che cattura il senso di ciò che in questo lavoro chiamo *monumenti mutanti*. Un modo di vivere il corpo che non si traduce in identità precostituite e che ridefinisce i confini che separano l'umano dal non-umano per un ripensamento dei corpi e delle relazioni tra corpi e non-corpi, tra uomo e pianeta.

### 1.1. Alexander McQueen, pratica di decostruzione



**Figura 1**  
*The bridegroom stripped bare*, Alexander McQueen, SHOWstudio 2022.

<sup>2</sup> L'immaginario del mostruoso ha da sempre accompagnato la definizione di quelle identità che, in un regime eterocispatriarco-coloniale, non performano un costruito ordine imperialista e “normato” del mondo. Questa estetica è diventata poi mezzo di rivendicazione e di risignificazione da parte di molt\* pensatori/rici, attivisti\* e *artist\* queer* (Paul B. Preciado; Jack Halberstam; Filo Sottile; Rosi Braidotti, Arca...) che sfuggono a quelle gerarchie ontologiche ideate con il fine di stabilire, e far rispettare, in un regime di sapere e potere determinati, i confini del conoscibile e del rappresentabile.

Nel luglio del 2002 Nick Knight lavora ad un progetto di performance al quale partecipano Erin O'Connor, Juergen Teller, Katy England, Bobby Gillespie e Alexander McQueen. *Trasformer*, questo il titolo della serie, diviene una piattaforma all'interno della quale le persone coinvolte lavorano ad un atto di trasformazione ispirato al continuo potenziale metaforico delle immagini della moda. Questo esercizio di riflessione in McQueen confluisce, il 19 settembre 2002, in una performance, dal provocatorio titolo *The Bridegroom Stripped Bare*<sup>3</sup>, che rappresenta un campo largo di contaminazioni disciplinari; un'attività trasformativa che diventa un dispositivo dal quale estrapolare humus fertile per riflettere sul contemporaneo.

Questa performance si inserisce a pieno titolo all'interno della visione creativa di McQueen, questa, riassumibile, come suggerisce Fabriano Fabbri, in un'unica, potente parola: metamorfosi. In sfilate come *No. 13*, *VOSS*, *Plato's Atlantis*, *Horn of Plenty*, McQueen presenta, attraverso la sovrapposizione di molteplici piani (critica anti-capitalista, rapporto tra uomo, macchina e tecnologia, ecologia, salute mentale...), un'apocalittica e post-umana visione del mondo, in cui l'uomo stesso subisce questo processo di mutazione: "metamorfosi quando l'aggressività estrema della nuova razza umana a forma animale, teriomorfa per l'appunto, sfoggia sagome somatiche rivestite di piumaggi da "cigno nero", oscuro e demoniaco (...). Metamorfosi quando l'immaginazione guizza in avanti, verso un domani post-apocalittico che dà vita a creature magiche e mutanti" (Fabbri, 2018, p. 122). Le sue sfilate diventano messe in scena teatrali, controcircuiti costruiti su un'estetica al limite tra la morte e il romantico, il selvaggio e il sublime, la meraviglia e il terrore, tra la vita e una visioni oltre-l'umano del mondo. Quanto sinteticamente rilevato aiuta a contestualizzare il lavoro che sto per analizzare.

*The Bridegroom Stripped Bare* si apre con la figura del designer britannico che posiziona ordinatamente su una pedana bianca alcuni oggetti. Si tratta di corde, pennelli, tessuto, vernice, velo e due blocchi di legno. La seconda scena inquadra una *figura maschile* in smoking e stivaletto con tacco a spillo, completamente immobile, sulla pedana. Il bianco uniforme della figura (anche il volto è dipinto di bianco marmoreo) è interrotto solo da una cravatta nera. A contaminare e sporcare questa immagine sarà Alexander McQueen stesso. Con movimenti estremamente dinamici – in contrasto con la staticità del modello –, egli taglia, strappa, squarcia la bianca uniforme. La furia dell'azione rispetta, tuttavia, una sequenza cronologica precisa: si assiste quasi ad una metodologia della distruzione. Un disfare che ci attira e ci seduce, uno spazio di potenzialità. Egli taglia la giacca, poi la camicia, scopre il petto del modello, infine squarcia il pantalone. Lo apre, lo modella, e, tenendolo insieme con dello scotch e degli spilli, ottiene una gonna, aperta sul davanti. Sul retro inserisce ulteriore tessuto per simulare un lungo strascico, anch'esso tenuto insieme con dello scotch che avvolge completamente la vita e metà torso dell'uomo. I tacchi a spillo lasciano il posto a blocchi di lego legati al corpo con delle corde. Aggiunge, infine, un lungo velo.

<sup>3</sup> <https://www.showstudio.com/projects/transformer/bridegroom-stripped-bare-alexander-mcqueen>.



**Figura 2**  
*The bridegroom stripped bare*, Alexander McQueen, 2002 Nick Knight.

Il corporeo è parte integrante della performace e diventa parte fondamentale dell'abito. L'uso della vernice bianca violentemente stesa sia sulle gambe nude del modello sia sul nuovo abito – che riconoscibilmente traccia la silhouette di un abito da sposa femminile – enfatizza il cambiamento totale del rapporto abito-corpo che McQueen introduce e propone una vera e propria fusione tra i due. Il corpo del modello diventa territorio di un'azione di distruzione e rielaborazione quasi brutale. Il modello inerme subisce senza possibilità di replica o difesa i colpi di forbice, gli strattoni dello scotch e delle corde, le pennellate furiose di McQueen. Quest'ultimo gli tappa la bocca con la cravatta, gli lega i polsi con delle corde: lo priva di qualsiasi volontà.

L'ultimo atto di McQueen è quello di inoculare un collirio rosso negli occhi del performer per simulare un pianto di sangue. La fisiologia esasperata del corpo entra in scena: il pianto di sangue sporca non solo il volto dipinto di bianco del modello, ma anche il vestito-corpo stesso e il velo nuziale. "A groom becomes a bride" è questa la didascalia che si legge sotto il video pubblicato da SHOWstudio: si tratta di un'azione concreta e metaforica, che porta alla decostruzione di questa nuova *figura in divenire* intrappolata ed oppressa.

## 1.2. Il corpo spogliato

Alexander McQueen sembra concretizzare ed enfatizzare, con quest'azione distruttiva e ri-creativa *in motion* di un capo vestimentario, il pensiero che il corpo è un luogo costruito, uno spazio storicizzato e delimitato di *rappresentazioni* e di *narrazioni* in cui l'identità viene intesa come una pratica corporea che viene eseguita più e più volte – ovvero come una *ripetizione rituale*. Attraverso la vernice e i blocchi di legno legati al corpo, quindi tramite l'exasperazione della relazione abito-corpo, il designer oggettivizza il soggetto già in partenza significato<sup>4</sup>. Questa assoggezione del corpo è il risultato di un dominio, in una visione foucaultiana, che si riferisce al potere come ad un dispositivo tramite il quale, attraverso microprocessi di *normalizzazione* e *coercizione*, gli individui si identificano.

È quanto meno interessante soffermarsi sul mezzo che McQueen utilizza per rivelare tutto ciò: il vestito. Questo, così come viene definito da Roland Barthes, "oggetto legato dell'*apparire*" (Barthes, 2006, p. 25), partecipa ad un processo significativo di riutilizzazione normativa. Quest'atto di manipolazione corporea, che si istituzionalizza attraverso la moda, è un processo culturale tutt'altro che universale o assoluto che deve, anzi, essere inteso come storicamente e culturalmente determinato. Esso dipende, infatti, da almeno due parametri principali: il tempo e lo spazio e specifica, e costruisce, sempre significati sociali caratteristici di ogni società.

Con l'ingresso in scena della figura, lo/la spettatore/rice identifica quella stessa figura come "uomo", ancor prima di qualsiasi chiarimento o esplicitazione che ne permetta l'espressione. Tale attribuzione è sostenuta aggiuntivamente dall'abito che il performer indossa, di foggia *convenzionalmente* maschile. Ciò non significa solo che il corpo del modello diventa un oggetto di pratiche e di pensieri altri e indipendenti rispetto al sé (la figura subisce inerme la potenza distruttrice di McQueen, che non gli permette né possibilità di replica, tappandogli la bocca con la cravatta, né di movimento, legandogli le mani con una corda); ma il suo stesso essere si concretizza in unità o identità pre-costituite.

Ciò che siamo, dal punto di vista corporeo, è già un modo di essere "per" gli altri, un modo di apparire in forme che non possiamo né vedere né sentire; noi, in altri termini, siamo a disposizione dal punto di vista corporeo, di un altro, la cui prospettiva non possiamo mai pienamente anticipare o controllare. (...). (...), io appaio agli altri in modi che non posso conoscere, e il mio corpo viene esso stesso istituito da prospettive che non posso abitare ma che, senz'altro, mi abitano. (Butler, 2019, p. 125)

<sup>4</sup> La figura *maschile* si posiziona sulla pedana già vestito, con una *struttura culturale e signifiante*, in questo caso lo smoking e gli stivaletti con tacco a spillo, che lo identificano. È Roland Barthes a definire la moda e gli strumenti di cui si serve, quindi gli abiti, come un sistema allo stesso tempo sociale e storico, ma soprattutto strutturale e signifiante, in *Il senso della moda*, a cura di Gianfranco Marrone, Einaudi, Torino, 2006.

Questo meccanismo di assegnazione identitaria si caratterizza per una fissità, una immobilità che ne definisce le norme e i confini. Queste categorie vengono stabilite attraverso pratiche di divisione e di differenziazione (molto spesso binarie), operate da sistemi di potere a partire dal riconoscimento di uno o più tratti presenti come naturali (anatomici, culturali, sociali, ...) e comuni a un gruppo di individui. È proprio su questi tratti identitari, come sostiene Butler, che si costruisce la riconoscibilità di alcuni/e e l'alterità di altre. Il diritto di apparizione è "sostenuto da schemi regolativi che qualificano solo determinati soggetti come degni di esercitare questo diritto" (Butler, 2019, p. 125).

L'atto di riconoscere un corpo, un genere, un'identità dipende dal fatto che esista una modalità di presentazione di quel dato corpo, genere o identità. E ciò significa che incarnare la norma attraverso la quale si diventa riconoscibili costruisce un modo per riprodurre certe norme di riconoscimento, che in questo modo vengono naturalizzate e normalizzate all'interno del corpo.

Judith Butler definisce questo agire atto performativo<sup>5</sup>: significa sostenere che esso consiste in un certo tipo di attuazione che non è riducibile ad una verità interiore ed ontologica al soggetto. Il genere, piuttosto, è indotto dalla riproduzione di norme coercitive, le quali richiedono che si aderisca ad un genere piuttosto che un altro e per le quali non ci sarebbe genere al di fuori della riproduzione delle stesse. Tuttavia, è proprio attraverso l'azione della riproduzione e ripetizione in modi inattesi che si può aprire la possibilità di ricostruire la realtà del corpo e del genere lungo nuove direttrici.

### 1.3. Divenire mutante

Il corpo è scolpito. Su di esso sono codificati segni che ci permettono di organizzare e "regolare" il suo rapporto con altri corpi. Ogni suo mutamento, ogni sua rivendicazione, lavora su queste stesse tracce e le modifica. In *Fare e Disfare Il Genere* Judith Butler a tale proposito scrive:

Dal momento che il mio essere non è dissociabile dal mio agire, le condizioni del mio agire, in parte, coincidono con le condizioni della mia esistenza. Se il mio agire dipende "da ciò che mi viene fatto" o, in altri termini, dal modo in cui vengo prodotta dalle norme, allora la possibilità della mia persistenza in quanto lo dipende dalla mia capacità di fare qualcosa con ciò che mi viene fatto. (Butler, 2018, p. 34)

---

<sup>5</sup> Judith Butler riprende il concetto di performatività dalla filosofia del linguaggio, in particolare dalle speculazioni di John Austin che in "How to Do Things with Words" distingue, in prima istanza, gli atti linguistici in atti constativi e performativi. Un enunciato performativo pone in essere ciò che afferma. Performatività è, dunque, un modo di nominare il potere del linguaggio di dar luogo a una situazione nuova, o di dar avvio a una serie di effetti. Butler sostiene come il primo e generativo atto performativo sia quello che riguarda, alla nascita, l'assegnazione del genere che produce, attraverso la naturalizzazione ritualistica di norme, la norma stessa.

Ricalibrare il terreno d'azione dell'lo, non significa rifiutare e negare a priori le condizioni che regolano l'essere, cioè la norma all'interno della quale ed in rapporto alla quale l'lo si costruisce:

La performatività del genere presuppone un campo di apparizione all'interno del quale il genere possa apparire e una cornice di riconoscibilità entro la quale il genere possa mostrarsi; e poiché il campo di apparizione è regolato da norme di riconoscimento che sono esse stesse gerarchiche ed escludenti, la performatività del genere è legata a doppio nodo ai modi differenziali in cui i soggetti diventano riconoscibili. (Butler, 2019, p. 65)

Quindi, stabilire che "l'lo si ritrova, allo stesso tempo, *costituito* da norme e *dipendente* da norme" (Butler, 2018, p. 34) implica la possibilità di sviluppare una relazione critica dell'lo con queste stesse norme. Tale critica, che Butler prospetta con una dimensione collettiva, pubblica e politica, mira ad articolare una versione alternativa di strutture socio-culturali che sostengano in maniera più inclusiva quelle vite che resistono all'assimilazione.

Il processo di rimodellamento del corpo-abito che McQueen introduce può quindi essere inteso come una pratica di *ripetizione trasformativa* volta a mettere in crisi l'idea di corpo come struttura ontologicamente data: un processo mosso tra e verso i confini del corpo stesso, attraverso il quale una data identità viene messa in movimento, trasformata. Questo divenire slega le narrazioni normate e riutilizzate sul corpo dalle sue forme, aprendo uno spazio di sperimentazione per superare il confine stesso della rappresentazione significante.

Rimodellare il corpo oltre i suoi confini finiti offre la possibilità di pensare l'identità umana come non rigida, ma fluida e mutevole. Tale pratica suggerisce una capacità di trasformazioni intrinseca in tutti i corpi e individua la possibilità di entrare in rapporto con una molteplicità dispersa, diffusa, non in confine tra l'individualità e l'"alterità" che implica, anzi, una nuova apertura verso il mondo e la creazione di nuove alleanze.

Tutto deve cambiare, mutare. Dobbiamo modificare la nostra comprensione del politico e organizzare la transizione ad un nuovo regime epistemico. In quanto farsi *transizionista* l'intersezione delle istanze anticoloniali, ecologiste, queer, antirazziste, tranfemministe risulta essenziale per permettere di vivere i corpi in una maniera rinnovata estranea ad una tassonomia gerarchica ed escludente.

Questa corpo rinnovato diventa, come lo definisce Paul B. Preciado, *secessione creativa* (Preciado, 2023, p. 564), il cui compito sarà quello di articolare "le tante differenze eterogenee senza farne una semplice somma e senza riunirle illusoriamente sotto identità o ideologie posticce" (Preciado, 2023, p. 564). Il fine deve essere la creazione di nuove alleanze *queer*. Dove *queer* non rappresenta una collezione di identità, quanto più un'assemblaggio che emerge dal senso condiviso di precarietà – un movimento del pensiero e dell'azione che procede in direzioni contrarie rispetto a quelle esplicitamente riconosciute.

## 2. Conclusione

Con questo lavoro ho provato a mettere in luce quello che McQueen con la sua performance ha esplicitato e che l'attivista e teorico\* del movimento omosessuale italiano Mario Mieli definisce come la "tragedia dell'io"<sup>6</sup>. Di un Io, cioè, strutturato a partire dalla divisione e dalla scelta imposta tra "maschio" o "femmina". Questa scelta performativa implica tutta una serie di dispositivi, valori, ruoli, costumi naturalizzati all'interno del corpo, che l'umano performa per una rappresentazione e riconoscibilità del sé. Tale visione esemplifica come la definizione dei generi sia nient'altro che una presentazione e riproduzione coerente e riconoscibile di una conformità di strutture e configurazioni culturali che rappresentano, in realtà, strutture discorsive al servizio del potere.

Il corpo in questo palcoscenico diventa, così, il veicolo di una narrazione ritualistica e naturalizzata, un medium significato che trasfonde e consolida una certa norma che è quella bianca, maschile, eterosessuale, abile, nazionale. Capire come viene costruita e decostruita l'immagine dell'uomo, capire i rapporti con le entità che popolano il nostro universo e l'uso che ne facciamo diventa un esercizio essenziale di presa di coscienza, utile a comprendere che, come ci insegna Judith Butler, siamo intrinsecamente coinvolti in questi meccanismi di controllo.

Quando una statua cade, si apre un possibile spazio di risignificazione all'interno di un paesaggio significato da una fitta rete di segni del potere; quello che McQueen fa è aprire lo spazio al mondo del possibile: prova a decostruire la divisione egemonica e binaria dei saperi, delle relazioni tra corpo e spazio e i confini del corpo stesso per la creazione di un nuovo corpo, espanso e mutevole. In *The Bridegroom Stripped Bare* riconosciamo una cronologia della memoria, che restituisce un'immagine polifonica e trans-formativa di questo aperto ed elaborato monumento mutante.

## Bibliografia

- Barthes R. (2006). *Il senso della moda [Oeuvres complètes, 1995]* trad. Gianfranco Marrone. Torino: Einaudi editore.
- Butler J. (2023). *Corpi che contano. I limiti discorsivi del "sesso" [Bodies That matter. On the Discursive Limits of "Sex", 1993]* trad. Simona Capelli e Chiara Fioravanti. Roma: Castelvecchi.
- Butler J. (2018). *Fare e disfare il genere [Undoing gender, 2004]* trad. Federico Zappino. Sesto San Giovanni (MI): Mimesis Edizioni.

---

<sup>6</sup> Mario Mieli, "My first lady", testo scritto a Londra nel 1974 e pubblicato integralmente in "Comune Futura" nel 1975. La prima parte fu poi ripresa in "Fuori!", n. 15, primavera 1976. Ripubblicato successivamente nella raccolta degli scritti di Mieli in *La gaia critica. Politica e liberazione sessuale negli anni settanta. Scritti (1972-1983)*, a cura di Paola Mieli e Massimo Prearo, Marsilio Nodi, Venezia, 2019, p. 118.

Butler J. (2019). *L'alleanza dei corpi* [*Notes Toward a Performative Theory of Assembly*, 2015] trad. Federico Zappino. Milano: Nottetempo.

Butler J. (2017). *Questione di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità* [*Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*, 1990] trad. Sergio Adamo. Urbino: Editori Laterza.

Fabbri F. (2018). *L'orizzonte degli eventi. Gli stili della moda dagli anni Sessanta a oggi*. Bologna: Atlante.

Fox Chloe (2017). *Vogue. Alexander McQueen* trad. Mariella Lorusso. Bologna: Atlante, Bologna.

Foucault M. (2021). *La volontà di sapere. Storia della sessualità 1* [*La volonté de savoir*, 1976] trad. Pasquale Pasquino e Giovanna Procacci. Cles: Feltrinelli Editore.

Halberstam Jack (2023). *Creature selvagge. Il disordine del desiderio* [*Wild Things: The Disorder of Desire*, 2020] trad. Goffredo Polizzi. Frosinone: Minium Fax.

hooks b. (2022). *Elogio del margine* [*Yearning. Race, Gender, and Cultural Politics*, 1990] trad. Maria Nadotti. Napoli: Tamu Edizioni.

Mieli M. (2019). *La gaia critica. Politica e liberazione sessuale negli anni settanta. Scritti (1972-1983)*, a cura di Paola Mieli e Massimo Prearo. Venezia: Marsilio Nodi.

Preciado P. B. (2023). *Dysphoria mundi* [*Dysphoria mundi*, 2022] trad. Roberta Arrigoni. Roma: Fandango Libri.

Preciado P. B. (2021) *Sono un mostro che vi parla* [*Je sui un mostre qui vous parle*, 2020] trad. Maurizia Balmelli. Bologna: Fandango, Bologna.

Rancière J. (2022). *La partizione del sensibile. Estetica e politica* [*Le partage de sensible. Esthétique et politique*, 2000] trad. Francesco Caliri. Roma: DeriveApprodi.

SHOWstudio, Alexander McQueen (2002) FASHION FILM: THE BRIDEGROOM STRIPPED BARE. Available at: <https://www.showstudio.com/projects/transformer/bridegroom-stripped-bare-alexander-mcqueen>.

# Tra attacchi e difese: Insidie e resistenze nella storia del tailoring maschile napoletano

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.5>

**Vincenza Caterino<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Università degli studi della Campania 'Luigi Vanvitelli',  
vincenza.caterino@unicampania.it*

## Abstract

Agli albori degli anni '50 il comparto sartoriale maschile napoletano, così come quello nazionale, si sono trovati ad affrontare un'importante crisi dovuta alla produzione industriale dell'abbigliamento.

Questo è stato solo l'inizio di un periodo avverso. Difatti, ad aggiungere ulteriore complessità a una situazione già intricata, sono stati i giovani rivoluzionari degli anni '60, i quali, in maniera consapevole, si sono schierati contro una serie di ampi fattori sociali, politici ed economici e hanno trasmesso anche attraverso l'abbigliamento il desiderio di sfidare le autorità, di cambiare il mondo e di creare una società più equa e tollerante. Il Mod, gli Hippies, la Beat Generation hanno distolto l'attenzione dai capi sartoriali che, da emblema di eleganza, sono stati ritenuti, invece, simbolo di austerità e scarsa praticità.

Gli anni che sono seguiti hanno continuato a riflettere il desiderio di libertà, pertanto, il guardaroba maschile si è allontanato sempre di più dall'abito classico sartoriale, per adottare nuovi indumenti come i blue jeans, il cardigan, lo sportswear.

In risposta a questa condizione, i Maestri sarti delle principali botteghe partenopee, quali Kiton, Isaia, Gennaro Rubinacci e Angelo Blasi, hanno adottato strategie innovative per fronteggiare il cambiamento del mercato.

Tale contributo, attraverso il supporto di documentazione inedita, vuole esaminare, per la prima volta, le azioni che hanno consentito a queste aziende di resistere e sopravvivere a una crisi così difficile e prolungata nel tempo.

## Keywords

Stilismo; tradizione sartoriale maschile; Napoli; seconda metà del Novecento.

## 1. Introduzione

Gli studi relativi al tailoring maschile napoletano finora condotti hanno contribuito a sottolineare l'importanza di una scuola sartoriale ben radicata sul territorio campano (Cirillo, 2023; Liberti, 2017; Tagliatela, 2010).

Questo comparto produttivo, da fine Ottocento e fino alla metà del Novecento, ha vissuto un periodo di crescente splendore. Difatti, sono stati gli anni in cui l'uomo ha rinunciato all'ornamento e al lusso ostentato che la società dell'epoca imponeva, per adottare un look semplice, elegante, privo di fronzoli e dai colori sobri (Castellani, 2010, pp. 11-19). Il modo più sicuro per mostrare le proprie disponibilità economiche era il vestiario delle consorti, le quali, al contrario, non potevano rinunciare ad abiti ricchi di pizzi, merletti e fiocchi, a bustini e posticci, a gioielli e cappelli vistosi per esibire il potere economico della famiglia. L'uomo, dunque, si è avvicinato al mondo dell'essere, all'etica del lavoro e della distinzione sociale lasciandosi alle spalle il mondo dell'apparire. Il suo debutto in società ha, pertanto, sostenuto lo sviluppo di professionisti specializzati come i sarti, i quali hanno visto le proprie botteghe riempirsi di gentiluomini che, nonostante rinunciassero all'ornamento vistoso, non potevano fare a meno di essere interessati alla cura dell'aspetto personale.

Analizzando il quadro napoletano, ci si può accorgere che è proprio all'inizio del Novecento che risalgono quelle figure che poi sono diventate i grandi Maestri sarti che oggi riconosciamo come tali e, soprattutto, come i padri fondatori del tailoring maschile. Tra questi si annoverano Vincenzo Attolini, Gennaro Rubinacci, Enrico Isaia, Ciro Paone, Angelo Blasi e altri ancora che in modo significativo hanno contribuito a plasmare l'arte sartoriale, conferendole un'impronta unica e universalmente riconosciuta (Cirillo, 2023; Tagliatela, 2010).

Nonostante i successi, a metà degli anni Cinquanta tutto il comparto sartoriale italiano si è trovato dinanzi a una crisi imposta dal "lento imporsi dell'industria in serie" (Cirillo, Caterino, *L'Unione fa la forza*, 2023, p. 2) a cui la compagine di sarti napoletani ha risposto, prima promuovendo la promulgazione di una legge – n. 860 del 1955 – a tutela dell'intera classe artigiana e un'associazione di categoria, il *Circolo Mediterraneo dei Sarti*, la quale ha rappresentato un punto di riferimento nella difesa dell'intera classe sartoriale (Cirillo, Caterino, 2023, p. 5), poi partecipando a manifestazioni ed eventi locali e nazionali come il *Festival della Moda Maschile* di Sanremo. Nonostante questi tentativi concreti, ma fragili rispetto alle ulteriori esigenze di cambiamento richieste, negli anni a seguire e fino agli anni Novanta, per il sempre maggiore spazio acquisito all'interno del guardaroba maschile da capi come i *blue jeans* e i cardigan, il completo sartoriale si è trovato a perdere sempre più terreno nel mercato, imponendo le aziende ad adottare ulteriori nuove iniziative finalizzate a una più decisa sopravvivenza.

## 2. La crisi del guardaroba per una "nuova virilità"

A metà degli anni Cinquanta l'avvento dell'industria in serie sembrava una minaccia facile da superare, ma i Sessanta, con l'irrompere di una cultura di massa, hanno portato via ogni speranza di ripresa. Questi anni, dunque, hanno generato un cambiamento radicale di stili di vita, una metamorfosi adottata soprattutto dai giovani che hanno creato, per lo più, una discontinuità con il mondo degli adulti (Barthes, 1970, p. 260) e hanno reso "anacronistico un atteggiamento tirannicamente patriarcale" (Bellassai, 2011, p. 98). Con l'espansione economica i ragazzi si sono allontanati dal mondo del lavoro e si è diffusa tra loro la consuetudine di estendere la scolarizzazione, tant'è che, in questi anni, più del 50% della popolazione giovane frequentava le università e, dunque, grazie allo studio sono riusciti a sviluppare un'idea propria di cultura che si è riversata non solo nelle abitudini quotidiane, ma anche nell'abbigliamento (Vercelloni, 1969, pp. 63-66) (Fig. 1).

Negli uffici sono scomparse le divise, le scuole non sono state più invase da giovani in giacca e cravatta; la nuova generazione ha indossato lo stesso abito per ogni occasione, a testimonianza di un nuovo clima intellettuale basato su ideali quali la disobbedienza, il rifiuto del lavoro e la trasgressione espressa nell'uso di droghe e forme di prevaricazione (Moravia, 1971, pp. 58-60). Su questa ampia base di diffusione si è ribaltato anche l'ordine in cui le mode si sono diffuse: sono stati gli adulti ad emulare i giovani e non più viceversa (Castellani, 2010, pp. 33-37).

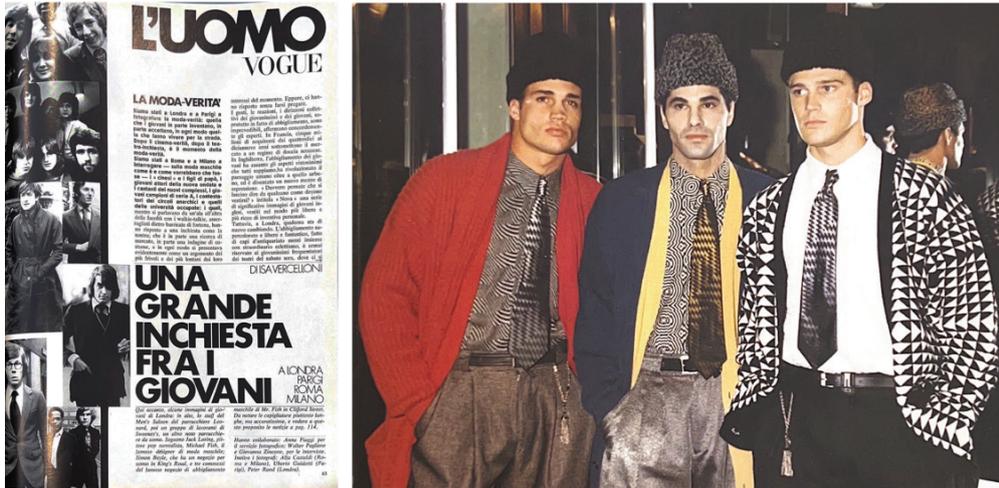
Questo cambiamento, dunque, si è manifestato nel sistema moda con la sospensione delle tradizionali norme di abbigliamento. Si sono diffusi sempre di più i negozi di indumenti usati; la nuova compagine di giovani preferiva acquistare in queste fucine dell'antiquariato per poter indossare pezzi unici con cui evadere dai criteri gerarchici (Bellassai, 2011, p. 99), ma soprattutto, come segno di snobismo, appunto, nei confronti delle tradizionali "regole" della moda (Vercelloni, 1969, pp. 63-66). Ad abbandonare tali convenzioni sono stati tanto le donne quanto i maschi, che fino a quel momento avevano avuto un riferimento vestimentario stabile e continuo (Castellani, 2010, pp. 33-37).

Sullo sfondo di queste tensioni sociali si imponeva gradualmente una "nuova virilità" (Cederna, 1967, pp. 100-101). Analizzando, infatti, il contesto sociale e culturale che è intercorso tra gli anni '60 e gli anni '80 è impossibile non notare che per l'uomo la cura personale fosse diventata, ormai, molto importante: tingevano i capelli e le ciglia per ottenere uno sguardo più profondo, ricorrevano alla chirurgia estetica per correggere difetti fisici, utilizzavano lozioni idratanti, sieri antirughe e nutrienti per il viso, saponi rassodanti o snellenti – si è registrato, infatti, un notevole aumento della produzione e della vendita di prodotti di tolettatura per uomo, accompagnato da una crescita della comunicazione pubblicitaria –; frequentavano palestre per modellare il corpo secondo i canoni estetici del periodo, che richiedevano un fisico magro e muscoloso (Cederna, 1967, pp. 100-101).

Tale cambiamento, motivato, tra l'altro, dal desiderio di sedurre le donne che, intanto, stavano diventando sempre più indipendenti e impegnate nel lavoro e nella società, ha toccato, ovviamente, anche all'abbigliamento che ha subito, pertanto, una trasformazione radicale. Sempre meno questi uomini si sono mostrati interessati alla pratica dell'abito su misura; il "nuovo uomo" – non solo giovani, ma anche uomini d'affari, industriali e professionisti –, non aveva tempo da perdere in sartoria, bensì prediligeva una moda pronta e funzionale, con modelli pratici che permettevano di effettuare acquisti in soli trenta minuti, ma che fossero altrettanto eleganti quanto quelli su misura. Oltre agli aspetti legati ai tempi di attesa che intercorrevano tra la volontà di acquisto e la spesa effettiva, il vantaggio ovvio dell'abito pronto è stato senz'altro il costo inferiore che ha permesso ad una ricca compagine di uomini, indipendentemente dal ceto sociale, di acquisire un abito formale, completo o la sola giacca (*Una moda per chi non ha tempo*, 1967, pp. 102-103).

Ad accogliere la sfida del cambiamento del vestiario maschile sono stati quelli che allora emergevano sulla scena italiana e poi si sono identificati come i grandi stilisti, Armani, Versace, Ferrè, Ungaro, Coveri, i quali, recepite le sollecitazioni provenienti dai movimenti culturali giovanili, sono stati i promotori di look nuovi, meno austeri, meno formali e paludati, caratterizzati dalla presenza di cravatte a motivi floreali, jabot plissettati, volant di pizzi e merletti, camicie colorate confezionate con tessuti trasparenti, quali seta, cotone o chiffon, considerate simboli della nuova virilità, come i tatuaggi, gli anelli e le catenelle d'oro (Cederna, 1967, pp. 100-101). In questa direzione il loro lavoro progettuale ha apportato anche sostanziose modifiche alla giacca, alleggerendone la struttura ed eliminandone, talvolta, i colletti, e ai pantaloni, per i quali hanno introdotto l'utilizzo di nuovi materiali, come la fibra in denim. Anche il cardigan, che in quello scenario si imponeva sempre più per la sua comoda vestibilità, spingeva i nuovi professionisti ad appendere al chiodo la classica giacca (Castellani, 2010).

Il guardaroba maschile si è, inoltre, fuso con quello femminile, generando, tra le altre cose, un nuovo modello vestimentario cosiddetto unisex (Castellani, 2010, pp. 52-53). Pertanto, per citare Alberto Moravia, si può dire che in questi anni sono emerse diverse "divise sociali" che, traghettate dai fashion designer in auge nel periodo di riferimento, si sono diffuse pervicacemente attraverso la nascita delle riviste di moda maschile come *L'Uomo Vogue* – la pubblicazione del primo numero risale al 1967 – e mediante le manifestazioni e le fiere, come il *Pitti Uomo* nato a Firenze nel 1972.



**Figura 1**  
“L’Uomo Vogue” (n. 4,  
1969, p. 63).

**Figura 2**  
Completi di Gianni  
Versace, A/I 1986-87.

### 3. Una difficile resistenza per le sartorie napoletane: i casi di Isaia, Abla Fashion e London House

Nel quadro partenopeo, all’interno di un contesto culturale e sociale così delicato, molte botteghe di abiti sartoriali maschili sono state costrette a chiudere, mentre alcune sono riuscite a sopravvivere all’interno di un mercato sempre più orientato verso l’abbigliamento di massa, adattandosi ai nuovi bisogni e conservando, però, l’artigianalità e la qualità dei prodotti.

Alcuni hanno contribuito alla meccanizzazione dei processi produttivi, trasferendo l’artigianato tradizionale in un contesto industriale; altri hanno diversificato le proprie attività, trasformando le botteghe in boutique di accessori di lusso temporanei, altri ancora hanno mantenuto un approccio artigianale, pur implementando pratiche di produzione in serie, espandendo i propri laboratori fino a renderli vere e proprie fabbriche.

Oltre al caso esemplare di Kiton, più diffusamente esaminato dalla critica (Cuciniello, 2008; Liberti, 2017; Cirillo 2023), in questo contesto hanno operato figure di sarti-imprenditori che meritano di essere menzionate.

I fratelli Isaia – Enrico, Rosario e Corrado –, ad esempio, sono riusciti a superare questo momento difficile grazie all’intuizione di avviare collaborazioni con aziende di prêt-à-porter ben consolidate sul mercato, aggiungendo, dunque, alla propria offerta commerciale la realizzazione di abiti pronti per tali realtà.

Un sodalizio documentato è quello con la Maison Enrico Coveri (Fig. 3), iniziato intorno al 1980 e proseguito fino alla morte del fondatore, nel 1989. In questo intenso rapporto collaborativo, l’unione della tecnica produttiva di Isaia con lo stile di Coveri ha portato alla creazione di una giacca divenuta il capo emblema della maison fiorentina. Questo capo, dai toni sobri e scuri, è facilmente riconoscibile grazie allo stemma simbolo del brand toscano posto sul petto sinistro della giacca ed è stato ampiamente documentato attraverso scatti per campagne pubblicitarie apparse

sulle principali riviste di moda maschile in Italia e nel mondo (*L'Uomo Vogue*, 1980, n. 2). La collaborazione, pertanto, tra la maison fiorentina e l'atelier napoletano fa emergere il tentativo, da parte dei fratelli Isaia, di innovare le modalità realizzative del lavoro e rafforzare, quindi, l'identità della sartoria a scala nazionale nel quadro di un periodo piuttosto critico.

Mariano Rubinacci, invece, erede della London House, laboratorio-negozio fondato dal padre Gennaro nei primi anni '30 del Novecento (Foulkes, 2011, pp. 36-40; Cirillo 2023, p. 122), nel momento in cui l'abito sartoriale perdeva la grande attenzione della clientela, ha inserito nella propria offerta commerciale nuove proposte esclusive, qualificate dal fatto stesso di essere vendute nel luogo che gli uomini più eleganti della città ritenevano una garanzia di massima eleganza maschile. Difatti, "London House" è stato l'unico negozio a Napoli a dedicarsi alla vendita di accessori Hermès, quali cravatte, cinture, borse, scarpe, prima che la maison francese avesse una rete di proprie boutique e, dunque, grazie all'esclusività dei suoi prodotti, ha soddisfatto la ricerca di alta qualità da parte di una vasta gamma di politici e membri dell'élite sociale (Foulkes, 2011, p. 64).

Fiducioso, Mariano negli stessi anni ha avviato anche una nuova attività, ovvero la produzione di camicie, fornendo, prima in Italia e poi nel mondo, i migliori negozi di abbigliamento maschile (Fig. 4). Ha proposto un prodotto che si è adattato alla moda del periodo mantenendo, però, intatte la qualità e la tecnica. Sono state definite camicie "old fashion" caratterizzate da colli piccoli e vestibilità oversize realizzate con tessuti comodi e pratici, come la flanella e il propilene (*L'Uomo Vogue*, 1975). Questo capo, però, è stato particolarmente apprezzato in Giappone dove, nel 1974, ha aperto la prima succursale della sua amata "London House" (Foulkes, 2011, pp. 64-67), seguita, qualche anno più tardi, da quelle di Milano e di New York.

**Figura 3**  
Campagna pubblicitaria  
"Isaia by Enrico Coveri"  
in "*L'Uomo Vogue*", n. 2,  
1980.

**Figura 4**  
Campagna pubblicitaria  
Mariano Rubinacci in  
"*L'Uomo Vogue*", n. 39,  
1975.



Un altro esponente di rilievo della sartoria maschile napoletana è stato Angelo Blasi, il quale oltre ad essere stato il Maestro di molti protagonisti della scuola sartoriale napoletana, è stato anche ideatore e fondatore, nel 1955, del *Circolo Mediterraneo dei Sarti*, associazione che, come anticipato, ha riunito la comunità di sarti del territorio intorno a un'unica famiglia.

A prendere le redini dell'azienda è stato poi suo figlio Nicola, il quale, dopo una gavetta presso la sartoria paterna, in cui ha appreso le regole sartoriali, e una permanenza in America, dove ha perfezionato le conoscenze legate alle tecnologie a supporto della confezione sartoriale di alta qualità, nel 1961, e dunque proprio nel periodo in cui la crisi incombeva, ha avviato un'attività insieme al cugino Angelo, dandole il nome di "ABLA Fashion for Man". ABLA, acronimo di Angelo Blasi, è nata proprio come azienda di confezioni rivolta a una fascia alta del mercato, sia italiano che estero, nella quale si sono volute trasferire su larga scala le modalità di lavoro tipiche di una bottega, integrandole con il progresso e l'innovazione proprie della produzione in serie (Pastonesi, 1983). Portando il numero di dipendenti dalle poche decine della bottega fino ai circa 290 della nuova azienda (Cirillo, 2023) e spostando la manodopera da locali di piccole metrature in grandi edifici, la produzione giornaliera raggiungeva le quantità di 160-170 giacche e 150 pantaloni. Alla lavorazione a mano, utilizzata soprattutto per la creazione di asole, impunture, maniche e spalle, è stata affiancata non solo quella a macchina, ma anche quella computerizzata, attiva 24 ore su 24, in particolare per le fasi di creazione del modello, del piazzamento su stoffa e del taglio del tessuto, che in questo caso avveniva mediante un sistema laser.

Blasi, infatti, ha spesso dichiarato di essere stato favorevole ad una "pacifica coesistenza tra lavoro a macchina e computer" (Pastonesi, 1983).

Per quanto riguarda gli aspetti stilistici, ha proposto solo modelli d'ispirazione classica, poiché per quanto appartiene agli aspetti formali dei capi diceva che "le rivoluzioni non sono né possibili né auspicabili" (Pastonesi, 1983). Il figlio Nicola, in qualità di designer dell'azienda ha apportato lievi variazioni stilistiche portando la figura dell'uomo a una immagine più atletica, attraverso leggere modifiche nelle spalle più ampie e naturali. Anche i pantaloni hanno subito leggeri aggiornamenti – sono diventati più alti in vita e con le *pinces* più profonde –, così come i colori – prediligendo nuances neutre e pastello, oltre al bianco e al nero – e i tessuti – di preferenza quelli pregiati come il cashmere pettinato, il mohair inglese e il lino irlandese, che spiegano anche il costo elevato dei prodotti firmati ABLA Fashion.

**Figura 5**

Laboratorio dell'azienda "Abla Fashion for Man" di Casalnuovo in "L'Uomo Vogue", n. 154, 1985.

**Figura 6**

Addetto al taglio della "Abla Fashion for Man" in "L'Uomo Vogue", n. 154, 1985.



Le differenze, dunque, con l'atelier del padre Angelo sono state sostanziali: 50 dipendenti prima contro i 290 dei primi anni Sessanta, la possibilità di dedicare molte ore a un solo cliente contro una produzione veloce, la disponibilità a effettuare prove a domicilio dall'acquirente contro l'esportazione a larga scala; ma solo due cose sono rimaste invariate, la qualità del prodotto e il target a cui si è rivolto (*Abla Fashion for Man*, 1985). I clienti di ABLA sono stati uomini nobili accomunati da senso estetico, ricchezza e tempo libero, prerogative comuni di un'élite sociale, ma non certo alla clientela media che era appagata anche dall'abito pronto (Pastonesi, 1983).

Isaia, Rubinacci e Blasi oltre a introdurre – seppur ognuno in maniera diversa – delle innovazioni nella filiera produttiva all'interno delle proprie realtà, supportati da una solida disponibilità economica e da un'intrinseca lungimiranza, nella stessa stagione di grandi cambiamenti hanno incluso nelle proprie strategie di vendita la promozione attraverso la pubblicità a stampa, garantita precedentemente da rapporti interpersonali con la clientela all'interno di un circuito di per sé molto esclusivo, e agevolata, invece, dal 1967 dalla nascita de *L'Uomo Vogue*, rivista fondata da Flavio Lucchini per dare visibilità e sostegno proprio della grande industria italiana della moda maschile.

Nelle sue pagine, tra gli articoli a vantaggio della produzione casual, delle confezioni promosse per il mercato giovanile, si sono alternati articoli e inserti pubblicitari dedicati anche alle neonate aziende di prêt-à-porter napoletano, dimostrando la necessità di queste di avvalersi di tali strumenti per potenziarne la visibilità.

Isaia ha seguito l'esempio di Mario Valentino, la principale azienda calzaturiera campana (Cirillo, 2018), affidando le proprie campagne pubblicitarie alle immagini vivaci e suggestive di un grande fotografo internazionale quale è stato Helmut Newton. Insieme, Isaia e Newton, hanno creato scene caratterizzate dall'immane uso del bianco e nero, dove i modelli non hanno semplicemente indossato un vestito, ma sono diventati protagonisti di narrazioni ambientate in contesti unici (Fig. 8). Le pose enfatizzate che definiscono queste fotografie, hanno contribuito a esaltare il valore comunicativo degli abiti, trasformando ogni scatto in una storia visiva straordinaria e avvincente (*L'Uomo Vogue*, 1985, n. 166).

Nicola Blasi, invece, si è avvalso della collaborazione con il meno noto Mario Comandini per costruire scatti ambientati in contesti tipici della vita quotidiana, come bar, parchi e vicoli, evidenziando il comfort degli abiti (Fig. 7), ma, soprattutto, nel 1985, ha aperto le porte della propria officina sartoriale agli sguardi fotografici di Ippolito Baly (Fig. 5) che ha ritratto mani esperte di uomini e donne ai tavoli di taglio (Fig. 6), insieme ai reparti di cucito e stiratura, perché la narrazione iconografica potesse, più di ogni altra parola e immagine, rendere i valori e le qualità proprie della produzione fatta a mano (*Abla Fashion for Man*, 1985). Si è trattato, dunque, di una modalità promozionale più autentica rispetto alla comune pubblicità dell'abito pronto, assolutamente necessaria a garantire l'evidenza delle sue peculiarità.



**Figura 7**  
Insero pubblicitario di  
“Abla Fashion for Man”  
in “L’Uomo Vogue”, n.  
105, 1981.

**Figura 8**  
Insero pubblicitario  
dell’azienda Isaia in  
“L’Uomo Vogue”, n. 154,  
1985.

#### 4. Conclusioni

Le menti imprenditoriali a capo di queste realtà, dunque, hanno consentito di trasformare le antiche botteghe sartoriali in vere e proprie aziende del tailoring maschile nelle quali sono stati preponderanti il progresso e l’innovazione tecnologica.

Gli studi, condotti secondo metodologie proprie della ricerca storico-critica come indagini archivistiche, studi bibliografici e analisi sul campo hanno permesso di risalire alle strategie di marketing pubblicitario per la promozione delle attività che tali poli del lusso hanno portato avanti avvalendosi di fotografi di moda in auge negli anni di riferimento, i quali, in qualche modo, hanno permesso loro di emergere all’interno di un sistema sempre più distante dall’abbigliamento formale.

Gli eredi dei grandi Maestri sono stati, peraltro, portavoce di una lunga tradizione sartoriale attraverso mostre ed eventi – si ricorda il Pitti Uomo nato nel 1972 dalla volontà di Franco Tancredi – che hanno registrato il dibattito e le tappe più significative di queste realtà, consentendoci oggi di entrare nel vivo di quelle animate vicende della storia della moda italiana.

Dunque, alla resa dei conti, queste aziende sono riuscite ad ottenere un'appropriata sopravvivenza, avvantaggiate dalla lungimiranza e dalle intuizioni di alcuni protagonisti del comparto sartoriale napoletano, figure che hanno permesso la conservazione di una scuola che negli anni successivi è riuscita a riemergere nel settore del tailoring di lusso, attuando ulteriori nuove modifiche che hanno aperto la strada per il futuro.

## Referenze

Abla Fashion for Man. L'Uomo Vogue, 1985, n. 154, f.s.n.

Barthes, R. (1970). *Sistema della Moda*. Einaudi.

Bellassai, S. (2011). *L'invenzione della virilità. Politica e immaginario maschile nell'Italia contemporanea*. Carocci Editore.

Cederna, C. (1967). *Nuova virilità*. L'Uomo Vogue, 195 supplemento Vogue Italia, pp. 100-101.

Carlyle, T. (1985). *Sartor Resartus. Filosofia degli abiti*. Novecento.

Castellani, A. (2010). *Vestire Degenerare. Moda e culture giovanili*. Donzelli Editore.

Cirillo, O. (2017). *Mario Valentino. Una storia tra moda, design e arte*. Skira.

Cirillo, O. (2023). *Città e moda, luoghi e protagonisti a Napoli tra fine '800 e metà '900*. Arte'm.

Cuciniello, M., Maresca, M. (2008). *Kiton*. Mondadori.

Edwards, T. (2011). *La Moda. Concetti, pratiche, politica*. Piccola Biblioteca Einaudi.

Foulkes, N. (2011.) *Rubinacci and the Story of Neapolitan Tailoring*. DoubleF.

Giannone, A. Calefato, P. (2007). *Manuale di Comunicazione, sociologia e cultura della moda*. Vol. 5: Performance. Meltemi.

Hosegawa, Y. (2018). *Sartoria italiana, uno sguardo nel mondo dei grandi sarti italiani*. Skira.

La Moda Ora. L'Uomo Vogue, 1975, n. 40, pp. 128-129.

Liberti, R. (2018). *Man's Tailoring. Neapolitan essence of Made in Italy*. Altralinea Edizioni.

Moravia, A. (1971). *Moravia e la moda*. *L'Uomo Vogue*, n. 12, pp. 58-60.

Paris, I. (2006). *Oggetti cuciti. L'abbigliamento pronto in Italia dal primo dopoguerra agli anni Settanta*. Franco Angeli editore.

Pastonesi, M. (1983). *L'Ora di Napoli*. *L'Uomo Vogue*, 132, f.s.n.

Tagliatela, M.A. (2010). *La creatività sartoriale campana, abbigliamento maschile e moda mare*. Arte'm Editori, pp. 16-18.

*Una moda per chi non ha tempo*. *L'Uomo Vogue*, 1967, n. 195 supplemento *Vogue Italia*, pp. 102-103.

Vercelloni, I. (1969). *Una grande inchiesta fra i giovani*. *L'Uomo Vogue*, n. 4, pp. 63-66.



# **Moda e Design de Produto**



# Design e manifattura additiva nella personalizzazione degli apparecchi protesici

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.6>

**Domenico di Fuccia<sup>1</sup>, Giuseppe Sorvillo<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> *Università degli studi della Campania "Luigi Vanvitelli";  
domenico.difuccia@studenti.unicampania.it*

<sup>2</sup> *Università degli studi della Campania "Luigi Vanvitelli";  
giuseppe.sorvillo2@studenti.unicampania.it*

## Abstract

Questo contributo mira a esplorare la customizzazione dei dispositivi medici, concentrandosi in particolare sugli apparecchi protesici. Un percorso di ricerca volto a tracciare due linee di sviluppo, quella della cultura del making combinata con l'assistenza sanitaria contemporanea, che sta vivendo una trasformazione rapida e profonda. L'articolo, attraverso una revisione della letteratura e un'analisi critica dello stato dell'arte, pone un'attenzione particolare ai progressi tecnologici e alle applicazioni pratiche nel campo delle protesi personalizzate. Esaminando le capacità fornite dalle tecnologie avanzate, quali la stampa 3D e la progettazione parametrica, si intende dimostrare l'efficacia del design nel migliorare la qualità complessiva del progetto. Mediante lo human-centred design, lo studio si concentra sull'analisi di come la personalizzazione di questi dispositivi possa favorire un'integrazione più efficace nella vita quotidiana degli utenti, riducendo il rischio di stigma associato all'uso di tali dispositivi. L'articolo conclude con una discussione sui limiti e le potenzialità del design parametrico e sulla necessità di coinvolgere direttamente gli utenti finali nel processo di personalizzazione.

## Keywords

Customization; well-being; accessibility; prosthetics; 3D printing; open access.

## 1. Introduzione

Il panorama del XXI secolo è caratterizzato da una serie di cambiamenti economici, sociali e tecnologici senza precedenti. L'accelerazione dell'innovazione e la diffusione sempre più ampia della tecnologia stanno ridefinendo i paradigmi esistenti in molteplici settori. In questo scenario, il design emerge come un'importante forza trainante del cambiamento, assumendo un ruolo cruciale nell'adattamento alle sfide contemporanee e nella creazione di soluzioni innovative.

La stampa 3D, in particolare, rappresenta una delle tecnologie più promettenti di questo secolo. La sua capacità di trasformare i concetti digitali in oggetti fisici ha rivoluzionato i processi di produzione e ha aperto nuove possibilità in svariati campi. La crescente democratizzazione della stampa 3D, resa sempre più accessibile e conveniente, ha ampliato il suo impatto e ha stimolato l'interesse di una vasta gamma di utenti, dai professionisti ai consumatori finali.

L'articolo si propone di esplorare una connessione tra due mondi apparentemente distanti, ma in realtà intimamente legati: il design e il settore medico. Attraverso un'analisi, intendiamo mettere in luce come queste due discipline possano interagire e influenzarsi reciprocamente. La nostra ricerca si concentra sulla dimostrazione di come il design innovativo e le tecnologie emergenti possano convergere per generare soluzioni rivoluzionarie, sia dal punto di vista estetico che funzionale.

Un elemento fondamentale che ha guidato la nostra ricerca è il concetto di customizzazione. In un'epoca in cui l'individualità è sempre più valorizzata, la capacità di personalizzare e adattare le soluzioni alle esigenze specifiche dei singoli individui diventa cruciale. Abbiamo esplorato quindi come la stampa 3D possa consentire la creazione di prodotti su misura nel campo protesico, aprendo la strada a un nuovo paradigma di produzione e consumo.

## 2. Amputazioni e impatto sulla qualità della vita

### 2.1. Amputazioni

L'amputazione è un "asportazione totale (spontanea, chirurgica o traumatica) di un arto o di un suo segmento (Treccani, 2010) e rappresenta un evento drammatico che impatta profondamente la vita di un individuo. Nonostante si preveda una diminuzione delle amputazioni grazie agli avanzamenti nei trattamenti medici si prevede che un certo numero di casi rimarrà a causa dell'invecchiamento della popolazione, del diabete e delle malattie vascolari periferiche (Jo et al., 2021).

Le amputazioni degli arti superiori includono:

- Amputazione parziale della mano: dito, metacarpale-falangea, carpale-metacarpale
- Disarticolazione del polso

- Transradiale
- Disarticolazione del gomito
- Transumerale
- Disartico
- Lazione della spalla e amputazione del quarto anteriore

Le amputazioni degli arti inferiori includono:

- Amputazione parziale del piede: resezione del raggio transmetatarsale
- Tarsometatarsale (Lisfranc)
- Transtarsale (Chopart)
- Transcalcaneale (Boyd)
- Disarticolazione della caviglia
- Transtibiale
- Disarticolazione del ginocchio
- Transfemorale
- Disarticolazione dell'anca ed emipelvectomia

## 2.2. Conseguenze psicologiche

La perdita di un arto è un evento che cambia la vita dei pazienti e delle loro famiglie. In Europa oltre 3,18 milioni di persone hanno subito un intervento di amputazione (Cordis, 2018). Le risposte psicologiche vanno dal dolore all'ansia, dalla depressione al disturbo da stress post-traumatico a causa della perdita e dell'auto-stigmatizzazione (Perkins et al., 2011).

La difficoltà di adattamento dopo l'amputazione può portare a problemi quali bassa autostima, immagine corporea distorta, aumento delle dipendenze e isolamento sociale; pertanto, la diagnosi precoce e il trattamento dei problemi psicologici sono cruciali. Un approccio multidisciplinare, che includa professionisti della salute mentale, è ideale per la riabilitazione dei pazienti amputati, concentrandosi sulle esigenze dei pazienti e di chi si prende cura di loro (Jo et al., 2021).

L'aspetto estetico sembra giocare un ruolo importante nelle conseguenze psicologiche dell'amputazione. L'immagine corporea, definita come "l'immagine psicologica che l'individuo ha di se stesso" viene interrotta quando viene amputato un arto (Physiopedia, 2023).

Uno dei fattori che agiscono in positivo nella mente degli utenti amputati è derivante da una corretta progettazione delle protesi e un corretto utilizzo. L'uso di protesi ben adattate riduce il dolore e la depressione post-amputazione (Bhuvanewar et al., 2007). Al contrario, l'assenza o il ritardo nell'applicazione della protesi può portare a livelli più elevati di ansia, tristezza e fiducia in se stessi. Gli elementi cruciali sembrano essere l'integrazione della protesi nell'immagine corporea e il focalizzarsi sulla funzionalità futura anziché sulla perdita subita (Moore, 1989).

### 3. Avanzamenti tecnologici nella fabbricazione delle protesi

#### 3.1. Tipologie di protesi

Le prime protesi risalgono all'antichità, con testimonianze che mostrano come già gli Egizi, intorno al 3000 a.C., utilizzassero dispositivi rudimentali per sostituire parti del corpo mancanti (Thurston, 2007). Successivamente, la progettazione delle protesi si è evoluta significativamente attraverso le epoche, passando per l'antica Roma, dove venivano impiegate protesi in metallo per i soldati feriti, fino al Medioevo, quando gli artigiani svilupparono protesi articolate in legno e ferro. Nel Rinascimento, la crescente comprensione dell'anatomia umana portò a ulteriori miglioramenti, culminando nel XIX secolo con l'invenzione della "Hanger Limb" da parte di John Hanger, che segnò l'inizio dell'era moderna della progettazione delle protesi (Backus, 2021).

Le protesi moderne possono essere suddivise in due categorie principali:

- Protesi esoscheletriche
- Protesi endoscheletriche

Le protesi esoscheletriche hanno una rigida struttura esterna in plastica a forma di arto. Sono fissati permanentemente e non regolabili. Queste sono più durevoli e sono da preferire soprattutto quando la protesi può essere esposta a condizioni ambientali difficili come danni da impatto durante il lavoro fisico o un ambiente caustico. Le protesi endoscheletriche hanno una struttura scheletrica centrale interna, che comprende componenti modulari e attacchi che forniscono adattamenti angolari su tutti e 3 i piani e che facilitano la rimozione dei componenti danneggiati. Il sistema endoscheletrico è spesso ricoperto da un materiale morbido a forma di arto e da pelle sintetica applicata sopra la forma anatomica (Stokosa, 2024).

Possiamo ulteriormente suddividere le protesi in: protesi per gli arti superiori e protesi per gli arti inferiori. In questa ricerca ci siamo concentrati sulle protesi per gli arti superiori. Queste ultime si possono classificare in:

- Protesi passive: simulano l'aspetto di un arto naturale ma non offrono capacità di prensione attiva della mano.
- Protesi a energia corporea: utilizzano un sistema di imbracatura e cavi che sfrutta il movimento scapolare e omerale per azionare articolazioni come l'uncino, la mano o il gomito. Sono meno costose, durevoli e richiedono meno manutenzione, spesso preferite da chi svolge lavori fisici.
- Protesi mioelettriche con alimentazione esterna: forniscono movimento attivo della mano e delle articolazioni tramite sensori che rilevano il movimento muscolare residuo, senza dipendere dai movimenti scapolari, omerali o del tronco. Offrono una maggiore forza di presa rispetto alle protesi a energia corporea.

- **Protesi ibride:** combinano caratteristiche delle protesi a energia corporea e mioelettriche, ad esempio integrando un gomito a energia corporea con una mano o un terminale ad energia esterna.
- **Protesi per attività specifiche:** progettate per permettere la partecipazione a specifiche attività senza danneggiare l'arto residuo o la protesi quotidiana, garantendo un funzionamento efficace in contesti particolari (Stokosa, 2024).

### 3.2. La stampa 3D nel mondo protesico

Lo sviluppo del sistema CAD/CAM (progettazione assistita da computer e produzione assistita da computer) ha cambiato a livello globale la fabbricazione e la fornitura di protesi e ortesi. I progressi tecnologici dall'Industria 1.0 a 4.0 hanno esercitato un'influenza crescente sulla tecnologia e sulle pratiche protesiche (Raschke, 2022).

Negli ultimi anni sono stati apportati numerosi miglioramenti per sviluppare molti prodotti mediante l'introduzione di strumenti assistiti da computer, per ridurre i costi e i tempi del processo di progettazione e produzione. Inoltre, si è verificata una grande interazione tra la personalizzazione di prodotti caratterizzati dal corpo umano o da parte di esso.



**Figura 1**  
*e-NABLE devices*  
designs by Enabling  
The Future: [https://  
enablingthefuture.  
org/e-nable-devices/](https://enablingthefuture.org/e-nable-devices/).

La diffusione delle stampanti 3D ha democratizzato l'accesso alle protesi, migliorando la vita delle persone con disabilità fisiche. Le protesi stampate in 3D sono infatti estremamente più economiche della loro controparte tradizionale. Ad esempio, una protesi per un arto superiore mioelettrica stampata in 3D disponibile commercialmente ha un costo di circa 1000-3000\$ (Youbionic, Open Bionics). Inoltre, la stampa 3D permette anche l'autoproduzione, riducendo ulteriormente i costi che si limitano al costo del materiale, circa 500\$. Confrontando questi prezzi con le protesi mioelettriche tradizionali, che hanno costi che vanno dai 25000 ai 75000\$, c'è una grande differenza (Kate et al., 2017). Appare quindi evidente il vantaggio economico che queste tecnologie possono apportare al mondo degli apparecchi protesici.

Soprattutto quando gli utenti sono bambini e quindi hanno bisogno di cambiare la protesi frequentemente, l'economicità e l'accessibilità giocano un ruolo fondamentale. La stampa 3D riesce inoltre a facilitare il processo di riparazione e sostituzione, in quanto è possibile agire sul singolo componente anziché sull'intero apparecchio.

La stampa 3D offre numerosi vantaggi rispetto ad altre tecniche di produzione (Campbell et al., 2011). Più della metà dei progetti di protesi degli arti superiori stampati in 3D sono disponibili come "open source" online, ad esempio E-NABLE Fig. 1 (Enabling The Future, n.d.), Cyborg Beast Fig. 2 (Zuniga, 2014). Questo significa che chiunque può scaricare i disegni, esaminarli, apportare modifiche e condividere le proprie versioni del progetto.

L'organizzazione Enable è un esempio chiave di come questa filosofia di collaborazione aperta possa trasformare il mondo delle protesi personalizzate. Enable offre una piattaforma che mette a disposizione una serie di modelli di protesi personalizzabili, scaricabili e modificabili dagli utenti stessi. Gli utilizzatori, anche senza una formazione tecnica specifica, possono adattare i progetti alle proprie esigenze fisiche e stilistiche, garantendo una maggiore integrazione della protesi nella vita quotidiana. L'utente può intervenire su vari aspetti della protesi, come la taglia, la forma, il colore e persino le funzionalità aggiuntive, rendendo la protesi non solo uno strumento funzionale ma anche un'espressione della propria personalità.

Questa collaborazione aperta può portare a miglioramenti rapidi ed economici. Tuttavia, non tutti coloro che creano questi progetti sono esperti nella creazione di protesi. È quindi cruciale considerare attentamente le necessità specifiche degli utilizzatori delle protesi durante il processo di progettazione.

L'aspetto estetico delle protesi è sempre più importante. Oltre alle funzionalità e alla biomeccanica, l'estetica influisce sul benessere psicologico e sull'accettazione della protesi. Coinvolgere l'utente nella progettazione attraverso la modellazione parametrica permette adattamenti precisi alle sue esigenze, migliorando comfort e soddisfazione.

Grazie a Enable, gli utenti possono partecipare attivamente al processo di creazione della loro protesi, ottenendo dispositivi su misura che non solo rispondono ai loro bisogni funzionali, ma riflettono anche preferenze estetiche e identità individuali.

Questo approccio non solo favorisce l'uso regolare della protesi ma anche l'empowerment del paziente, migliorando l'esperienza post-operatoria complessiva. Esistono dei casi che coinvolgono l'utente nella progettazione della protesi come ad esempio Limbitless, che è specializzata nella progettazione, nello sviluppo e nella fornitura di braccia protesiche personalizzate, creative ed espressive per bambini e adulti. Le protesi utilizzano la tecnologia elettromiografica per eseguire funzioni multi-gestuali (Limbitless, n.d.). Questa realtà per quanto interessante è però ancora alla fase delle sperimentazioni cliniche e quindi non accessibile al pubblico.

**Figura 2**

*Cyborg Beast* by Jorge M. Zuniga, available on Thingiverse: <https://www.thingiverse.com/thing:261462>.

### 3.3. Personalizzazione e design parametrico

Il design parametrico si distingue per la sua capacità di personalizzare in modo preciso i dispositivi medici, sfruttando la modellazione algoritmica per adattare i progetti alle specifiche esigenze degli utenti. Questo approccio utilizza parametri variabili che possono essere modificati per ottimizzare l'ergonomia, la funzionalità e l'estetica della protesi. Grazie a software avanzati e alla stampa 3D, è possibile creare protesi che rispondono non solo alle necessità funzionali, ma anche agli aspetti estetici e psicologici degli utenti.

Uno studio rilevante è quello di Manero et al. (2019), che esamina l'implementazione della tecnologia di stampa 3D nel campo delle protesi, evidenziando come il design parametrico consenta di personalizzare i dispositivi per soddisfare le esigenze specifiche degli utilizzatori. L'analisi delle pratiche adottate da Enable dimostra come l'applicazione del design parametrico possa trasformare radicalmente il processo di progettazione e realizzazione delle protesi, offrendo soluzioni perfettamente adatte alle necessità individuali.

Tuttavia, nonostante le avanzate capacità della parametrizzazione e della produzione additiva, è spesso necessario l'intervento di un designer specialista. I designer esperti possono garantire che le modifiche apportate attraverso la parametrizzazione non compromettano la funzionalità e l'efficacia della protesi. Inoltre, forniscono consulenze per ottimizzare il design e risolvere eventuali problemi tecnici che potrebbero sorgere durante il processo di produzione additiva.

Per quanto riguarda l'accessibilità, la progettazione parametrica può essere accessibile direttamente all'utente finale, ma questo dipende dalla disponibilità di strumenti e risorse adeguate. Alcuni programmi di progettazione parametrici possono essere utilizzati anche da persone non esperte, permettendo agli utenti finali di personalizzare direttamente i propri dispositivi. Tuttavia è fondamentale una progettazione adeguata da parte del designer che garantisca che le modifiche apportate non compromettano la funzionalità e la sicurezza della protesi, pur lasciando ampio spazio di manovra all'utente.

Attraverso la customizzazione e il coinvolgimento diretto dell'utente finale nel processo di progettazione della propria protesi, si può contribuire a ridurre lo stigma associato all'amputazione. Questo approccio rende il dispositivo non solo un aiuto funzionale, ma anche un'espressione dell'identità e delle preferenze dell'utente, promuovendo una maggiore accettazione e inclusione.

#### 4. Conclusione

Abbiamo visto come le persone che subiscono un'amputazione vanno incontro a difficoltà non solo fisiche ma anche psicologiche, soprattutto relative all'accettazione da parte di se stessi e degli altri. L'uso di protesi adeguate può aiutare i pazienti a superare lo stigma associato con la perdita di un arto. Negli ultimi anni c'è stato un notevole progresso nella fabbricazione di protesi, con un'attenzione sempre crescente ai bisogni e alle preferenze del singolo utente. Questa capacità di personalizzazione è sempre più accessibile, grazie soprattutto agli avanzamenti tecnologici, in particolare nella manifattura additiva, che permette di creare pezzi unici con costi di produzione relativamente contenuti rispetto alle controparti tradizionali. Questa personalizzazione è però ancora prettamente legata alla funzionalità dell'arto, che per quanto fondamentale spesso trascurava l'aspetto estetico. La customizzazione a livello empatico è un processo che va oltre la semplice ottimizzazione delle prestazioni fisiche. Si tratta di creare una connessione emotiva tra l'utente e il dispositivo, comprendendo le sue esigenze, desideri e esperienze individuali. Questo non significa sempre ricreare fedelmente l'arto mancante ma può significare trasformare la protesi in un accessorio che l'utente indossa con orgoglio.

La ricerca vuole porre l'attenzione su come l'uso di protesi personalizzate, progettate con la collaborazione dell'utente, può aiutare a colmare o addirittura eliminare le difficoltà psicologiche e a favorire l'accettazione di sé. Coinvolgere l'utente nel processo di progettazione non solo migliora la funzionalità della protesi, ma promuove anche un senso di identità e orgoglio nell'uso del dispositivo, suggerendo che il futuro della protesica risiede in un approccio sempre più user-centered e collaborativo. Sebbene siano stati compiuti significativi progressi in questo campo, è essenziale continuare la ricerca per esplorare come il design possa fare da mediatore tra il mondo medico, tecnologico e l'utente finale. Solo attraverso una continua ricerca e innovazione è possibile garantire che le protesi non solo soddisfino le esigenze funzionali, ma migliorino anche l'esperienza complessiva dell'utente.

## Referenze

- Backus, P.G. (2021). The Story of James E. Hanger: Amputee Turned Entrepreneur. [online] American Battlefield Trust. Available at: <https://www.battlefields.org/learn/articles/story-james-e-hanger-amputee-turned-entrepreneur> [Accessed 15 Jun. 2024].
- Bhuvanewar, C.G., Epstein, L.A. and Stern, T.A. (2007). Reactions to Amputation: Recognition and Treatment. The Primary Care Companion to The Journal of Clinical Psychiatry, [online] 09(04), pp. 303-308. <https://doi.org/10.4088/pcc.v09n0408>
- Campbell, T., Williams, C., Ivanova, O. and Garrett, B. (2011). Technologies, Potential, and Implications of Additive Manufacturing. [online] JSTOR. Atlantic Council. Available at: <https://www.jstor.org/stable/resrep03564>
- Cordis (2018). Sensibilità ripristinata per gli amputati: non più arti fantasma. [online] CORDIS | European Commission. Available at: <https://cordis.europa.eu/article/id/229055-sense-of-feeling-restored-for-amputees-no-more-phantom-limbs/it> [Accessed 15 Jun. 2024].
- Enabling The Future (n.d.). [e-NABLE devices designs]. Retrieved 15 June 2024, from <https://enablingthefuture.org/e-nable-devices/>
- Jo, S.-H., Kang, S.-H., Seo, W.-S., Koo, B.-H., Kim, H.-G. and Yun, S.-H. (2021). Psychiatric understanding and treatment of patients with amputations. *Yeungnam University Journal of Medicine*, [online] 38(3), pp. 194-201. <https://doi.org/10.12701/yujm.2021.00990>
- Kate, J. T., Smit, G. and Breedveld, P. (2017). 3D-printed upper limb prostheses: a review. *Disability and Rehabilitation Assistive Technology*, 12(3), pp. 300-314. <https://doi.org/10.1080/17483107.2016.1253117>
- Limbitless (n.d.). Creative, expressive, Personalized Prosthetics | Limbitless Solutions. <https://www.scribbr.com/proofreading-editing/>
- Manero, A. et al. (2019). Implementation of 3D printing technology in the field of prosthetics: past, present, and future. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(9), 1641. doi: 10.3390/ijerph16091641.
- Moore, W.S. (1989). *Lower Extremity Amputation*. W B Saunders Company.
- Perkins, Z.B., De'Ath, H.D., Sharp, G. and Tai, N.R.M. (2011). Factors affecting outcome after traumatic limb amputation. *British Journal of Surgery*, 99(S1), pp. 75-86. doi:<https://doi.org/10.1002/bjs.7766>

- Physiopedia (2023). Emotional and Psychological Reactions to Amputation. [online] Physiopedia. Available at: [https://www.physio-pedia.com/Emotional\\_and\\_Psychological\\_Reactions\\_to\\_Amputation](https://www.physio-pedia.com/Emotional_and_Psychological_Reactions_to_Amputation) [Accessed 15 Jun. 2024].
- Raschke, S.U. (2022). Limb Prostheses: Industry 1.0 to 4.0: Perspectives on Technological Advances in Prosthetic Care. *Frontiers in Rehabilitation Sciences*, [online] 3. doi:<https://doi.org/10.3389/fresc.2022.854404>.
- Stokosa, J.J. (2024). Edema dell'arto residuo - Argomenti speciali. [online] Manuali MSD Edizione Professionisti. Available at: <https://www.msdmanuals.com/it-it/professionale/argomenti-speciali/protesi-degli-arti/edema-dell-arto-residuo> [Accessed 15 Jun. 2024].
- Thurston, A.J. (2007). Paré and prosthetics: the early history of artificial limbs. *ANZ Journal of Surgery*, 77(12), pp. 1114-1119. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1445-2197.2007.04330.x>.
- Treccani (2010). Amputazione – Enciclopedia. [online] Treccani. Available at: [https://www.treccani.it/enciclopedia/amputazione\\_\(Dizionario-di-Medicina\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/amputazione_(Dizionario-di-Medicina)/) [Accessed 15 Jun. 2024].
- Zuniga, J. M. (2014). Cyborg Beast [photograph]. Thingiverse. <https://www.thingiverse.com/thing:261462>.

# **Marketing e Consumo em Moda e Design**



# Empoderamento através do figurino: A representação de Clara Inês em *Canto para não chorar*

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.7>

Rachel Rios Scherrer<sup>1</sup>, Eduardo Romeiro Filho<sup>2</sup>,  
Heloísa Nazaré dos Santos<sup>3</sup>

<sup>1</sup> UEMG, [rachel.scherrer@uemg.br](mailto:rachel.scherrer@uemg.br)

<sup>2</sup> UFMG, [romeiro@dep.ufmg.br](mailto:romeiro@dep.ufmg.br)

<sup>3</sup> UEMG, [heloisa.santos@uemg.br](mailto:heloisa.santos@uemg.br)

## Resumo

Este estudo investiga a representação da gordofobia na série colombiana *Canto para não chorar*, com foco na personagem Clara Inês e em sua jornada de empoderamento através do figurino, com o intuito de desconstruir os estigmas associados aos corpos gordos. A análise se concentra na influência da moda e do figurino como elementos essenciais na expressão de identidade, beleza e empoderamento, desafiando pre-conceitos e promovendo uma representação mais diversificada e inclusiva na mídia.

## Palavras chave

Empoderamento; figurino; representatividade; moda; plus size.

## 1. Introdução

“Por que não posso ser fã de uma pessoa gorda?” Em *Canto para não chorar* a personagem Clara Inês desafia preconceitos, enquanto Arelys Henao, uma cantora colombiana reconhecida, agora exibe uma silhueta *plus size*, influenciando tanto sua música quanto seu estilo.

A urgência deste tema, com implicações dramáticas, tornou-o um dos mais debatidos no âmbito da moda. Essa contradição entre a busca pela magreza e a realidade da diversidade corporal é um desafio persistente na indústria da moda. Compreender a complexidade que subjaz a representação de corpos diversos na mídia contemporânea é fundamental para desvendar as dinâmicas sociais e culturais que permeiam nossa sociedade. A presença de personagens com o corpo gordo em produções como *Canto para não chorar* não apenas reflete a diversidade da população, como também desafia os estereótipos de beleza que há muito tempo têm sido enraizados em nossa cultura. Lipovetsky (2016) afirma que “a representação diversificada na mídia desempenha um papel crucial na desconstrução de estereótipos de beleza” e destaca como a moda *plus size* surge como uma forma de contraposição a padrões estéticos rígidos.

Wolf (2022, p. 279) aponta que desde o nascimento as meninas tendem a ter entre 10 a 15% mais gordura corporal do que os meninos. Durante a puberdade essa proporção aumenta nas meninas e diminui nos meninos, sendo fundamental para a maturação sexual e a fertilidade. Essa representação diversificada não só promove uma visão mais inclusiva e realista da sociedade, como também contribui para a desconstrução de padrões estéticos limitantes e a aceitação e valorização de corpos diversos em todas as suas formas e tamanhos. Uma breve análise mais aprofundada do impacto da imagem de corpos gordos na mídia já revela como a falta de diversidade nesse aspecto pode afetar negativamente a autoestima e a aceitação pessoal.

Este artigo analisa o figurino de Clara Inês, interpretada por Victoria Ortiz Tejada, na série *Canto para não chorar*, com o intuito de promover a diversidade e a inclusão na mídia atual. A moda também é usada para retratar personagens gordos e suas histórias. Espera-se contribuir para uma discussão mais ampla sobre a relevância da representação na mídia e as possibilidades que ela oferece para estimular a diversidade e a inclusão.

Um marco relevante dessa luta foi a recente publicação da revista *boa forma*, cuja capa estampava Letícia Munniz. Pela primeira vez na história da revista, uma mulher *plus size* ocupou esse espaço de destaque, o que representa e empodera mulheres gordas (Figura 1):



**Figura 1**  
Capa da revista  
*boaforma* – edição de  
maio 2024.

Munniz (2024) exalta a sua alegria e um estilo de vida saudável, demonstrando que mulheres *plus size* podem ser bonitas, confiantes e realizadas. Sua história inspira outras mulheres a aceitarem suas diferenças e a buscarem a felicidade verdadeira, sem se submeterem à pressão social por um corpo ideal. No entanto, apesar dos avanços na representação de corpos diversos na mídia, ainda existem desafios significativos a serem enfrentados. Muitas produções não têm personagens reais e, muitas vezes, são apenas estereótipos ou papéis secundários. Adicionalmente, a indústria da moda continua a perpetuar padrões de beleza inatingíveis, tornando difícil para muitas pessoas encontrarem roupas que atendam as suas necessidades e preferências. Diante desses desafios, é importante acontecer a promoção da representação mais autêntica e inclusiva de corpos diversos na mídia. Isso ajuda os espectadores e cria uma cultura mais realista e tolerante.

## 2. Referencial teórico

O objetivo é estabelecer uma base para analisar o papel do figurino na série *Canto para não chorar*, como ferramenta de empoderamento e representação de corpos gordos. Para isso, foram tratados cinco tópicos: (1) Representação do corpo gordo na mídia: promovendo a diversidade e a inclusão, (2) Marketing como ferramenta de promoção da diversidade, (3) Impacto do figurino na construção da identidade, (4) Empoderamento de personagens em séries de televisão e (5) Laura Agudelo e a Moda *Plus Size* na Colômbia.

### 2.1. Representação do corpo gordo na mídia: promovendo a diversidade e a inclusão

Lipovetsky (2016) argumenta que a presença de corpos diferentes na tela não apenas reflete a realidade social, como desafia os padrões estéticos dominantes, o que

contribui para a desconstrução de estereótipos de beleza. Clara Inês assume um papel relevante em *Canto para não chorar* ao representar a diversidade corporal de uma forma positiva e empoderada, dando visibilidade a corpos que, historicamente, foram ignorados pela mídia.

Quando personagens fora do padrão aparecem nas mídias sociais, gera discussões importantes sobre aceitação e saúde mental. Estudos indicam que a ausência de corpos distintos pode causar baixa autoestima e provocar distúrbios alimentares, especialmente entre jovens impressionáveis.

Vigarello (2012) explica que a história das pessoas gordas é marcada por um corpo que a sociedade, em geral, rejeita, independentemente da vontade de cada uma delas de modificar seu corpo. Dessa forma, ao apresentarem personagens com o corpo gordo de forma positiva e multifacetada, as produções audiovisuais têm o potencial de incentivar uma cultura mais inclusiva e de estimular discussões relevantes sobre padrões de beleza e de aceitação pessoal.

Hall (2006) ensina que os pilares de classe, gênero, sexualidade e raça, antes considerados sólidos, hoje se fragmentam, dando origem a diversas formas de identidade. A internet e as mídias sociais, como o Instagram, oferecem uma plataforma para que grupos que antes não estavam representados na mídia tradicional possam se expressar e se destacar. O fenômeno é evidente ao transformar blogueiras em influenciadoras digitais, impulsionadas pela facilidade e praticidade desses veículos.

Ferraz (2017) defende que a manutenção da autoestima não requer que a pessoa seja excessivamente magra. Cuidar da saúde para evitar problemas decorrentes do excesso de peso tornou-se crucial. A moda *plus size* tem se desenvolvido a cada estação, apresentando peças mais variadas, criativas e elegantes. Não se trata mais de usar cores escuras e modelagens largas a pretexto de disfarçar as medidas. Todos os biótipos têm truques para valorizar isso. É fundamental conhecer as peças, os detalhes e as modelagens que valorizam diferentes tipos de corpo. A beleza não se resume apenas a pesos ou medidas.

Além disso, a mídia pode ajudar marcas a serem mais inclusivas em suas campanhas e produtos de beleza. A representação do corpo gordo afeta também o modo como as pessoas se veem e são vistas na sociedade.

## 2.2. Marketing como ferramenta de promoção da diversidade

As estratégias de marketing auxiliam na promoção de personagens e suas histórias. Pine e Gilmore (1999) salientam a relevância de se criarem experiências autênticas e significativas para o público, o que inclui a representação diversificada de corpos na mídia. Apontam que colaborações entre marcas de moda, empresas de entretenimento e influenciadores *plus size* têm se tornado cada vez mais frequentes, promovendo uma mensagem de inclusão e valorização da diversidade.

Miranda (2008) salienta que é essencial que as empresas de vestuário estejam atentas à necessidade de assegurar que suas expectativas de êxito, sobretudo em termos de lucro, se tornem realidade. A compreensão do valor simbólico atribuído a produtos e marcas requer uma abordagem de marketing que aponte como essa dimensão pode influenciar o comportamento das pessoas em suas diversas funções cotidianas e sociais.

O mercado *plus size* é considerado por companhias e especialistas em marketing como um nicho com grande potencial. A estratégia para engajar esse público consiste em usar modelos *plus size* em campanhas publicitárias e criar linhas de produtos que abracem a diversidade. Iniciativas como essa demonstraram-se eficientes não apenas para aumentar a visibilidade na mídia, como também para criar uma base fiel de consumidores através do engajamento.

Cobra (2006) recomenda que as marcas devem transcender a função de vestir, incorporando valores ideológicos, como, paz, consciência social e prazer, além de investir no fortalecimento da sua identidade. Motta (2013) reacende a discussão sobre os padrões de massa corporal das modelos, destacando a transição de belas a vítimas de uma distorção estética perversa. Devido à improbabilidade de mudanças rápidas, a propaganda e os ideais de beleza continuam magros, mesmo com a obesidade em níveis históricos.

Cavalheiro (2022) cita Flúvia Lacerda como a primeira top model *plus size*, reconhecida por quebrar padrões da indústria da moda e por incluir diferentes tipos de corpos. Sua presença em campanhas para marcas de renome e em editoriais de revistas de prestígio demonstra sua influência na promoção de uma imagem mais diversificada e realista da beleza feminina, o que inspira a aceitação da diversidade corporal.

Na indústria da moda, a procura por representatividade e diversidade ultrapassa as tendências pontuais. O movimento tem por objetivo romper com os estereótipos de beleza, promovendo a inclusão e a valorização de todos os tipos de corpos e de estilos. Algumas marcas se destacam por suas iniciativas pioneiras e pelo compromisso com a construção de uma imagem corporal mais positiva.

Carvalho (2016) esclarece que na era digital testemunha-se o surgimento de vozes poderosas que instigam reflexões sobre violência, sociedade e diversidade, demonstrando que o empoderamento feminino transcende as questões de igualdade salarial ou representatividade nas instituições. É evidente que essa causa ressoa profundamente com muitas mulheres na atualidade.

A Dove, com sua campanha "Real Beauty", é um exemplo emblemático da luta pela representação na moda. Desde 2004, tem desafiado a indústria ao mostrar mulheres reais em suas campanhas sem usar ferramentas digitais ou photoshop. O objetivo é reconhecer a beleza de todas as formas, apoiando mulheres de diferentes idades, etnias, tipos físicos e estilos. A empresa também investe em pesquisas e projetos educativos que combatem a aversão ao peso e promovem a saúde mental.

Um exemplo é o “Projeto Dove pela Autoestima”, que já atingiu mais de 100 milhões de jovens com mensagens positivas sobre a imagem corporal.

A Renner é reconhecida no Brasil pela sua linha *plus size*, que oferece produtos elegantes, modernos e de alta qualidade para mulheres de todos os tamanhos. A marca situa-se além da moda, ao promover a representatividade e a diversidade por meio de campanhas publicitárias que incluem modelos *plus size*. Suas iniciativas celebram a beleza real das mulheres *plus size*, mostrando que elas podem ser estilosas, confiantes e felizes na pele, além de investir em ações voltadas para o combate ao preconceito contra elas.

Iniciativas como as aqui mencionadas mostram que a moda pode ajudar a melhorar a representação, a diversidade e a imagem corporal, contribuindo para a construção de um mundo mais inclusivo. A mídia reflete a realidade da sociedade e pode impulsionar mudanças e, nesse cenário, as marcas podem mudar a maneira como as pessoas se sentem, ajudando a mudar a cultura e a sociedade.

### 2.3. Impacto do figurino na construção da identidade

Leite e Guerra (2002) explicam que o figurino é influenciado por três fatores: (1) o corpo — que inclui idade, peso, altura, cor do cabelo e da pele; (2) a sociedade — que inclui classe social, religião, origens e cultura; e (3) a mente — que inclui desejos, frustrações, sexualidade, problemas, sensibilidade e percepção.

Lacerda (2017) argumenta que as mulheres que desempenham múltiplas funções, como cuidar da casa e dos filhos e trabalhar fora, não deveriam se desvalorizar por causa da aparência ou do peso. Destaca ainda que a insatisfação com a imagem corporal pode afetar negativamente o desempenho profissional, salientando que a verdadeira beleza vai além do aspecto físico, ligando-se a fatores como respeito, amor-próprio e valorização das conquistas pessoais. Encoraja as mulheres a perceberem que as pressões relacionadas à aparência são, em grande medida, autoimpostas e que o verdadeiro valor não é determinado pelo tamanho do manequim ou pelo peso revelado pela balança.

O figurino pode ser uma ferramenta poderosa ao transmitir mensagens sobre autoconfiança, individualidade e empoderamento.

Guerra (2013) afirma que pessoas com estilo não se preocupam com o que está “na moda” e frequentemente adotam tendências sem perceber. Elas têm um compromisso com o bom gosto e não com a moda. Ao escolherem roupas que refletem a personalidade e o estilo dos personagens *plus size*, os figurinistas não estão apenas a contribuir para a construção da narrativa, como também enviam uma mensagem positiva sobre a aceitação pessoal e a autoexpressão. O figurino pode ajudar os espectadores a se identificarem com os personagens e a se sentirem representados na tela, fortalecendo o impacto da narrativa.

Adverse (2012) defende que a moda não é apenas um símbolo do novo, mas também o resultado de um sistema complexo de relações comparativas que refletem as necessidades e os gostos estéticos de uma época. Também destaca que a novidade na moda surge de uma análise comparativa no âmbito de um sistema de estética que rapidamente substitui valores estabelecidos. Enfatiza, assim, a importância de compreender como essa dinâmica temporal influencia a percepção da existência em diferentes contextos sociais.

Ao reconhecer a interseção entre figurino, moda e identidade, percebe-se que o vestuário é um reflexo complexo das necessidades individuais e sociais, bem como das dinâmicas culturais e temporais.

Butler (1990) destaca que a performance de gênero e a expressão individual, por meio do vestuário, constituem formas de resistência e de empoderamento ao desafiar normas sociais e ao promover a diversidade na representação midiática. O figurino, portanto, não reflete apenas valores e gostos de uma época, como também pode transmitir mensagens poderosas sobre autoconfiança e individualidade, contribuindo para a criação de narrativas mais inclusivas e representativas na televisão e na cultura popular como um todo.

Muniz (2004), ao discutir a influência da moda na criação de figurinos teatrais, destaca a prática do figurinista Samuel Abrantes de se inspirar em grandes desfiles, como o de Lacroix e o Issey Miyake, bem como sua necessidade de adaptar técnicas e materiais disponíveis localmente.

Goldenberg (2012) enfatiza que no Brasil, especialmente no Rio de Janeiro, o corpo é mais relevante do que a roupa. Ele é o verdadeiro traje, moldado, trabalhado e exibido, enquanto a vestimenta é apenas um acessório para valorizar e expor esse corpo capital.

A literatura oferece percepções sobre o papel do figurino na construção da identidade e no empoderamento de personagens em séries de televisão.

Canclini (2008) enfatiza que para a mídia o popular não deriva de tradições ou da "personalidade" coletiva, nem é caracterizado por suas manifestações manuais, artesanais ou orais, os elementos típicos de uma era pré-moderna. Ao contrário, os comunicólogos veem a cultura popular contemporânea como um produto dos meios eletrônicos e da indústria cultural, que atua de maneira difusora e integradora, desconsiderando as diferenças locais em favor de uma homogeneização mediada pela tecnologia.

A interseção entre figurino, moda e identidade revela que o vestuário é um reflexo complexo das necessidades individuais e sociais, bem como das dinâmicas culturais e temporais. A moda nem sempre segue tendências, mas sim um sistema comparativo que reflete valores e gostos de uma época. O figurino pode transmitir mensagens poderosas sobre autoconfiança, individualidade e empoderamento, contribuindo para a criação de narrativas mais ricas e representativas na televisão e na cultura

popular como um todo. Por isso é importante para uma análise das representações culturais e sociais nas mídias contemporâneas.

## 2.4. Empoderamento de personagens em séries de televisão

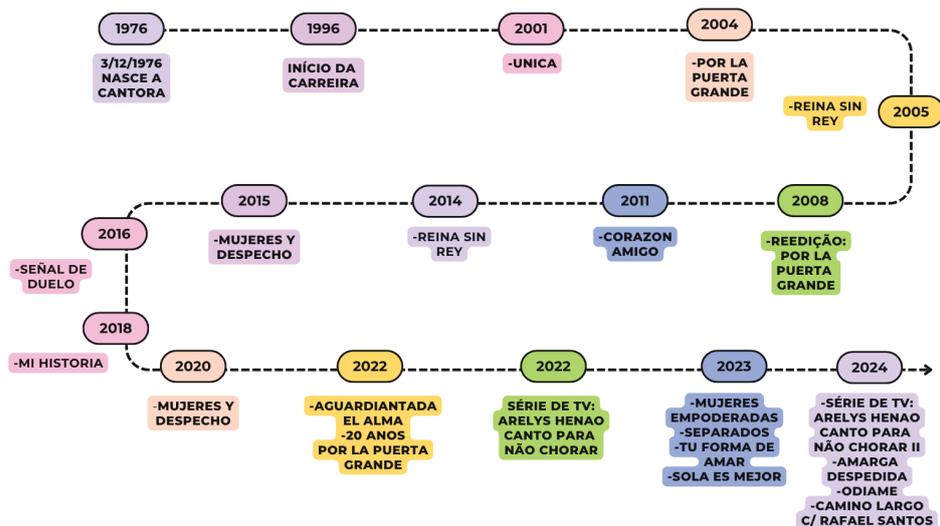
Arelys Henao transformou uma vida de dificuldades e perseguição em uma carreira de sucesso (Balseca, 2023). A série biográfica *Canto para não chorar* narra sua trajetória de resiliência, constituindo-se em um exemplo inspirador para muitas mulheres. Hoje com 27 anos de carreira, e é um ícone da música popular colombiana, como cantora e compositora.

Camoleze (2023) afirma que Arelys Henao tornou-se um ícone no cenário artístico colombiano ao desafiar estereótipos de beleza e padrões musicais. Sua trajetória artística revela não apenas sua habilidade musical, como também sua postura de empoderamento feminino e autoconfiança, na medida em que promove a diversidade e a inclusão na mídia nacional, enfatizando a diversidade de corpos e estilos femininos em suas letras e espetáculos.

Conforme a Caracol Televisión (2021), Henao tem sido uma figura marcante na cultura colombiana e na transmissão de mensagens de força, independência e perseverança para as mulheres. Sua biografia oferece uma visão panorâmica de seu crescimento e desenvolvimento musical, desde os seus primeiros discos até os últimos lançamentos.

Os momentos significativos em sua trajetória profissional são apresentados de maneira visual, como uma linha do tempo, na Figura 2:

**Figura 2**  
Linha temporal da carreira de Arelys Henao.



Gripp (2024) completa que, na segunda temporada da artista, a narrativa se aprofunda, destacando o crescimento de sua carreira musical, ao mesmo tempo em que enfrenta turbulências na vida pessoal. Apesar de ter uma duração de 64 episódios, a temporada mantém o interesse dos espectadores por meio de apresentações marcantes e uma narrativa envolvente, oferecendo uma continuação emocionante da jornada de Arelys Henao. Assim, sua influência na indústria musical colombiana, conforme apontado por Veá (2022), evidencia a relevância de desafiar as normas estabelecidas e de incentivar uma cultura de aceitação e empoderamento feminino.

## 2.5. Laura Agudelo e a moda *plus size* na Colômbia

A moda *plus size* tem ganhado crescente visibilidade na América Latina, um movimento impulsionado por ativistas e comunicadoras que desafiam os padrões estéticos tradicionais e lutam pela inclusão e dignidade das pessoas gordas.

Laura Agudelo começou sua jornada no mundo da moda *plus size* após enfrentar dificuldades em encontrar roupas que se ajustassem ao seu corpo. Como ela relata, os tamanhos não eram padronizados, o que dificultava ainda mais a sua experiência de compra (Escalante, 2021). Em resposta a essa problemática, ela criou o blog *La Pesada de Moda* em 2010, onde começou a compartilhar suas vivências e a discutir questões relacionadas à moda e à gordofobia.

Em 2017, Laura Agudelo lançou o *Gorda Salón de Moda Plus Size*, um evento inovador que visa dar visibilidade a empreendedores colombianos que produzem roupas em tamanhos maiores. Este evento não só destaca a moda *plus size*, mas também inclui apresentações artísticas, debates e outras atrações, criando um espaço inclusivo e celebratório para a diversidade corporal. A iniciativa de Agudelo reflete uma necessidade crescente de acessibilidade e dignidade para pessoas gordas, desafiando os padrões tradicionais de beleza e promovendo a autoaceitação (Carneiro, 2022).

Agudelo não se via como ativista no início de sua jornada, mas sua atuação acabou posicionando-a como uma representante importante da moda *plus size* na América Latina. Sua experiência pessoal e seu trabalho no blog e no salão de moda mostraram que o mercado *plus size* pode ser promissor e que as consumidoras desse segmento são emocionais e desejam superar seus medos e inseguranças (Escalante, 2021).

A luta contra a gordofobia é uma questão central na narrativa de Laura Agudelo. Ela destaca que a gordofobia está presente na Colômbia, assim como em outros lugares do mundo, e que é fundamental questionar a linguagem e as atitudes que perpetuam esse preconceito (Escalante, 2021).

O trabalho de Laura Agudelo é um exemplo poderoso de como a moda pode ser um meio de ativismo e transformação social. Através do blog *La Pesada de Moda* e do *Gorda Salón de Moda Plus Size*, ela tem contribuído para uma maior inclusão e respeito pelas pessoas gordas, promovendo uma mudança positiva na forma como a sociedade enxerga a diversidade corporal.

Muitas marcas da Colômbia mostram suas criações, desde roupas íntimas até roupas de banho feitas sob medida. Cada peça é projetada para realçar a beleza e a confiança das mulheres de tamanho grande. O *Gorda Salón de Moda Plus Size* foi criado para destacar a beleza e a confiança das mulheres grandes. Algumas marcas participam da feira *plus size* colombiana: Tall (médias e prendas), Amara Plus Size, Aria Plus, Azulita, By La Gorda Fabiola, Dulce Caricia by Eleganza, La Michelle, Pink Plus Size by Juliana Gomez; Nationlus; Jo Plus; Elena Te Amamos Como Eres; Zexestore Tu Mejor Elección. Além disso, o espaço também funciona como um laboratório, permitindo que as marcas participantes meçam a aceitação de seus produtos.

### 3. Metodologia

Esta pesquisa se baseia no método de análise de conteúdo para investigar a representação da gordofobia e o empoderamento na série colombiana *Canto para não chorar*, especialmente na personagem Clara Inês. Adota o método de análise de conteúdo para fazer inferências sobre temas e textos em cenas selecionadas, o qual, segundo Bardin (2016), pode ser usado em pesquisas qualitativas, com formas de quantificação. O autor salienta que a principal característica da análise qualitativa é a inferência baseada na presença do índice (tema, palavra, personagem, etc.), e não na frequência de sua aparição. Esse enfoque é importante para analisar a representação da personagem e a desconstrução de estigmas relacionados à gordofobia na série.

A metodologia seguiu três etapas principais: (a) Pré-análise, que consistiu na organização dos dados, incluindo a seleção das cenas a serem analisadas e a definição dos objetivos e hipóteses da pesquisa; (b) Exploração do material, que resultou no exame minucioso das cenas, avaliando aspectos como figurino, maquiagem, interações sociais e diálogos significativos; e (c) Tratamento dos resultados, que consistiu na interpretação e condensação dos dados, permitindo uma avaliação crítica da representação de Clara Inês e da abordagem sobre gordofobia e empoderamento na série.

Clara Inês em *Canto para não chorar* é representada por um *moodboard* que reflete uma seleção cuidadosa de imagens, texturas e cores, proporcionando uma experiência imersiva no universo de Clara Inês e fornecendo dados fundamentais para compreender sua trajetória emocional ao longo da narrativa, como é ilustrado na Figura 3:



**Figura 3**  
Moodboard de cenas de Clara Inês em *Canto para não chorar*.

A análise das cenas envolveu a codificação e categorização das informações coletadas, utilizando ferramentas de análise de conteúdo para organizar os dados e facilitar a comparação entre as cenas. Esse processo possibilitou identificar relações, significados e tendências emergentes, contribuindo para uma compreensão mais ampla da influência do figurino e da moda na expressão de identidade e empoderamento da personagem.

#### 4. Resultados e discussão

Uma análise detalhada das diferentes cenas envolvendo a personagem Clara Inês na série *Canto para não chorar* é apresentada, descrevendo cada uma em termos de contexto narrativo, ações da personagem e elementos visuais, como figurino e maquiagem. Essa análise oferece uma visão abrangente das experiências vivenciadas por Clara Inês ao longo da narrativa, permitindo uma compreensão mais profunda de sua jornada emocional e das questões abordadas na série, conforme mostrado na Tabela 1:

	CENA 1	CENA 2	CENA 3	CENA 4
				
	<b>Matias ignora Clara Inês na escola</b>	<b>Relacionando Com homem mais velho</b>	<b>Cena Íntima com o Cantor</b>	<b>Cena Grávida Com o Marido</b>
<b>Episódio</b>	<b>02</b>	<b>09</b>	<b>43</b>	<b>61</b>
<b>Descrição da Cena</b>	Clara Inês é ignorada na Escola por Matias após tentar cumprimentá-lo como namorado.	Clara Inês começa o namoro com Jairo, o dono da pousada onde Arelys mora.	Clara Inês está em uma cama de motel com o cantor Benâncio da banda de Arelys Henao.	Ela chega, grávida, com o marido Fernando na área externa da casa de sua cunhada Arelys.
<b>Representação do Corpo da Personagem</b>	Ela começa a cena feliz, depois ele a segura no braço e a ignora vai embora ela fica consternada.	Sorri ao lado do seu Jairo e conta sobre o namoro para a mãe de Arelys	Ela está feliz, conversando deitada na cama e coberta com o lençol.	Sorri e conversa com marido e amigos e coloca sempre a mão na barriga.
<b>Descrição do Figurino</b>	Uniforme - Vestido verde tipo macacão sobre blusa branca com gola colegial, meia branca abaixo do joelho e sapato preto, cabelo preso e brincos pequenos de argola.	Vestido curto florido tipo macacão sobre blusa vermelha com gola colarinho desabotoada, cabelo preso, bolsa a tiracolo, rasteirinha e brincos pequenos de argola.	Lingerie nude básico (nada sexy), cabelos soltos, sem brincos.	Vestido mid vinho com manga curta em babado na ponta, decote redondo, cabelos soltos, brinco com pingente de duas pérolas e gargantilha com pérola.
<b>Maquiagem</b>	Maquiagem leve	Maquiagem leve	Maquiagem leve	Maquiagem de festa
<b>Observações adicionais</b>	Matias teve um encontro com ela na noite anterior.	Jairo estava preocupado pois ele é mais velho.	Benâncio está com um cinto de couro no pescoço e a chama de gordinha.	Parece ser a única cena com as mãos pintadas.

**Tabela 1**

Cenas de Clara Inês analisadas da série *Canto para não chorar*.

A análise das cenas envolvendo Clara Inês na série *Canto para não chorar* revela uma interseção complexa de temas relacionados a gordofobia, sexualidade e resiliência. A narrativa das experiências da protagonista apresenta uma análise aprofundada dos desafios enfrentados pelas pessoas gordas na sociedade atual, enfatizando a necessidade de desconstruir estigmas e de promover uma cultura de aceitação e inclusão.

A variação no figurino e na maquiagem ao longo das cenas demonstra a relevância desses elementos na construção da identidade e na expressão emocional da personagem, tornando-a multifacetada e autêntica.

A resiliência e o empoderamento de Clara Inês são aspectos centrais, sugerindo que, apesar dos desafios, é possível encontrar alegria, realização e força interior mesmo diante das adversidades sociais e pessoais. Essas reflexões adicionais fornecem uma base sólida para o entendimento da representação de Clara Inês e sua relevância para questões de inclusão e diversidade na mídia atual.

## 5. Conclusão

A investigação sobre o impacto do traje na representação de corpos gordos e nas possibilidades de colaboração no setor de entretenimento apontou impressões relevantes. O figurino afeta o modo como as pessoas veem seus corpos gordos na mídia, podendo reforçar estereótipos negativos ou desafiar regras tradicionais de beleza. Parcerias estratégicas entre profissionais da moda e do entretenimento podem ampliar a diversidade de narrativas e personagens, criando oportunidades para uma representação mais autêntica e inclusiva.

A reflexão sobre a relevância da representação diversificada na mídia demonstra a urgência de promover narrativas que reflitam a verdadeira diversidade da sociedade, na medida em que histórias que incluem corpos gordos em filmes e programas de televisão mostram a realidade e validam e celebram as experiências humanas.

É importante também reconhecer o impacto das pessoas que estão por trás dessas representações. A atriz Victoria Ortiz Tejada, que interpreta Clara Inês em *Canto para não chorar*, personifica a importância da diversidade de corpos na tela e inspira empoderamento pessoal. Tejada possui um expressivo número de seguidores no Instagram e uma voz influente. Seu perfil na rede social poderia ser aproveitado de forma estratégica como uma plataforma para promover marcas de roupas *plus size* e defender os movimentos de corpos livres, aumentando ainda mais o impacto positivo da representação inclusiva na mídia.

É relevante estender este estudo para analisar o efeito do figurino e da representação de corpos gordos em diferentes mídias, como, publicidade, mídias sociais e literatura. Além disso, é possível usar estratégias inovadoras e cooperativas para incentivar uma cultura mais inclusiva na mídia, envolvendo especialistas do setor de entretenimento, ativistas e estudiosos.

## Referências

- Arruda, A., 2021. O peso e a mídia: as faces da gordofobia. 1. ed. São Paulo: Alameda.
- Bardin, L., 2016. Análise de conteúdo. Edições 70.
- Balseca, I., 2023. Arelys Henao: “Contar mi historia sirvió para sanar el alma”: conoció la pobreza e foi perseguida por la guerrilla. Revista digital - Expreso, 27 jun. [Online] Disponível em: <https://www.expreso.ec/ocio/arelys-henao-contar-mi-historia-sirvio-sanar-alma-165059.html> [Acedido em: 18 maio 2024].
- Barthes, R., 1967. O Sistema da Moda. Tradução de M. de Santa Cruz. São Paulo: edições 70.
- Butler, J., 1990. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. Routledge.
- Camoleze, N., 2023. Canto para não chorar - Série colombiana baseada em fatos reais. [Online] Disponível em: [https://youtu.be/K2PD9ybIOno?si=XiEP\\_A9fV-rTkz4E](https://youtu.be/K2PD9ybIOno?si=XiEP_A9fV-rTkz4E) [Acedido em: 18 maio 2024].
- Carneiro, F., 2022. Plus size na Colômbia: conversamos com Laura Agudelo, idealizadora do Gorda Salon de Moda. [Online] Disponível em: <https://popplus.com.br/2022/11/04/entrevista-laura-agudelo-idealizadora-do-gorda-salon-de-moda/> [Acedido em: 05 ago. 2024].
- Carvalho, A., 2016. Moda com propósito: manifesto pela grande virada. 1.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Paralela.

- Cavalheiro, M., 2022. Fluvia Lacerda: a primeira plus size alçada ao posto de top model é BRASILEIRA. Revista manequim, 22 set. [Online] Disponível em: <https://www.manequim.com.br/moda/fluvia-lacerda-a-primeira-plus-size-alcada-ao-posto-de-top-model-e-brasileira.phtml> [Acedido em: 18 maio 2024].
- Guerra, C., 2013. Moda intuitiva: um "não manual" de moda para ajudar você a descobrir seu próprio estilo. São Paulo: Lafonte.
- Goldenberg, M., 2012. Invisíveis ou inclassificáveis? Gênero, corpo e envelhecimento na cultura brasileira. In: Mesquita, C. & Castilho, K. (orgs.) Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores. São Paulo: Estação das Letras e Cores
- Hall, S., 1980. Encoding/Decoding. In: Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. & Willis, P. (eds.) Culture, Media, Language. London: Hutchinson.
- Hall, S., 2006. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A Editora.
- Lacerda, F., 2017. Gorda não é palavrão: como ser feliz gostando do seu corpo como ele é. 1.ª ed. São Paulo: Paralela.
- Leite, A. & Guerra, L., 2002. Figurino: Uma experiência na televisão. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Lipovetsky, G., 2016. Da Leveza: Rumo a uma Civilização sem Peso. Barueri, SP: Manole.
- Miranda, A. P., 2008. Consumo da moda: a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Motta, E., 2013. O lugar maldito da aparência. São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Muniz, R., 2004. Vestindo os nus: o figurino em cena. Rio de Janeiro: Senac Rio.
- Munniz, L., 2024. Boa forma para eles é se maltratar pra terá forma que disseram ser boa. Instagram, 13 maio. [Online] Disponível em: <@letticiamunniz> [Acedido em: 21 maio 2024].
- Pine, J. B. & Gilmore, J. H., 1999. The experience economy: work is theatre & every business a stage. Boston: Harvard Business School.
- Vigarelllo, G., 2012. As metamorfoses do gordo: história da obesidade. Tradução de M. Penchel. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Wolf, N., 2018. O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução de W. Barcellos. 1.ª ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos.

# Atacama Fashion Week: Reflexões sociopolíticas sobre movimentos contraculturais e sua contestação ao consumo na moda

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.8>

Solange Riva Mezabarba<sup>1</sup>, Patrícia Marcondes de Barros<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Faculdade de Design de Moda do Senai CETIQT,  
solange\_riva@hotmail.com

<sup>2</sup> Departamento de História da Universidade Estadual de Londrina (UEL),  
patriciabarros@uel.br

## Resumo

O presente trabalho tem como objetivo a reflexão sobre os movimentos contraculturais e a sua relação com a moda. Tomando como mote o desfile *Atacama Fashion Week*, questionamos a efetividade desses movimentos contestatórios e seu cunho paradoxal frente ao modelo econômico atual. O artigo sugere, com base nos argumentos de autores como Heath e Potter (2004), que o sistema é ideologicamente à prova de contestação. Se for assim, o movimento que tem por objetivo chamar a atenção para o lixo que se formou no Deserto do Atacama com uma gigantesca pilha de roupas descartadas, pode apenas ser mais uma fonte de inspiração para a criação de moda. A pesquisa de natureza qualitativa exploratória, tem como método a análise de *clippings* – matérias publicadas nos principais veículos de comunicação sobre o desfile *Atacama Fashion Week* – e de leituras teóricas sobre contracultura, moda e consumo.

## Palavras chave

Moda; consumo; contracultura; mercadoria; sustentabilidade ambiental; Atacama.

## 1. Introdução

Bruno Latour, em seu livro *Onde aterrar?: Como se orientar politicamente no Antropoceno* (2020), sentencia: “(...) não entenderemos nada dos posicionamentos políticos dos últimos cinquenta anos se não reservarmos um lugar central à questão do clima e à sua degeneração” (p. 10). Um estilo de vida centrado no consumo e no uso dos recursos naturais como se fossem inesgotáveis vem trazendo um revide do planeta. O autor alerta para o fato de que as classes dirigentes, que ele chama de “elites”, estão cientes disso e se esforçam para escamotear a realidade em benefício próprio. Esse ponto de vista encontra ressonância na obra de Rob Nixon, publicada pela primeira vez em 2011, intitulada *Slow Violence and the Environmentalism of the Poor*. Neste livro, Nixon chama a atenção para a violência (lenta) perpetrada contra países do sul global, que são designados como depósitos do lixo gerado pelo norte global. A violência lenta se dá pelo fato de que as consequências ambientais para os países do sul global não chegam imediatamente, mas a médio e longo prazo, tornando invisíveis as causas de tragédias como as migrações climáticas, as mortes por inundação, entre outras catástrofes ambientais que temos presenciado com alguma frequência na atualidade. Durante a reunião da COP 21<sup>1</sup> em 2015, na cidade de Paris, manifestantes bradavam que a origem da degradação ambiental, do rompimento da barragem da Samarco (que ocorrera poucos dias antes da reunião) e dos então recentes atentados que abalaram Paris em novembro de 2015 era a mesma e estava relacionada com o sistema econômico vigente e o aumento da desigualdade no mundo.

É neste contexto sociopolítico que enfocamos a moda como uma das indústrias mais deletérias ao meio ambiente<sup>2</sup>. Mais especificamente, propomos colocar uma lente de aumento sobre o caso do deserto do Atacama, no Chile, e as cerca de 59 mil toneladas de lixo têxtil ali depositadas. O deserto do Atacama foi apresentado ao mundo pelo cineasta chileno Patricio Guzmán em seu documentário *Nostalgia da Luz* (2010) como o espaço que abrigou um campo de concentração para os que se opunham ao governo ditatorial de Pinochet. O cineasta destaca ações do grupo denominado “Mulheres de Calama”, que busca no deserto os restos mortais de seus entes queridos mortos durante o regime ditatorial. À luz do texto de Latour, dos protestos que ocorreram em Paris durante a COP 21, relacionando os desastres ambientais com o pensamento neoliberal, e do cinema de Guzmán sobre o Atacama, nas situações aqui

---

1 COP (Conference of the Parties) – Reunião das Partes, numa tradução da sigla em inglês. Trata-se de encontro anual com representantes de diversos países com o objetivo de debater questões ambientais.

2 Em pesquisa de *clipping* encontramos dados desencontrados. Relatório publicado em diversos veículos de comunicação em 2022 dão conta de que a indústria da moda é a segunda mais poluidora, perdendo apenas para a indústria do petróleo. Esse dado foi primariamente divulgado pela ONG dinamarquesa Global Fashion Agenda. Já o site Fashion Network (baseado em estudos do grupo londrino The Eco Experts), também em 2022, dá conta de que a moda é a sexta indústria que mais polui o planeta. Não importa a ordem no ranking, a indústria da moda tem sido alvo de análises de cunho crítico acerca de seu potencial poluente. The Eco Experts citam a consultoria McKinsey como fonte para afirmar que a emissão anual de gases de efeito estufa da indústria da moda equivale à mesma emitida por toda a indústria dos três países mais industrializados da EU: Alemanha, França e Reino Unido. Ver: <https://br.fashionnetwork.com/news/Moda-e-a-sexta-industria-mais-poluente-do-mundo,1444037.html> e <https://globalfashionagenda.org/> – acessados pela última vez em 13/06/2024.

relatadas, se revela como um dos cenários que abriga as consequências desse projeto das chamadas classes dirigentes.

Nossa análise se dá a partir de pesquisa de *clippings* – matérias publicadas nos principais veículos de comunicação – sobre o desfile de moda que aconteceu exatamente no lixão do Atacama. O evento, que ocorreu na primeira semana de abril deste ano (2024), foi nomeado jocosamente de *Atacama Fashion Week*. A produção foi feita por uma ONG denominada *Desierto Vestido* em parceria com o *Fashion Revolution* e o *Instituto Febre*, contando com o apoio de uma agência de publicidade brasileira, a Artplan. As peças utilizadas no desfile foram criadas por designers que se propuseram a ressignificar as roupas encontradas no mesmo lixão. O lixão é o resultado do – até pouco tempo silencioso – depósito de roupas que não foram reaproveitadas na indústria chilena a partir do *fast fashion*.

As grandes crises econômicas do século XX produziram respostas para gerar impacto positivo na produção industrial. Durante a “Grande Depressão”, em 1929, surge o conceito de “obsolescência programada” (EWEN, 1988) para fortalecer a indústria em uma de suas maiores crises. A indústria da moda, já em seus primórdios, preconiza a substituição periódica de roupas em períodos cada vez mais curtos (MCCRACKEN, 2003; MUKERJI, 1993). Depois da crise de 1929, os anos 1970 trouxeram a crise do petróleo, o que, como consequência, gerou o modelo *fast fashion* – denominação que o modelo de negócio recebeu somente na década de 1990. A indústria têxtil, com o objetivo de mitigar os efeitos da crise, começou a produzir moda em larga escala<sup>3</sup>. A despeito de todo o debate acerca da crise ambiental, chegamos ao que vem sendo denominado um movimento de *ultra fast-fashion*, ou, praticamente, a produção de uma roupa “descartável”. É o caso, por exemplo de empresas como a Shein, uma marca de moda chinesa que atua no varejo *online* e que ganhou notoriedade, especialmente durante o período da pandemia, quando a prática das compras pela internet se ampliou.

Neste trabalho pretendemos, a partir de uma perspectiva histórica com base nos movimentos da contracultura, analisar o desfile *Atacama Fashion Week*. O enfoque será dado à crítica que esses movimentos – em especial, aqueles desencadeados a partir dos anos 1950 – dispararam sobre a sociedade de consumo e, mais especificamente, a causa ambiental. Nesta reflexão, iremos projetar respostas futuras a eventos de protesto, como o desfile de moda *Atacama Fashion Week*, e questionar a efetividade desses esforços para reverter a situação do meio ambiente na atualidade.

---

<sup>3</sup> Para saber mais sobre a relação do modelo Fast Fashion com a crise do petróleo na década de 1970, ver: Zanfer, Gustavo. O modelo fast fashion de produção do vestuário causa danos ambientais e trabalho escravo. In: Jornal da USP. Universidade de São Paulo, São Paulo; 21/05/2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/o-modelo-fast-fashion-de-producao-de-vestuario-causa-danos-ambientais-e-trabalho-escravo/> (acesso em 06/09/2024).

## 2. Desfiles e O Desfile

Na virada para o século XX, duas formas de divulgação da moda se estabeleceram. Uma delas foi a revista de moda que trazia modelos já apresentados na esfera da alta costura, mas reestruturados para os segmentos médios da população. De outro lado, numa proposta mais exclusiva, eram desenvolvidos os desfiles de moda. Tal prática tem sua origem atribuída ao estilista Charles Frederick Worth em Paris do século XIX. Mais tarde Eleanor Lambert consolidou a prática como performance na Semana de Moda de Nova Iorque<sup>4</sup>.

Silvano (2022) analisa, a partir de seu trabalho etnográfico, os desfiles de moda como tecnologia cultural, conceito que ela toma emprestado de Lofgren (2005). Para a autora, os desfiles de moda se constituem em um mecanismo cultural que materializa a ideia de “novidade” – fundamental para a indústria da moda. A ideia de “novidade”, por sua vez, segue a autora, se tornou um valor simbólico reconhecido, principalmente no que Lipovetsky (1989) chamou de “sociedades quentes” baseando-se no pensamento de Lévi-Strauss. Silvano (2022), mencionando a obra de Duggan (2001) para quem os desfiles de moda guardam aproximação com a arte, sublinha que desfiles de moda, ao fim, se apropriam de elementos como o teatro e os protestos políticos. Essa reflexão ilumina nosso olhar em direção ao desfile *Atacama Fashion Week* e nos inspira ao esforço de antever a efetividade dos objetivos descritos pelos organizadores.

As performances nos desfiles de moda vêm se consolidando como eventos políticos há algum tempo. Podemos elencar alguns deles em que a moda e a política caminharam juntas. No Brasil, a tradição vem dos anos 1970 com a estilista Zuzu Angel, cujo filho, militante político, desapareceu em maio de 1971 sob o regime militar. Disposta a denunciar o ocorrido, a estilista cria o que seria a primeira coleção de protesto contra um regime político. Hoje os “desfiles-denúncia” no Brasil são protagonizados por criadores como Ronaldo Fraga, Isaac Silva, Airon Martin (Misci) entre outros que, em especial, defendem pautas identitárias em suas performances. No cenário europeu, Stella McCartney se afirma como um nome que defende a sustentabilidade e dá visibilidade a causas em defesa de animais e ao uso de materiais chamados “ecossustentáveis”. Assim, estilistas colocam sua criatividade a serviço de mensagens de protesto, e se posicionam politicamente. Por isso, o desfile do Atacama, apesar de surpreendente, não é exatamente uma novidade.

Numa matéria da BBC intitulada “Deserto do Atacama vira ‘cemitério’ de roupas usadas” divulgada na plataforma Youtube em janeiro de 2022, dá conta de que cerca de 60 mil toneladas de roupas usadas são enviadas ao Chile anualmente. Ainda segundo a matéria, mais de metade termina em aterros sanitários, sendo o aterro da cidade de Alto Hospício – região norte do Chile na área do Deserto do Atacama próxima à fronteira com o Peru – um dos que mais recebem essa carga. Este é o aterro que se tornou o cenário para o desfile. O país se converteu no maior importador de roupas

---

<sup>4</sup> Sobre a trajetória dos desfiles ver artigo *Fashion Mix: uma exposição sobre a contribuição dos imigrantes para a moda parisiense* (MEZABARBA, 2016) disponível no site da Revista D'Obras. Sobre desfile e performance, ver o artigo de Filomena Silvano (2022).

usadas da América Latina. Há, no entanto, uma legislação que rege e coíbe a importação de lixo têxtil, mas o Estado não dá conta de fiscalizar e punir o transporte ilegal de roupas para lixões clandestinos. Já a matéria divulgada pela agência espanhola EFE de notícias (2024) informa que, de acordo com dados do Ministério do Meio Ambiente chileno, o país se converteu, nos últimos vinte anos, no maior consumidor de roupas por habitante na América Latina, o que estimula a circulação e o consumo da categoria.

Importante mencionar que o evento ganhou repercussão nos maiores veículos de comunicação do mundo. Entre eles, o portal do britânico The Guardian que, em matéria assinada por Sarah Johnson publicada em maio de 2024, afirma que as marcas mais facilmente encontradas no lixão de Alto Hospício são Zara, H&M, Calvin Klein, Lewi's, Adidas, Wrangler e Nike. Esse dado, por si só, já mereceria um olhar mais detido, do qual não poderemos dar conta no espaço desse artigo.

As imagens produzidas pelo fotógrafo Maurício Nahas foram fortemente divulgadas em nível internacional (ver as Figuras 1, 2 e 3), o que vai ao encontro dos objetivos declarados do desfile. Em muitas das matérias pesquisadas, é possível verificar a fala da representante da ONG *Desierto Vestido*, Angela Astudillo. Ela afirma que era necessário fazer algo grande para chamar a atenção do mundo e, em especial, de atores envolvidos com o tema. Só assim, segue Astudillo, será possível pensar em uma solução. Para ela, a indústria da moda se mantém calada diante desse desastre ambiental. Ela diz "(...) o cemitério de roupas ainda é uma crise silenciosa" (tradução livre das autoras).



**Figuras 1, 2 e 3**  
Modelos desfilam no Atacama Fashion Week sobre o lixão de Alto Hospício. Fotos de Maurício Nahas.

O vídeo produzido pela produtora Sugarcane,<sup>5</sup> mostra os modelos no deserto e na pilha do lixão em tons terrosos. Há uma música incidental e *letterings* trazendo um texto de protesto. Ele diz:

Look at what fashion industry refuses to see. Atacama Fashion Week. 39000 tons of clothing are dumped in the Atacama desert annually. *Since the fashion industry keeps turning its back on the problem, we created an event that couldn't be ignored. Just like New York or Milan, the Atacama now has its own fashion show. But*

<sup>5</sup> Para assistir ao vídeo, acesse: [https://www.youtube.com/watch?v=tj4qBJ\\_vSf0](https://www.youtube.com/watch?v=tj4qBJ_vSf0)

*here, the outfits are made from the waste rejected by Europe and U.S.. Atacama Fashion Week. Destroying the planet must go out of style. Atacamafashionweek.com*<sup>6</sup>.

A mensagem e o nome do evento foram criados em tom irônico, tomando como referências as grandes Semanas de Moda produzidas em cidades como Nova Iorque, Paris e Milão. As roupas trazem significados e leituras que remetem às mudanças climáticas no planeta, bem como à poluição dos mares e das terras. A matéria do *Jornal Metrôpoles*, assinada pela jornalista Ilca Maria Estevão, intitulada “Desfile é realizado em lixão de roupas que pode ser visto do espaço: ONG levou modelos ao Deserto do Atacama, onde pilhas de peças descartadas formam mais de 60 mil toneladas” elenca roupas e significados atribuídos a elas por seus criadores.

(...) a ação apresentou peças com cores terrosas, para representar a poluição do solo; camadas de roupas desconstruídas, em alusão à estratificação da atmosfera; além de representações das geleiras em derretimento, incêndios florestais e a degradação da natureza, entre outras problemáticas. (publicada em 22/05/2024, acessada em 14 de junho de 2024)

A questão que nos move a refletir sobre o evento e seus significados é: partindo do que aprendemos com os movimentos de contracultura, o que podemos esperar da indústria, da sociedade e dos Estados como resposta a uma ação contestatória dessa envergadura? Vamos retomar alguns outros exemplos de ações de protesto em movimentos contraculturais.

### 3. Contracultura: críticas à sociedade de consumo

O termo “contracultura” surgiu pelas mãos de Theodore Roszak em seu livro publicado em 1969 intitulado *The making of a counter culture*. O autor sugere que a disciplina da máquina, a partir da revolução industrial, tenha tomado conta de outras esferas da vida social, tornando a sociedade como um todo alvo de manipulação – o que ele chama de tecnocracia. Esse pensamento ficou fortemente relacionado com os diversos movimentos que ocorreram entre os anos 1950 e 1970. Heath e Potter (2004) avaliam que nesse estado de coisas, preocupações tradicionalmente atribuídas às esquerdas como a pobreza, moradia e acesso à saúde se tornam superficiais, enquanto, dizem os autores, a ideia de contracultura trazida por Roszak opera na liberação psicológica de oprimidos (2004: 31-32). Há, no entanto, autores como Goffman e Joy (2007) que salientam os aspectos genéricos da contracultura e operam com o termo no plural – “contraculturas” – referindo-se a movimentos que ocorrem desde a antiguidade clássica, descritos por eles a partir da figura mítica de Prometeu, e da figura

<sup>6</sup> Em tradução livre das autoras: “Veja o que a indústria da moda se recusa a ver. Semana de Moda do Atacama. 39.000 toneladas de roupas são despejadas anualmente no deserto do Atacama. Como a indústria da moda continua dando as costas ao problema, criamos um evento que não poderia ser ignorado. Assim como Nova York ou Milão, o Atacama agora tem seu próprio desfile. Mas aqui os looks são feitos com resíduos rejeitados pela Europa e pelos EUA. Atacama Fashion Week. Destruir o planeta deve sair de moda”.

bíblica de Abraão. Os autores usam os mitos como sinalizadores de contraculturas e afirmam que veem “as contraculturas como um estímulo ao livre-pensar e ao conhecimento, e como uma estética constante de mudança” (GOFFMAN e JOY, 2007:31).

É nesse sentido que olhamos a ideia de contestação da cultura dominante como chave analítica neste texto ao trazermos os atos e protestos que objetivam, na contemporaneidade, chamar a atenção para as questões ambientais. Nesse sentido, a ideia do desfile *Atacama Fashion Week* sugere um enfrentamento ao pensamento dominante que traz a industrialização numa lógica capitalista como única possibilidade de modelo econômico à despeito dos seus efeitos deletérios. Vamos então observar, numa perspectiva histórica, alguns movimentos de contracultura e as respostas sociais que geraram principalmente no que se refere à moda e à questão ambiental.

### 3.1. Moda e consciência ambiental na contracultura

Um dos movimentos sociais mais marcantes do século XX foi protagonizado por parte da juventude que, segundo denominação da imprensa norte-americana, compôs a chamada contracultura. Esse termo, como vimos, engloba uma série de movimentos que criticavam a sociedade capitalista e tecnocrática, provocando uma revolução comportamental, e, portanto, social e política, em várias partes do mundo. A proposta era romper com as amarras de um comportamento normatizado, fortemente atrelado à sociedade do trabalho e pautado no binômio dinheiro e poder.

Uma das primeiras manifestações contraculturais, o movimento *Provos*, surgiu de forma espontânea em 1964 em Amsterdam, nos Países Baixos, e foi encerrado em 1966 com um evento inusitado: “seu próprio funeral”. Esse ato simbolizava a conscientização do grupo sobre como suas ações começavam a ser absorvidas e mercantilizadas pelo sistema que criticavam. Fundado por Robert Jasper Grootveld, Roel van Duijn e outros jovens ativistas, os *Provos* incentivaram a politização do cotidiano de uma forma distinta da esquerda tradicional e dos *hippies* norte-americanos que os sucederam. Defendendo a ecologia e a liberdade, combatiam a crescente tecnocratização da vida, buscando a humanização não apenas do indivíduo, mas também do espaço urbano. Entre suas propostas destacava-se o “Plano da Bicicleta Branca”, que visava a melhoria da qualidade de vida por meio do uso gratuito de bicicletas distribuídas pela cidade, visando a redução da poluição e do congestionamento urbano. Essas performances, repletas de ironia e humor, tornaram-se notórias por desmascarar a hipocrisia das autoridades e do sistema capitalista.

O legado deste movimento é significativo na cultura e política dos Países Baixos, e suas ações contribuíram para a popularização da bicicleta como meio de transporte sustentável em Amsterdam, uma prática que perdura até hoje.

Nos Estados Unidos, o movimento *hippie*, parte expressiva da contracultura dos anos 1960, destacou-se principalmente pela maneira como os próprios meios de comunicação que eram criticados por esses jovens rebeldes disseminavam sua imagem. Frequentemente, a mídia de massa tentava demonizar o movimento, apesar de,

paradoxalmente, ampliar sua visibilidade e influência. Nesse contexto, manifestações e protestos contra a sociedade capitalista e tecnocrática ganhavam força.

Theodore Roszak (1972), como já mencionado, discute a tecnocracia como uma expressão máxima da integração organizacional de uma sociedade industrializada. Para Roszak, a tecnocracia apresenta-se como um sistema aparentemente neutro e apolítico, seduzindo governos de variadas ideologias com a promessa de eficiência e controle. Contudo, essa neutralidade é ilusória, pois a tecnocracia molda não apenas as habilidades e comportamentos necessários dentro da sociedade, mas também as aspirações e necessidades individuais, transformando-se em uma forma de controle social altamente eficaz.

A revolução que está começando questionará não só a sociedade capitalista como também a sociedade industrial. A sociedade de consumo tem que morrer de morte violenta. A sociedade da alienação tem de desaparecer da história. Estamos inventando um modo novo e original. A imaginação está tomando o poder. (ROSZAK, 1972, p. 32).

Essas ações moldaram significativamente a conversa pública sobre sustentabilidade e meio ambiente, criando uma base conceitual que se estendeu para além de apenas alertar sobre os riscos, mas para imaginar novas possibilidades de convívio mais harmônico e sustentável entre o ser humano e a natureza. A visão de Callenbach (2004), por exemplo, prediz muitas das práticas sustentáveis que só ganhariam ampla aceitação décadas mais tarde, como a ênfase em energias renováveis, reciclagem, agricultura orgânica, e a ideia de uma economia menos focada no consumo desenfreado.

O movimento *punk*, surgido em fins da década de 1970, antagonizando o ideário do movimento *hippie*, também foi uma contracultura efetiva em relação às questões ambientais. Seu próprio lema “Faça você mesmo” sugere a autonomia e responsabilidade mediante a construção de um caminho mais saudável e menos consumista. Se deu em fins dos anos 1970, e no terreno da moda criou sua identidade visual e estilo de vida anticonsumista, muitas vezes caracterizada pelo uso de roupas recicladas e personalizadas. Era uma forma de protesto contra a moda descartável e o *fast fashion*. O uso de materiais reaproveitados e a customização de roupas eram práticas comuns que refletiam uma consciência ecológica e uma resistência ao sistema.

Em face deste cenário de movimentos sociais como o da contracultura, analisamos no mundo da moda, algumas ações na atualidade, que visam o meio ambiente, como é o caso do desfile no deserto do Atacama. A ação tem como nítido objetivo a educação ambiental e a sustentabilidade.

### 3.2. O outro lado da moeda

Para alimentar a nossa reflexão, trouxemos autores que analisam as questões ambientais e os movimentos de contracultura cujos alvos são as chamadas sociedades

industriais e, em especial, a sociedade de consumo, tal como Barbosa (2004) a descreve. Durante a pandemia, Bruno Latour, em março de 2020, escreveu em sua página pessoal um artigo que foi repercutido em diversos veículos de comunicação. Ele dizia que a pandemia havia nos deixado lições, e entre elas, ele destaca:

De fato, ficou provado que é possível, em questão de semanas, suspender, em todo o mundo e ao mesmo tempo, um sistema econômico que até agora nos diziam ser impossível desacelerar ou redirecionar. A todos os argumentos apresentados pelos ecologistas sobre a necessidade de alteração do nosso modo de vida, sempre se opunha o argumento da força irreversível do “trem do progresso”, que nada era capaz de tirar dos trilhos, “em virtude”, dizia-se, “da globalização”. Ora, é justamente seu caráter globalizado que torna tão frágil o famoso desenvolvimento, o qual, ao contrário, pode sim ser desacelerado e finalmente parado. Latour, 2020a) (<https://agenciajovem.org/barrar-o-retorno-ao-mundo-pre-pandemia/> acesso em 14/06/2024)

Podemos dizer que, aos olhos de Latour, a questão que se coloca é: se sabemos o que fazer para “salvamos o planeta”, então, por que não o fazemos? A pandemia, portanto, de modo praticamente compulsório, fez com que “parássemos as máquinas”. O resultado, na ocasião, foi uma melhora significativa nos índices de poluição em diversos cantos do mundo.

Portilho (2005) argumenta que, Estados e capital não entram em rota de colisão. Assim, terminam por deixar nas mãos dos consumidores o papel de *salvadores do meio ambiente*, criando bandeiras como *consumidores verdes*, *consumidores sustentáveis*, *consumidores conscientes*, entre outros. Quando se trata de moda, exercer esse papel não é nada fácil, mesmo para ativistas que empunham a bandeira da sustentabilidade ambiental (MEZABARBA e GOIDANICH, 2013). O que dizer então dos movimentos de contracultura?

Heath e Potter (2004) se mostram céticos em relação à efetividade dos movimentos da contracultura como instrumentos de alerta acerca da sociedade de consumo e da predominância do capital. Para eles o capitalismo é um sistema econômico “à prova” de protestos. Isso ocorre, de acordo com a argumentação desses autores, quando o próprio sistema transforma os elementos de protesto em mercadoria. Eles mencionam, como exemplo, a proposta de vida frugal do movimento *hippie* se transformando em publicidade de produtos como o carro Beatle da Volkswagen. No campo da moda, isso parece bastante claro com estilos que o próprio campo denominou *hippie chic* – aparentemente, uma contradição. Bollon (1993) recorda que o movimento *punk*, ao ser levado para as passarelas pelas mãos da estilista britânica Vivienne Westwood, teve suas reivindicações esvaziadas e sua forma de vestir transformada em mercadoria de moda.

O caso do *Atacama Fashion Week* pode ser o início de uma nova forma de ver o projeto sustentável para o mundo ou mesmo um grito desesperado da população local que resiste à violência lenta (para usar o termo de Nixon) imposta a eles. É importante que façamos uma reflexão acerca de todas as roupas que existem no mundo

hoje e pensar por quanto tempo poderíamos permanecer sem produzir uma única peça sequer.

Essa reflexão nos leva a pensar a moda e seus paradoxos, não na perspectiva de Simmel (2008) de observar que a moda, quando encontra o pico de sua disseminação, deixa de ser moda, mas como um sistema que carrega consigo a lógica da inovação. No ímpeto pela inovação (e exclusividade) é que assistimos em 2018 à incineração de roupas e perfumes da marca Burberry no que foi estimado em R\$ 141 milhões. Inovação essa que vem trazendo da “transgressão” grandes inspirações para as passarelas. Nesse sentido, o de quebrar as expectativas e produzir estranhamento, o *Atacama Fashion Week* está alinhado com os movimentos da contracultura. Por outro lado, ao dar visibilidade ao desfile, uma técnica performática de produzir inovação – como vimos acima com Silvano, 2022 –, a ideia de protesto pode ser obliterada pela lógica do mercado, antes mesmo de produzir o efeito planejado. O fato de haver uma agência de publicidade (um ator de destaque na lógica capitalista) como apoiador do evento pode estar, num primeiro momento, associado a uma estratégia de usar as mesmas ferramentas do capital, só que para produzir indignação. Por outro lado, talvez a ação apenas se torne uma peça de propaganda na lógica de mercado.

#### 4. Considerações finais

Nossa proposta com este texto foi a de provocar a reflexão acerca da efetividade de ações como o *Atacama Fashion Week* enquanto movimento político para chamar a atenção para o lixão de Alto Hospício no Deserto do Atacama, dentro de uma lógica de contracultura. Não pretendíamos apontar respostas, mas colocar questões para que o campo da moda, a partir dessa nova geração, amadureça o debate nos anos vindouros. Se a moda, em sua vertente mais transgressiva, se assemelha à contracultura como espaço de protesto, ao mesmo tempo ela própria é uma ponte para a transformação da contracultura em mercadoria, integrando novamente os elementos da cultura material que caracterizam determinados movimentos, à lógica de consumo – exatamente o alvo de grande parte dos movimentos de contracultura dos séculos XX e XXI. Ou seja, a lógica transgressiva, aparentemente, envolve de significados as roupas que, quando colocadas no âmbito da moda, terminam por esvaziar a força das reivindicações dos movimentos contraculturais.

Nesse sentido, trouxemos uma visão mais ampla da ideia de contracultura, extrapolando o marco temporal trazido e observado por Theodore Rozsak, e enquadrando o conceito numa forma de desafio do que é normativo a partir da perspectiva de Goffman e Joy (2007). Ao mesmo tempo, porém, trouxemos o ponto de vista crítico de autores como Heath e Potter, para quem esse tipo de ação não só desvia a energia e o esforço do tipo de iniciativas que conduzem a melhorias concretas na vida das pessoas, como também encorajam o desprezo total por tais mudanças incrementais. O tempo nos mostrará o destino do lixão de Alto Hospício.

## Referências bibliográficas

- Barbosa, Livia (2004) *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed..
- Bollon, Patrice (1993). *A moral da máscara*. Merveilleux, Zazous, Dândis, Punks, etc. Rio de Janeiro: Rocco.
- Callenbach, Ernest. *Ecotopia*. Banyan Tree Books, 2004.
- Duggan, G. G. (2001). The greatest show on earth: a look at contemporary fashion shows and their relationship to performance art. In.: *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 5: 243-270.
- Ewen, Stuart (1988). *All consumig images*. The politics of style in contemporary culture. New York: Basic Books.
- Goffman, Ken and Joy, Dan (2007). *Contracultura através dos tempos: do mito de Prometeu à cultura digital*. Rio de Janeiro: Ediouro.
- Guarnaccia, Matteo (2001). *Provos: Amsterdam e o nascimento da contracultura*. Tradução de Leila de Souza Mendes. São Paulo: Conrad Editora do Brasil.
- Heath, Joseph and Potter, Andrew (2004). *Nation of rebels*. Why counterculture became consumer culture. New York: Harper Collins Publishers Inc..
- Latour, Bruno (2020). *Onde aterrar? Como se orientar politicamente no Antropoceno*. Rio de Janeiro: Bazar do tempo.
- Latour, Bruno (2020a). Imaginar gestos que barrem o retorno da produção pré-crise. [www.brunolatour.fr](http://www.brunolatour.fr). Março, 2020. Disponível em português em: <https://agenciajovem.org/barrar-o-retorno-ao-mundo-pre-pandemia/> Acessado em: 18/06/2024.
- Lipovetsky, Gilles (1989). *O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- Löfgren, Orvar (2005). Catwalking and coolhunting: the production of newness. In.: Löfgren, O., Willim, R. (editores): *Magic, Culture and The New Economy*. Oxford: Berg. 52-72.
- Mezabarba, Solange R.; GOIDANICH, M. Elisabeth (2013). A roupa verde: discursos e práticas. *XVI Congresso Brasileiro de Sociologia*, Universidade Federal da Bahia. Salvador: 10-13 de setembro, 2013.
- Mezabarba, Solange R.. (2016). Fashion Mix: uma exposição sobre a contribuição dos imigrantes para a moda parisiense. In.: *Revista D'Obras – Associação Brasileira de Pesquisa em Moda*. V. 9; n. 20, Novembro, 2016. 178-192.

Mukerji, Chandra (1983). *From graven images. Patterns of Materialism*. New York: Columbia University Press.

Nixon, Rob (2011). *Slow violence and the environmentalism of the poor*. London / Cambridge: Harvard University Press.

Portilho, Fátima (2005). *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez.

Roszak, Theodore (1972). *A contracultura: reflexões sobre a sociedade tecnocrática e a oposição juvenil*. Petrópolis: Vozes.

Silvano, Filomena (2022). Sobre os desfiles de moda, os sentidos e os valores das roupas: a partir de uma etnografia do fazer no atelier de Felipe Faísca. In.: Fradique, Teresa e Lacerda, Rodrigo (editores). *Modos de fazer, modos de ser*. Lisboa: *Etnográfica Press*. <https://books.openedition.org/etnograficapress/8098>

Simmel, Georg (2008). *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto Graphia.

Clippings:

Moda circular frente a los vertederos de Atacama (2024). Agência EFE (Espanha), 24 de abril de 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sqxTS2-kLNg> (acessado em 18/06/2024).

Estevão, Ilca Maria. Desfile é realizado em lixão de roupas que pode ser visto do espaço (online). Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/desfile-e-realizado-em-lixao-de-roupas-que-pode-ser-visto-do-espaco> (acessado em 18/06/2024).

Hegel, Theresa. Artists take on Fast Fashion in timely exhibit (online). Disponível em: <https://members.asicentral.com/news/strategy/june-2024/artists-take-on-fast-fashion-in-timely-exhibit/> (acessado em 18/06/2024).

Johnson, Sarah; Castoffs to catwalk: fashion show shines light on vast Chile clothes dump visible from space (online). Disponível em: <https://www.theguardian.com/global-development/article/2024/may/08/castoffs-to-catwalk-fashion-show-shines-light-on-vast-chile-clothes-dump-visible-from-space> (acessado em 18/06/2024).

*Nostalgia da Luz* (2011). Dirigido por Patricio Guzman (filme). Santiago: Distribuição BRETZ.

# **Ensino e Educação**



# Alinhavos da memória: Saberes de mãos que fazem

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.9>

**Mara Rúbia Sant'Anna<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> UDESC, [mara.santanna@udesc.br](mailto:mara.santanna@udesc.br)

## Resumo

O ensino profissionalizante para mulheres foi instituído no Brasil em 1911. Em Santa Catarina, outras leis e decretos estaduais foram atualizando o formato e condições do ensino voltado para a profissionalização do público feminino até a sua total extinção pela Secretária Estadual de Educação, em 2008. O processo gradativo de desvalorização das Escolas Profissionais Femininas (EPFs) é ressentido na documentação. Na ausência de fontes primárias fartas ou expressivas, coube a equipe de pesquisa buscar as memórias de profissionais e ex-estudantes que atuaram nestes estabelecimentos. Os depoimentos, fotografias e outros documentos atestam as escolas como espaço feminino de aprendizados, convivência, fortalecimentos de vínculos e profissionalização de centenas de mulheres, especialmente no campo do vestuário e decoração de interiores. O artigo irá narrar sobre essas informações legais e as memórias trazidas pelas depoentes, colocando em discussão razões tecnicistas e enfrentamentos de gêneros como causas da extinção de escolas que cumpriam de forma otimizada seus objetivos.

## Palavras chave

Escola profissional feminina; educação profissional; artes e ofícios.

## 1. Pondo linha na máquina ou introdução

O projeto Escolas de Artes e Ofícios do Brasil: Escolas Profissionais Femininas de Santa Catarina (EPFSC), foi iniciado em 2020. Em 2023, o projeto teve como objetivo central compilar as memórias atreladas às vivências de profissionais e estudantes que atuaram nas Escolas Profissionais Femininas (EPFs) estabelecidas no estado catarinense entre o período de 1965 a 2010.

O presente texto tem por objetivo relatar os resultados da pesquisa organizados em formato de exposição e documentário.

Não há uma metodologia específica para a construção deste texto, pois ele consiste no relato. Porém, obviamente, foi desenvolvida metodologia consistente para a realização da pesquisa que resultou nos dois produtos de ampla divulgação citados acima. Tal metodologia firmada nos pressupostos da pesquisa historiográfica se explicita abaixo, detalhando as fontes consultadas, em formato de documentos e depoimentos, principalmente, e no tratamento realizado a essas fontes que se firmam nas concepções historiográficas intituladas “história do tempo presente”.

### 1.1. Em torno da pesquisa: metodologia de pesquisa

A fonte inicial da pesquisa foi a Lei Estadual n.º 3676 de 28 de junho de 1965, assinada por Celso Ramos, que dispõe sobre 32 EPFs espalhadas pela região do Litoral Sul, Litoral Norte e Meio Oeste de Santa Catarina. Muitas outras fontes foram acrescentadas ao longo da investigação: jornais, planos de ensino, diplomas, cadernos de professoras, fotografias da ex-diretoras e alunas, alguns esparsos documentos oficiais enviados pela Secretaria Estadual de Educação e fontes bibliográficas dedicadas à história do ensino profissionalizante.

A base teórica da pesquisa foi desenvolvida tendo em mente que as memórias femininas e suas experiências sociais. Como já alertou Perrot (2005) e Leite (1993), dificilmente ocupam os lugares privilegiados da memória masculina e oficial alimentada por órgãos oficiais, como museus, livros didáticos e eventos e monumentos comemorativos do passado. As histórias de mulheres pouco são comemoradas e monumentalizadas como os feitos e papéis do universo masculino e, por isso, os resultados obtidos pela investigação já se justificam como meio de reparação desse apagamento patriarcalmente desenvolvido por séculos sob a existência, saberes e profissões femininas.

Outro ponto teórico de base foi os preceitos da história do tempo presente, sinteticamente firmados assim:

- todo passado é convocado por questões levantadas pela realidade presente: os questionamentos, crises e demandas das sociedades atuais;
- o passado não existe como entidade independente do presente. Todo acesso às experiências socialmente construídas em tempos passados é possível

apenas pelos registros que permaneceram destas experiências e que foram e são submetidos a dimensões políticas de seus gestores, decidindo por sua preservação ou descarte. Quando o descarte ocorre não há mais passado, pois a experiência vivida se apaga com o seu rastro;

- os documentos sobreviventes não contêm a experiência social vivida em sua totalidade, apenas abrangem o que, nos limites humanamente possíveis, permite o relatar e produzir espaços/objetos/artefatos de memória;
- nem mesmo a memória de quem viveu a experiência social passada é capaz de reproduzir em fala, gestos, escritas ou outras manifestações comunicativas a experiência vivida;
- toda lembrança das experiências vividas estão contaminadas das experiências posteriores e das verdades/interpretações produzidas sobre aquelas vivências, logo, não há lembrança petrificada. Todo lembrar é contaminado, contém e está contido do próprio passado e do presente que pede para ativar a memória;
- o/a historiador/a não é isento no acesso aos documentos, depoimentos e qualquer forma de registro do passado. Tanto as questões que o/a move em direção ao rastro como sua própria condição humana, de classe, de identificação de gênero, de idade, de cultura, etc., perpassa e condiciona o tratamento dos rastros do passado;
- o que resulta do trabalho do/a historiador/a sobre os rastros do passado é uma narrativa não ficcional, mas eivada de posicionamentos políticos, subjetivos e culturais do tempo e do sujeito que a produziu.

Há obras completas sobre o tema e, acima, sintetizei de forma didática os principais marcos teóricos que explicitam uma perspectiva historiográfica firmada na história do tempo presente, onde se destacam autores consagrados tais como Fukuyama (1992), Chauveau e Tétard (1999), Kosellek (2006), Rousso (2016) e Vilar (1998). Sobre o conceito de história implícito temos Benjamin et al. (1985; 2010) e Gagnebin (2006), este último ilustrando sua crítica brasileira. No campo da memória destacam-se Sarlo (2007) e Ricoeur (2007). Quanto à imagem e ao tratamento de documentos visuais, uso Didi-Huberman (1998). Entre autores brasileiros ainda acrescento Fico (2012), Ferreira (2018) e, como bom texto introdutório, o de Antônio Manoel Elíbio Júnior (2021).

Esclarecido esses pressupostos teóricos, fica evidente que os documentos e depoimentos encontrados e os artefatos trazidos pelas ex-professoras e egressas das Escolas Profissionais Femininas foram todos submetidos a análise crítica que os considerou como sobreviventes de um passado por razões diversas. Como os interesses políticos das diretrizes governamentais levaram à destruição de boa parte da documentação ou a lançou, sem cuidados, numa sala depósito. Inversamente, o caderno antigo da docente foi guardado com carinho e zelo. Da mesma maneira, os depoimentos não foram considerados verdades manifestadas de uma experiência social vivida, mas traduções curadas pelo tempo e demais histórias vividas. As intenções de depoentes e as possibilidades e interesses das pesquisadoras foram cotejadas neste tratamento das fontes primárias. Aspectos detalhados da metodologia se encontram

ao longo do texto para situar as argumentações realizadas mediante os modos de acesso e tratamento das fontes explicados.

A questão problematizadora de todas as fontes coletadas foi: como as lembranças e os rastros documentais permitem compreender as relações educativas e históricas da presença das Escolas Profissionais Femininas nas cidades ou regiões em que elas existiram?

Da artesanaria da historiadora que comandou a pesquisa, resultou dois produtos acadêmicos, que passamos a apresentar, seguindo os eixos em que foram organizados.

O catálogo e o documentário produzidos objetivaram dar visibilidade à história do ensino profissionalizante destinados às mulheres por dezenas de anos em Santa Catarina. Isto permitiu que cada estudante alcançasse formação adequada para o exercício de diversos ofícios, como corte e costura, crochê, tricô, produção de artesanatos diversos, além de habilidades artísticas como a pintura, a tapeçaria, entre tantas outras.

Sintetizando o conteúdo destes produtos acadêmicos, o presente texto passará pela dimensão histórica que os documentos oficiais e os de jornais da época permitiram acessar, pela dimensão narrativa, construída a partir das entrevistas e álbuns de fotografias das ex-alunas e funcionárias e, ao final, a conclusão apontará o entrelaçamento entre história e narrativas e a dimensão política do fechamento das EPFs no começo do século XXI.

## 2. Ajustando o tecido na máquina ou a História

A história das Escolas Profissionais Femininas em Santa Catarina tem como marco oficial o Decreto Estadual de n.º 713, de 5 de janeiro de 1935, assinado por Aristiliano Ramos. No art. 63 do referido Decreto é definido que o Curso Profissional Feminino seria desmembrado da Escola Normal, “passando a funcionar com a devida autonomia”. No ano seguinte, o novo interventor Nereu Ramos, em discurso registrado pela Revista da Educação (SC), edição de 16 de julho de 1936, diz que “de ensino profissional só possui o Estado a Escola Profissional Feminina (...) com os cursos de corte e costura, flores e chapéus”.

Posteriormente, em 1948, a Lei Estadual n.º 235, assinada pelo governador José Boabaid em outubro, estabelece em seu art. 1 o objetivo das instituições: formar “artífices, mediante a aquisição de conhecimentos teóricos profissionais baseada na cultura propedêutica capaz de possibilitar a exata compreensão social das profissões” (ALESC, 1948). Neste caso, sugere que o propósito dessa profissionalização é formar mulheres para o mercado de trabalho. Além do mais, a lei dava outras informações sobre a instituição, como a duração dos cursos em dois anos, contendo três cursos, sendo eles:

- “Técnico-profissional”, com sete seções: “a) corte e confecções; b) bordados e rendas; c) flores; d) chapéus e artes aplicadas; e) secretaria (estenografia,

datilografia e correspondência comercial); f) pintura; g) educação doméstica (arte culinária e artes domésticas)”;

- “Cultura geral”, com seis “cadeiras” (não seções): “a) português; b) aritmética, c) história do Brasil, d) geografia do Brasil e do Estado; e) noções de ciência; f) desenho”;
- “Cultura especializada”, com quatro cadeiras: “a) higiene; b) puericultura; c) economia doméstica e contabilidade doméstica; d) educação social”.

A lei assinada traz contradições no seu bojo. Por um lado, garante que os cursos oferecidos permitiriam às estudantes adquirir “a exata compreensão social das profissões” e servir no comércio, hospitais, órgãos públicos e mesmo em residências abastadas, de maneira a obter independência financeira e ingresso no mercado de trabalho. Por outro lado, sob a égide do modelo burguês de família, a elite local, que facilmente enviavam suas filhas para a escola, almejava uma formação própria para tornar as jovens em “boas donas de casa”.

Nova lei foi promulgada no contexto da ditadura militar brasileira (1964-1984). A Lei Estadual n.º 3 676, de 28/06/1965, assinada por Celso Ramos “dispõe sobre as Escolas Profissionais Femininas modifica e cria cargos e dá outras providências”. Num anexo da mesma lei, há listado as 32 unidades da EPF, presentes em 31 municípios catarinenses, abrangendo desde as regiões litorâneas ao extremo oeste do planalto do estado. Seu texto é curto e objetivo, eliminando considerações relativas ao trabalho profissional. Porém, junto à indicação dos cursos oferecidos com vagas abertas ou ocupadas, é possível deduzir que o propósito se mantinha em formar moças voltadas para o lar, com alguma possibilidade de atuação no setor do vestuário e moda. As seções de secretariado e puericultura, da lei de 1948, foram eliminadas, assim como os encargos de alfabetização e formação geral de mulheres. Ademais, os cursos poderiam ser oferecidos parcialmente ou integralmente, conforme o número de estudantes e a estrutura da escola. A nova Lei, em seu formato sintético, indica um processo gradativo de desvalorização e secundarização nas políticas públicas da educação pelo governo estadual.

Rastros esparsos foram obtidos por meio dos jornais catarinenses e documentos da Secretaria Estadual de Educação foram repassados de forma muito escassa e aleatoriamente.

A pesquisa em periódicos, como no jornal catarinense *Correio do Norte*, foi onde se obteve a primeira fonte que confirmou o funcionamento das EPFs na região oeste de Santa Catarina. Referente ao município de Caçador, o jornal comunicou, em 1953, o discurso proferido pelo governador, Sr. Irineu Bornhausen, em que anunciou a criação de uma Escola Profissional Feminina (*Correio do Norte*, 07/03/1953). Sobre Canoinhas, cidade sede do jornal *Correio do Norte*, diversas informações foram obtidas, como consta na edição de 21 de outubro de 1960, “O Governador Heriberto Hulse acaba de criar (...) a Escola Profissional Feminina “Fernando Ferreira de Mello” inaugurada em janeiro próximo.” (*Correio do Norte*, 21/10/1960). Também, em abril de 1961, o *Correio do Norte* notificou que o governador Celso Ramos fechou a Escola

Profissional Feminina, contando “com 210 alunas matriculadas em diversos cursos de artes domésticas”, sem muitas justificativas, o que muito revoltou os articulistas locais Aroldo de Carvalho, Alfredo Garcindo e João Seleme, pois interpretaram o ato como “uma perseguição aos udenistas de Canoinhas” (Correio do Norte, 29/04/1961).

O mesmo jornal, em 1962, informou a participação das Irmãs Franciscanas do Cristo Rei na criação de uma nova EPF na cidade, além das disciplinas que seriam ministradas, sobre a abertura das matrículas e dos documentos necessários, sendo eles: “Certidão de Idade (15 anos); Atestado de Vacina; Certificado Escolar; e Certidão de Casamento” (Correio do Norte, 23/06/1962). As matrículas, como se deduz, a partir da documentação necessária, foram habilitadas para moças em idade de casar ou já casadas, saudáveis e minimamente alfabetizadas.

Após 5 anos, o jornal convidava a população para participar da exposição dos trabalhos da EPF “Santa Inês”. Em 1969, o jornal noticiou viagem das alunas para a capital do estado vizinho, Curitiba onde visitaram diversos pontos turísticos (Correio do Norte, 06/12/1969). Três anos após, o prédio da escola foi transformado em um Hospital Infantil (Correio do Norte, 15/01/1972), o que marcou o fim de seu funcionamento em Canoinhas.

Sem a pretensão de relatar detalhadamente as histórias esparsas das escolas que foram encontradas durante a pesquisa, pode-se afirmar que os cursos existentes nas EPF que não foram totalmente fechadas, foram sendo incorporados a uma nova modalidade de formação chamada Formação de Iniciação Continuada (FIC), voltado para egressos do ensino médio e que consistiam em capacitações técnico-profissionalizantes e “subsequente, entre o nível médio e universitário”. Após, de acordo com o Decreto N.º 1 349/2004 e outros da mesma época, a nova estrutura de ensino profissional forneceria “os níveis de qualificação e formação profissional através de cursos básicos e técnicos, atendendo à demanda local e regional” (artigo 3, Decreto n. 1 349/2004). As referidas demandas “local e regional” foram definidas alheias às experiências e interesses de todos que se beneficiavam das EPFs e, de maneira nada lógica, os cursos relacionados às manualidades, ao campo artístico e decorativo deixaram de pertencer aos propósitos de formação profissional da nova estrutura, sentada sobre os equipamentos e espaços das antigas Escolas Profissionais Femininas. No caso de Chapecó, cidade de médio porte do oeste de Santa Catarina, a antiga EPF se tornou Centro de Educação Profissional – CEDUP – entre 2006 e 2007, com cursos profissionalizantes específicos e de curta duração, como: “Corte de Cabelo”, “Esmaltação”, “Depilação” e “Massagem Estética”. Estes, atualmente, estão inseridos em um único curso técnico denominado “Estética e Vestuário”, com duração de 18 meses e disponível para quem possui Ensino Médio completo.

As demais escolas que foi possível angariar mais informações foram as de Criciúma, Urussanga, na região sul de Santa Catarina e, ainda, Joaçaba, Capinzal e Treze Tílias, todas cidades próximas no meio oeste catarinense. Por meio de depoimentos, fotografias e materiais antigos das ex-professoras, diretoras e estudantes, estas

memórias constituem as narrativas que articulam a história deste passado que se busca restituir.

### 3. Costurando memórias e relatos na feitura de novas histórias

Ao trabalhar com entrevista é necessário fundamentar teórica e metodologicamente o procedimento a fim de evitar uma redução das falas coletadas a uma “fofoca” divulgada. A entrevista, nesta pesquisa, se desdobra dos estudos de História Oral. Verena Alberti, com seus apurados estudos sobre o campo, esclarece objetivamente:

A história oral pode ser empregada em diversas disciplinas das ciências humanas e tem relação estreita com categorias como biografia, tradição oral, memória, linguagem falada, métodos qualitativos etc. Dependendo da orientação do trabalho, pode ser definida como *método* de investigação científica, como *fonte* de pesquisa ou, ainda, como *técnica* de produção e tratamento de depoimentos gravados. (Alberti, 2004a, p. 17)

Por outra perspectiva, a da memória, o autor mais proeminente no tema concede o alerta que conduziu o trabalho realizado. Diz Jacques Le Goff que “O estudo da memória social é um dos meios fundamentais de abordar os problemas do tempo e da história, relativamente aos quais a memória está ora em retraimento, ora em transbordamento” (Le Goff, 2003, p. 422).

O autor, ao sintetizar suas argumentações sobre a memória, ressalta sua importância na constituição das narrativas históricas e da própria sedimentação da noção de pertencimento social. Afirma que “A memória é um elemento essencial do que se costuma chamar identidade, individual ou coletiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje, na febre e na angústia” (Le Goff, 2003, p. 469).

Dentre os alertas concedidos por Le Goff está a dimensão de poder que a memória, especificamente, o controle sobre ela contém. Em suas palavras: “a memória coletiva é não somente uma conquista, é também um instrumento e um objeto de poder” (Le Goff, 2003, p. 470). Ou seja, se por um lado o direito de guardar o vivido na lembrança é inerente às condições biológicas de um cérebro saudável, o direito de difundir essa memória depende de agentes sociais que compartilham mutuamente as experiências sociais, mantendo-a viva e reafirmada. Consequentemente, as relações de interesse, de disputa, do direito de fala e de escuta são as dimensões do poder que se estabelecem, validando versões, bem como condenando esquecimentos e apagamentos, quando a experiência partilhada pela memória acionada desencadeia evidências e situações que poderiam fragilizar as narrativas autorizadas.

Esse é o caso das experiências das mulheres das escolas profissionais. Destituídas de seus espaços profissionais, das convivências diárias com colegas e estudantes,

apenas em suas memórias é guardada a possibilidade de existência e reconhecimento por tudo que foi feito.

Portanto, entre a memória e a esperança, muitas mulheres encontraram nas entrevistas cedidas um espaço de poder, enquanto que à equipe de pesquisa resultou um espaço denso de reflexão.

A fim de preservar a identidade das depoentes, para cada uma foi atribuído o nome dos pontos existentes na costura, bordado ou crochê, pois, sem dúvida, essa história permanece aberta, precisa de muitos arremates e até de alguns enfeites.

Conforme as orientações de Corrêa (1978), Alberti (2004) e Meihy e Holanda (2015), foram preparadas as entrevistas. Também foi solicitado que qualquer material relativo às EPFs fosse trazido na ocasião. Por outro lado, preparamos os termos de ciência e consentimento para captação das falas e imagens para assegurar os princípios éticos imprescindíveis na história oral. E, como não podia deixar de ser, foram organizadas perguntas prévias para conduzir o encontro, relacionadas com a experiência de trabalho das entrevistadas na escola, a formação para a docência, as relações pessoais, os sentimentos relativos ao fechamento da escola e sobre a importância daquela instituição para a região. Igualmente, se fizeram questões que buscaram suprir a falta de informação precisa que os documentos não forneciam, tais como, saber quando a escola começou e terminou; os cursos oferecidos e a duração deles; a localização das escolas em diferentes épocas; nomes das diretoras e professoras que existiram; quantitativo de estudantes; onde estariam os arquivos das escolas; outras pessoas que poderiam ajudar na pesquisa; entre outras que espontaneamente surgiam mediante as narrativas apresentadas.

Todo o material foi arquivado e organizado em diretório virtual da equipe de pesquisa, sendo as falas e imagens catalogadas por sinopse do conteúdo. No caso das falas, foi realizada a minutagem para catalogação.

Dessa forma, as entrevistas foram realizadas nos horários e locais agendados previamente, tendo duração de 2 horas (Criciúma), 1 hora (Urussanga) e 4 horas (Joaçaba). Enfim, entre fotografias, cadernos amarelados, aviamentos e muitas falas e risos, 13 mulheres, em maio de 2023, dispuseram suas memórias para a construção da narrativa histórica sobre as EPFsSC.

As pessoas que cederam entrevistas se identificam como mulheres brancas e são ex-alunas e ex-professoras das instituições pesquisadas. A maioria está aposentada, com idades acima de 65 anos. Todas estão socialmente situadas em grupos urbanos de médio a alto poder aquisitivo, têm moradia própria, são possuidoras de cultura escolarizada formal, têm acesso a bens culturais locais, realizam viagens turísticas, muitas tendo conhecido países estrangeiros e, efetivamente, são afeitas à vida familiar, tendo responsabilidades ligadas ao lar e a parentes idosos e juvenis.

As entrevistas começavam com indagações sobre a história pessoal vinculada à EPF, o que permitiu concluir a centralidade da escola na organização da vida adulta das

mulheres da época. Além de conquistarem meios de obter renda mensal, também se articulavam entre si nas reflexões sobre a vida familiar, educação dos filhos e até assuntos de interesse da cidade/comunidade, ou seja, realizavam discussões políticas e se mobilizavam em busca de soluções locais.

Ao ser indagado sobre as condições de trabalho e manutenção das escolas em seu cotidiano, além das condições de contratação e permanência nas escolas, muitos outros dados foram informados, confirmando os poucos documentos encontrados ou ainda trazendo novos dados.

Para sintetizar as tantas informações coletadas, aborda-se apenas a lembranças das mulheres da escola de Criciúma.

A Escola Profissional Lucília Corrêa Hulse foi criada, conforme a lembrança das depoentes, em 1956, funcionando, no bairro Vera Cruz, com cursos de duração anual: Corte e Confeções, Arte Culinária, Pintura em Tela, Tricô, Crochê, Tapeçaria, Datilografia, Pintura em Tecido, Bordado à Mão e Flores e Tecidos. Tanto Ponto Pequinês (professora 1), como Ponto Cheio (professora 2) relataram que a escola sempre teve um grande quantitativo de alunos, com uma média de 500 a 600, e isso se dava devido às extensões oferecidas pela EPF, em centros comunitários dos bairros e, principalmente, por serem cursos gratuitos. Muitos cursos eram rápidos, entre 2 e 3 meses de duração e havia contratação de professores específicos por temporada e modalidade. Todos tinham certificação, o que permitia que as alunas voltassem à escola como professoras, trabalhassem em empresas ou por conta própria. No entanto, o que mais dava visibilidade ao nome da escola e às habilidades adquiridas nos cursos eram as exposições ocorridas no final do ano, tanto na escola como em outros locais públicos, como salões paroquiais, centros comerciais, etc.

As exposições são lembradas como grandes eventos, prestigiados por familiares e pela comunidade em geral que adquiriam os artefatos. Muitas vezes foram divulgadas nos jornais de circulação local e para outras EPFs, que visitavam as exposições, estreitando os laços entre docentes e estudantes, além de trocar técnicas e aprendizados. Nessa dinâmica orgânica, o aprendizado e formação das professoras ocorriam continuamente. Ponto Cheio informou que viajou para Florianópolis a fim de aprender o Crivo na EPF da capital, assim como Ponto Pequinês frequentou na própria escola que lecionava o curso de Qualificação Profissional em Customização, em 2005, e de Qualificação Profissional em Bordado, com habilitação em Bordado à Mão, em 2006. Neste momento, a EPF de Criciúma era chamada de Núcleo de Educação Profissional (NEP).

Eu fui para a escola de Florianópolis para aprender a fazer o Crivo. Era uma escola famosa, ali perto daquela praça de bombeiros. Eu fui muitas vezes ali! Tanto é que para nós a escola de Florianópolis era nossa referência. Se queríamos aprender alguma coisa, íamos para Florianópolis. E por isso me lembrei de Florianópolis, porque lá tinha essa loja dentro da própria escola. Era forte, tanto é que tentamos colocar aqui, mas não foi aprovada. (Ponto Cheio)

O corpo discente sempre foi numeroso e os cursos foram sendo atualizados conforme as demandas locais e o próprio avanço das técnicas. Segundo Ponto Pequinês, devido à grande quantidade de pessoas interessadas nos cursos de corte e costura, havia turmas no período matutino, vespertino e noturno. O curso procurava instruir a aprendiz a utilizar a máquina de costura doméstica para a realização de peças sob medida. Posteriormente, além do curso de Costura Sob Medida, começou o de Costura Industrial, o que exigiu da professora, em 1999, a realização da formação em Costura Industrial no SENAI e, em 2003, concluiu o curso de Modelagem Industrial na mesma escola, para atender aquelas novas demandas e para lecionar em outras instituições que surgiam na região.

Como afirmou as depoentes de Criciúma e de outras cidades, os cursos das EPFs eram meios para vários profissionais serem preparados localmente e, com os anos, se tornarem referência em sua área, sendo proprietários de restaurantes, confecções, tendo ateliê próprio onde lecionou aulas de pinturas em tela, vidro e diversas outras técnicas artesanais. Tal profissionalização de mulheres num contexto de baixa escolaridade e acesso a profissões independentes, nas Escolas Profissionais contribuiu financeiramente para a autonomia feminina e, inclusive por meio do ingresso no magistério estadual. Neste caso, o fato de muitas professoras não terem diploma de magistério ou pedagogia, na década de 1990, impulsionou a própria SED a oferecer cursos à distância ou concentrado, como o Magister (Trevisol & Toledo, 2023 e Hentz, 2013), para que docentes fossem qualificados e, dessa maneira, muitas foram efetivadas no quadro do magistério estadual.

A formação oferecida pelo Estado foi uma exceção, a maioria das professoras havia sido uma aluna dedicada que, por seu empenho, foi convidada a ser docente.

Outra relevante importância na vivência dessas mulheres, além da oportunidade de trabalho remunerado, foram os resultados econômicos para a cidade e região. O enfraquecimento do comércio local e das oportunidades de formação, no campo das artesanias que gerava renda e exercícios de funções sociais significativas para essas mulheres, é uma das facetas que elas atestam sobre a importância das EPFs em suas localidades. Logo, o questionamento sobre o fechamento sempre veio com um tom de amargura, tristeza e uma pequena ponta de esperança.

#### 4. Hora de fechar a máquina ou epílogo

Para concluir essa discussão que sintetiza de forma muito ampla as narrativas obtidas, cabe tocar nas razões, pela perspectiva das depoentes, que levaram ao fechamento das EPFs.

Ponto Pequinês e Ponto Cheio falaram, quase em uníssono, que o ensino ofertado na EPF, após os anos 1990, não era valorizado pelo governo estadual. Segundo elas, além do ensino ser julgado como “terapia”, o Secretário de Educação de 2007, Paulo Bauer, declarou que “o dinheiro da educação não serviria para pagar os professores desse tipo de educação profissional”. Em Joaçaba, as antigas professoras de pintura,

ainda na ativa, confirmaram que “O curso de pintura era o mais criticado, visto com desdém, por ser entendido como algo desnecessário para o mercado de trabalho” (Ponto Atrás e Ponto Alto) e, completam: “claro que hoje com a formação que tenho, entendo que aquelas pinturas estavam muito ‘quadradas’, mas se a gente fosse mais capacitada e tivessem ajudado, a gente iria acompanhar as tendências, como hoje eu faço no meu ateliê” (Ponto Atrás).

Aspectos de concorrência entre cursos para o mesmo público, além da nova política educacional para o ensino profissionalizante estão entre as razões alegadas pelas entrevistadas para o fechamento das EPFSC. Segundo Ponto Russo, o crescimento do CEJA acabou estagnando a EPF e, para Ponto Alto, a razão estava em ser “a prioridade do governo para o ensino médio era o CEJA. E eles tinham que cortar despesas”. Também Ponto Matiz afirmou que as novas nomenclaturas NEP e CEDUP “foram assumindo esses cursos”, no caso, os oferecidos pelas EPFs, que igualmente foram sendo abertos pelas unidades do Sistema S<sup>1</sup>, o que Ponto Laçada considerou como responsável pelo encerramento das EPFs. Em suas palavras: “as escolas tinham de fechar para dar força ao Sesi e Senai” (Ponto Laçada). Em Criciúma, não foram essas unidades do Sistema S que atraíram os antigos estudantes, por serem cursos pagos. A clientela mais jovem migrou, especialmente, para o Instituto Federal instalado, enquanto a EPF foi sendo fechada.

Nesse apagar das luzes das EPFs, as narrativas das últimas diretoras são muito emotivas. Ponto Cheio narrou com descrição detalhada, em mais de um momento da entrevista, o dia em que sozinha, em 2009, nas instalações, onde por tanto tempo trabalhou, pegou as últimas caixas e levou ao prédio da frente, atual Gerência Regional de educação – Gered, para concluir suas obrigações. Disse ela: “eu ali arrumando as coisas, olhei para os álbuns de fotos e pensei: ‘isso eles não vão precisar e antes de ir tudo fora, levo comigo” (Ponto Cheio).

Por direito não há qualquer papel que tenha decretado o fechamento das EPFs. Elas foram fechadas de fato e não por direito. Até hoje na minha ficha funcional, pode ir lá procurar, eu estou lotada na Ivone Pereira de Mendonça. Nenhuma das três escolas daqui virou NEP ou mesmo CEJA, elas só fecharam. (Ponto Pirulito)

Ponto Matiz reforça esse sentimento e considerações acima, ao dizer que a escola “fechou do nada”. Assim, ao questionar se as professoras não buscaram mobilizar políticos locais ou outras autoridades para evitar o fechamento, Ponto Matiz completou: “já não havia mais interesse, nem social quanto político”.

O fato de não haver um extenso corpo docente efetivo e ser uma escola de “mulheres”, a força política para reivindicar ou encontrar forças políticas favoráveis a essa

---

1 São um conjunto de organizações das entidades representantes da indústria, da agricultura, do comércio e do transporte voltadas para a educação, assistência social, consultoria, pesquisa e assistência técnica. Sendo eles: o SENAI, Sesi, SENAC, SESC, SENAR, SESCOOP, SEST, SENAT e SEBRAE. Fonte: <https://www.rn.senai.br/entenda-o-que-sao-e-o-que-fazem-o-sesi-e-o-senai/>.

causa foi diminuta. As lideranças locais não tinham interesse em manter uma escola que o governo estadual estava desabonando e semear dissabores entre aliados. As estudantes afeitas ao lar e seus compromissos familiares bem como mulheres de baixa renda não encontravam incentivo em seu entorno para fazer mobilizações de maior monta e exigir a permanência da escola. Acusadas de ser uma escola que “não serve para nada”, docentes e estudantes se intimidaram, recuaram e buscaram alternativas para continuarem lecionando e/ou tendo sua renda a partir das práticas artísticas e manuais que dominavam.

Enfim, o processo gradativo de desvalorização das Escolas Profissionalizantes Femininas é atestado na documentação escassa e falta de interesse dos órgãos públicos em apoiar e dar acesso aos arquivos relativos à existência, funcionamento e fechamento dos estabelecimentos que, na maioria dos casos, nos primeiros anos do século XXI, possuíam sede própria, maquinários, corpo docente e discente ativos. Na ausência de fontes primárias fartas ou expressivas, coube a equipe de pesquisa buscar as memórias de profissionais e ex-estudantes que atuaram nesses estabelecimentos, o que foi promissor, e nos faz concluir que as práticas artísticas e manuais desenvolvidas no contexto e circunstâncias das Escolas Profissionais Femininas de Santa Catarina foram agentes de profissionalização, identificação e organização feminina em suas próprias bases, além de serem os berços dos cursos superiores e profissionalizantes no campo do Design e da Moda.

## Referências

- Alberti, V. (2004). *Manual de história oral*. Rio De Janeiro: Editora Fgv.
- Alberti, V. (2004a). *Ouvir contar*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Benjamin, Walter and João Barrento (2010). *O anjo da História*. Obras escolhidas. Lisboa: Assírio & Alvim.
- Benjamin, W., Sérgio Paulo Rouanet, Márcio Seligmann-Silva and Gagnebin, J.-M. (1985). *Obras escolhidas : magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- Carlos Humberto Corrêa (1978). *História oral*. Florianópolis: Ed. da UFSC.
- Chauveau, A. and Philippe Tétard (1999). *Questões para a história do presente*.
- Didi-Huberman, Georges. (1998). *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34.
- DISCURSO do Governador, Sr. Irineu Bornhausen, proferido em Joaçaba, em 6 de dezembro de 1952. (1953). *Correio do Norte*. 7 Mar.
- DUAS grandes obras serão inauguradas em janeiro nesta cidade: Destacada atuação dos Deputados Aroldo Carvalho e Benedito Terézio de Carvalho. (1960). *Correio do Norte*, (622), 21 Oct.

- Elíbio, A. (2021). A História do Tempo Presente: reflexões sobre um campo historiográfico. *Cadernos do Tempo Presente*, 12(1), pp. 13-27.
- Ferreira, M. (2018). Notas iniciais sobre a história do tempo presente e a historiografia no Brasil. *Revista Tempo e Argumento*, 10(23), pp. 80-108. doi: <https://doi.org/10.5965/2175180310232018080>.
- Fukuyama, F. (1992). *O fim da história e o último homem*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Gagnebin, J. M. (2006). *Lembrar, escrever e esquecer*. São Paulo: Editora 34.
- Hertz, P. (2013). Memórias de formação docente: o programa magister. *EntreVer – Revista das Licenciaturas*, 3(5), pp. 200-209.
- Joviles Vitório Trevisol and Antonio (2023). Educação a Distância e formação de professores em Santa Catarina (1998-2018). *Praxis Educativa*, 18, pp. 1-25. <https://doi.org/10.5212/praxeduc.v.18.21355.012>
- Le Goff, J. (2003). *História e memória*. Campinas: Unicamp.
- Meihy, José Carlos Sebe Bom and Fabíola Holanda (2015). *História Oral*. Como fazer, como pensar. Contexto.
- Miriam Moreira Leite (1993). *Retratos de família*. EdUSP.
- Munhoz, A. and Seleme, J. (1962). Participação. *Correio do Norte*, 15(692), 23 Jun.
- Perrot, M. and Viviane Ribeiro (2005). *As mulheres ou os silêncios da história*. Bauru, Sp: Edusc.
- Koselleck, Reinhart. (2006). *Futuro passado contribuição à semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: Contraponto, Rio De Janeiro: Ed. Puc-Rio.
- Ricoeur, Paul. (2007). *A memória, a História, o esquecimento*. Campinas, SP: EdUnicamp.
- Rousso, Henry. (2016). *A última catástrofe. A História, o presente, o contemporâneo*. Rio de Janeiro: Ed. Fgv.
- Sarlo, Beatriz and Rosa d'Aguiar. (2007). *Tempo Passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. São Paulo: Companhia das Letras/Belo Horizonte: UFMG.
- Silva, R., (1972). Um Hospital Infantil para Canoinhas. *Correio do Norte*, 15(1159), 15 Jan.

## Leis

- ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SANTA CATARINA – ALESC. Constituição (1935). *Decreto n.º 713*, de 5 de janeiro de 1935. Decreto N. 713. Florianópolis, SC.

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SANTA CATARINA – ALESC. *LEI N.º 235*, de dezembro de 1948. Dispõe sobre a Escola Profissional Feminina. Florianópolis: Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, 1948.

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SANTA CATARINA – ALESC. *Lei N.º 3.676*, de 28 de junho de 1965. Dispõe sobre as Escolas Profissionais Femininas, modifica e cria cargos e dá outras providências. Florianópolis: Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, 1965

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SANTA CATARINA – ALESC. *Decreto N.º 1.349*, de 21 de janeiro de 2004. Dispõe sobre a criação de Centros de Educação Profissional – CEDUPs e Núcleos de Educação Profissional – NEPs e dá outras providências. Florianópolis: Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, 2004.

# Oportunidades no ensino de modelagem e confeção nas licenciaturas em Design de Moda em Portugal pela perspectiva dos alunos

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.10>

**Carolina Carioni Amorim<sup>1</sup>, Joana Casteleiro Ferreira<sup>2</sup>,  
Benilde Reis<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> *Universidade da Beira Interior, carolinacarioni@gmail.com*

<sup>2</sup> *Universidade da Beira Interior, joana.casteleiro.ferreira@ubi.pt*

<sup>3</sup> *Universidade Lusófona, benilde.reis@ulusofona.pt*

## Resumo

Esta investigação objetivou identificar dificuldades e oportunidades no ensino de modelagem e confeção a partir da perspetiva de 106 alunos de sete licenciaturas de Design de Moda em Portugal. Foi realizado um estudo de carácter exploratório com abordagem mista, utilizando um método adaptado de Yin (2015). A recolha de dados fez-se por meio de questionário e as respostas foram analisadas pelo método de Análise de Conteúdo de Bardin (2016), com apresentação dos resultados na forma de estatística básica. Os respondentes reconheceram a importância das unidades curriculares de modelagem e confeção para o seu futuro profissional. Os resultados indicaram que os estudantes enfrentam desafios na aprendizagem, principalmente devido a aspetos pedagógicos, carga horária limitada e interferências psicológicas. O estudo mostrou a necessidade de os cursos revisarem seus currículos e aprimorar ações docentes a fim de otimizar a eficiência da aprendizagem neste segmento.

## Palavras-chave

Ensino; design de moda; modelagem e confeção; alunos.

## 1. Introdução

O designer de moda é o profissional que, de maneira desafiadora, concebe e projeta coleções de moda considerando as necessidades do utilizador em conjunto com a viabilidade técnica e produtiva (Emídio, 2018). Para possibilitar que o produto de vestuário criado se materialize, o designer precisa desenvolver e aplicar conhecimentos em modelagem e confeção desde a conceção das ideias. Assim, estes saberes frequentemente estão inseridos nos planos de estudos das licenciaturas em moda. Contudo, segundo mostram algumas pesquisas científicas, ainda existe a necessidade de aprimorar as estratégias pedagógicas a fim de encontrar um equilíbrio entre a teoria e a prática.

Na tentativa de descobrir novos caminhos para o ensino de modelagem e confeção na era atual, estudos recolheram dados e opiniões de alunos de cursos de moda em diferentes contextos e locais. Um estudo realizado em Portugal com 69 alunos da Universidade de Lisboa e da School of Design & Innovation – ISDI Parsons, revelou que a aplicação de abordagens práticas, a combinação das metodologias de aula invertida com aprendizagem colaborativa, e a experiência e atitude dos professores são fatores determinantes para a eficácia nesse tipo de ensino (D’Silva and Simões, 2016). Já Filgueiras et al. (2018) realizaram um estudo de campo com 60 alunos do curso de Design de Moda da Universidade Federal do Ceará, onde 26 deles responderam a um questionário após a realização de atividades de modelagem. Neste estudo, 75% dos participantes aprenderam mais com a construção dos moldes de medidas individuais, pois sentiram-se mais próximos da realidade. Por outro lado, a falta de experiência prévia foi o fator de maior dificuldade dos alunos no momento da geração dos moldes. Outro estudo experimental com 9 alunos da Universidade do Estado de Minas Gerais propôs uma metodologia de ensino de modelagem centrada no aluno (Valle-Noronha et al., 2020). Essa abordagem influenciou positivamente o processo de aprendizagem pois permitiu que explorassem interesses pessoais e métodos criativos únicos, o que proporcionou que os projetos gerados transcendessem as tendências de moda convencionais. Emídio e Bertolino (2020) apresentaram o resultado da aplicação de uma metodologia inovadora para inclusão do conceito do projeto de uma aluna na construção da modelagem de produtos. O trabalho mostrou que as ferramentas de design, aliadas às técnicas de criatividade, potencializaram as estruturas mentais da aluna participante, que passou a reconhecer aspetos abstratos da modelagem e não apenas aqueles de carácter técnico e produtivo. Yip et al. (2019) conduziram um estudo com 90 alunos da Universidade Politécnica de Hong Kong com o objectivo de avaliar a eficácia do uso de vídeos com tecnologia de realidade aumentada em workshops de confeção. O grupo de controlo recebeu material de apoio tradicional e o grupo experimental teve acesso à aplicação ITCVR AR. Os resultados dos dados recolhidos mostraram que houve maior eficiência de aprendizagem no grupo experimental, uma vez que o recurso tecnológico facilitou a compreensão dos conteúdos de conceitos tridimensionais.

A revisão realizada por Theis et al. (2023) apontou que os cursos de moda precisam de renovação para equilibrar conteúdos teóricos e práticos, estimular o potencial

criativo dos alunos por meio da modelagem e deslocá-los para o centro do processo de ensino e aprendizagem com metodologias ativas que promovam a autonomia. Os autores destacaram a dificuldade dos alunos em relacionar o corpo humano 3D com a modelagem plana em 2D. Além disso, discutiram acerca do distanciamento que há entre os conteúdos e o contexto real de vida dos alunos, e a importância de explorar o uso das tecnologias como ferramentas no ensino, sendo imprescindível a formação contínua dos professores.

Com base nestas evidências e com o propósito de contribuir para o avanço nestas discussões, realizámos um estudo exploratório de método misto, a fim de identificar dificuldades e oportunidades no ensino de modelagem e confeção, e conhecer as opiniões dos alunos portugueses sobre questões pedagógicas envolvendo estas unidades curriculares (UCs). Os dados foram recolhidos por meio de questionário e a análise dos dados incluiu uma abordagem qualitativa a partir da Análise de Conteúdo de Bardin (2016) com apresentação dos resultados por meio de estatística básica. O estudo abrangeu 106 alunos de 7 universidades em Portugal, e foi estruturado numa sequência lógica de procedimentos, com base em Yin (2015), dividida em cinco etapas: (1) preparação do estudo, (2) elaboração dos instrumentos de recolha, (3) recolha de dados, (4) análise dos dados e (5) descrição dos resultados.

## 2. Condução do estudo

### 2.1. Preparação

A preparação incluiu a definição detalhada da população, estabelecendo critérios de inclusão e exclusão precisos. A população foi definida como: alunos de cursos de nível superior na área de moda situados em Portugal (critério de inclusão), exceto aqueles que ainda não tinham frequentado nenhuma UC de modelagem e/ou confeção (critério de exclusão).

O estudo foi conduzido por meio da recolha de dados primários, através de um questionário elaborados no Google Formulários e distribuído por e-mail. Os questionários oferecem a vantagem do anonimato das respostas, a capacidade de atingir um grande número de participantes, economia de custos e de tempo, além de permitir aos respondentes escolher o dia e a hora para o seu preenchimento (Gray, 2012; Marconi and Lakatos, 2022).

As instituições cujos alunos aceitaram participar na pesquisa foram sete: Universidade do Minho (UM), Universidade da Beira Interior (UBI), Universidade Lusófona (ULUSÓFONA), Universidade de Lisboa (ULISBOA), Escola Superior de Artes Aplicadas (ESART/IPCB), Escola Superior de Artes e Design (ESAD) e Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes (ISMAT).

## 2.2. Instrumentos de recolha

Desenvolvemos um questionário para possibilitar a recolha de dados contendo um conjunto ordenado e consistente de perguntas previamente elaboradas sobre as variáveis que pretendíamos medir e descrever (Martins, 2008). O questionário foi composto por 40 perguntas: 11 perguntas abertas e 29 fechadas (7 dicotômicas sim/não, 3 de múltipla escolha e 19 com escala de valores). A escala utilizada foi do tipo Likert de cinco pontos, que varia de “discordo totalmente” a “concordo totalmente”, desenvolvida por Rensis Likert em 1932 (Sampieri et al., 2013).

Elaborámos as perguntas tendo como foco os objectivos do estudo, a análise bibliográfica e nossas experiências como docentes. O questionário recolheu informações e opiniões dos alunos de forma anónima e incluiu a declaração de consentimento informado. As perguntas começaram com dados demográficos e seguiram com questões sobre o ensino, a orientação nas aulas, materiais de apoio, as tecnologias utilizadas e modelo de ensino.

O questionário foi submetido a um pré-teste com a participação de cinco especialistas, a fim de evidenciar possíveis falhas, questões ambíguas, e outras inconsistências, além de aumentar a confiabilidade e validade do instrumento (Martins, 2008). Os especialistas convidados foram: Especialista 1 – designer multimédia (doutora) e pesquisadora das tecnologias no ensino e docente na área do design; Especialista 2 – designer de moda (mestre) e doutorada em Design de Moda com experiência na docência de modelagem e confeção; Especialista 3 – designer de moda (mestre) e doutorada em Engenharia e Gestão do Conhecimento e docente na área da moda; Especialista 4 – designer de moda (mestre), pedagoga e doutorada em Engenharia Têxtil, com experiência como professora na área da moda; e Especialista 5 – designer de moda (doutora) com pós-doutorado em andamento e docente de modelagem e confeção.

A partir dos apontamentos dos especialistas, as considerações foram cuidadosamente avaliadas e serviram para aprimorar o questionário. Os ajustes realizados garantiram uma melhor adequação do instrumento de recolha de dados à finalidade da pesquisa. Após as devidas reformulações, o questionário foi distribuído aos alunos.

## 2.3. Recolha de dados

A recolha de dados é definida como o “processo de recolhimento de informações para compor o estudo” (Lozada & Nunes, 2018, p. 183). Este processo implica a elaboração de um plano de procedimentos operacionais para alcançar o objectivo de agregar os dados, sem deixar de considerar os recursos disponíveis. Assim, a recolha de dados iniciou com a distribuição do questionário, seguiu para a fase de monitorização e acompanhamento, e finalizou com a importação dos dados para o programa Planilhas Google.

A distribuição do questionário foi realizada por e-mail aos alunos, utilizando os endereços eletrónicos dos diretores dos cursos de moda encontrados nos sites das

universidades. Esta etapa teve início a 30 de novembro de 2023 e foi concluída em fevereiro de 2024. Durante o período de distribuição dos questionários até o encerramento do prazo para o envio das respostas pelos participantes, foi necessário realizar a monitorização e o acompanhamento do processo.

Ao finalizar a etapa de recolha dos dados, estes foram importados para o Planilhas Google. Ao adotar esta aplicação, as informações tornaram-se disponíveis às três autoras em tempo real, permitindo a edição colaborativa e a vantagem de salvar as alterações automaticamente, o que proporcionou maior segurança aos dados.

## 2.4. Análise dos dados

A análise dos dados consiste no trabalho de tabular, resumir, organizar as informações obtidas em forma de tabelas, gráficos ou diagramas (Gil, 2024). A análise em pesquisa qualitativa não segue um processo padrão, mas deve adequar-se às circunstâncias e à natureza de cada estudo (Sampieri et al., 2013). Assim, para estruturar os dados recolhidos, optamos por utilizar a técnica de análise de conteúdo adaptada de Bardin (2016), organizada em três fases: (1) pré-análise; (2) exploração do material; e (3) tratamento dos resultados.

A fase de pré-análise refere-se à organização dos dados, momento em que se desenvolve um plano de análise flexível, mas preciso (Bardin, 2016). Iniciamos com a realização da leitura flutuante dos dados, com o intuito de compreender o cenário dos relatos, principalmente nas perguntas abertas. Para a constituição do *corpus*, verificamos, de acordo com os critérios de inclusão e exclusão estabelecidos, se havia respondentes que deveriam ser excluídos do processo analítico subsequente. Após a leitura do material, o *corpus* da pesquisa consistiu em um número de 106 alunos, uma vez que quatro foram excluídos: três não tiveram disciplinas de modelagem e confeção, e um não fazia licenciatura em Portugal.

Em seguida, antes de iniciar a análise propriamente dita, todo o material precisou ser preparado. Esta preparação compreendeu: a atribuição de uma referência de identificação a cada um dos respondentes (AL1, AL2, ..., AL106), a separação visual de perguntas e respostas com uso de negrito e cores nas células, a reescrita de algumas respostas para torná-las padrão (como o nome da universidade em que o aluno estudava), e a criação de células com a ferramenta *Validação de Dados*, utilizando critérios de menu suspenso a partir de uma lista (Figura 1). Estas células foram fundamentais para a atribuição dos códigos às respostas abertas e para permitir a contagem da frequência dos termos listados na fase seguinte. As perguntas fechadas não necessitaram de preparação, exceto aquelas que não eram de resposta obrigatória. Para estas, os espaços em branco foram identificados com o termo *não especificou*.

Após, ocorreu a fase de exploração do material que, segundo Bardin (2016), compreende o trabalho de codificação do material, ou seja, a transformação dos dados brutos dos textos em unidades de registo, permitindo o esclarecimento das características do conteúdo. Conforme a autora, a unidade de registo é “a unidade de

significação codificada e corresponde ao segmento de conteúdo considerado unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial” (Bardin, 2016, p. 134). Essa análise textual foi necessária devido à grande quantidade de informação obtida, nomeadamente as respostas às perguntas abertas. Assim, a codificação organiza e reduz os dados de forma a possibilitar a posterior descrição e a interpretação do fenómeno em estudo (Coutinho, 2014). Para captar as informações relevantes dos dados e compreender a opinião do público inquirido, realizamos a leitura minuciosa dos textos, a escolha das unidades de análise (UAs), a definição das unidades de registo (URs) e a classificação, ou seja, o agrupamento em categorias.

As UAs, que são os excertos do texto que contêm significado para a investigação, foram grifadas a vermelho (Figura 1). Essa escolha baseou-se em critérios semânticos, ou seja, destacámos excertos com significado específico e autónomo, conforme orienta Coutinho (2014). Para cada UA, atribuímos uma UR, que compôs listas associadas aos menus suspensos.

**Figura 1**  
Unidades de análise e codificação de AL30 à Q10.

Respondente	10. Em caso afirmativo, cite possíveis motivos que o(a) faz/fez ter dificuldades com esse tipo de aulas.	Q10-C1	Q10-C2
AL30	A quantidade de professores disponíveis durante as aulas e a falta de espaço	Muitos alunos por professor	Falta de mais espaço físico
		Muitos alunos por professor	
		Pouca prática	
		Pouca carga horária	
		Falta de motivação	

As URs, ou códigos, foram inseridas em colunas adicionadas à direita de cada pergunta, com uma referência do número da questão (Q10, Q11, ...) seguida pelo número do código (C1, C2, ...). Após a atribuição de todas as URs, elaboramos fórmulas para fazer a contagem frequencial dos códigos, denominada atividade de enumeração. O método de contagem por frequência é geralmente o mais utilizado (Bardin, 2016), pois o valor obtido consegue demonstrar a importância da UR para a pesquisa, ou seja, “a aparição de um item de sentido ou expressão será tanto mais significativa quanto mais esta frequência se repetir” (Bardin, 2016, p. 139).

Além da contagem dos códigos, estes foram classificados em categorias, nomeadamente pela classificação dos elementos por diferenciação e posterior reagrupamento por analogia (Figura 2). Bardin (2016) define as categorias como classes as quais reúnem os grupos de UR, efetuadas com base nas características comuns entre as UR. Para se estabelecer as categorias, realizamos uma análise temática das URs, procurando compreender o sentido e a que tipo de questão o respondente se referiu.

Q10	Unidade de Registo/Código	n	Categoria
<i>Cite possíveis motivos que o(a) faz/fez ter dificuldades com esse tipo de aulas</i>	Pouca prática	5	Método de ensino
	Pouca carga horária	6	Currículo do curso
	Falta de motivação	1	Aspetos psicológicos
	Falta de material didático explicativo	1	Material didático
	Muitos alunos por professor	6	Gestão
	Falta de mais espaço físico	3	Infraestrutura

**Figura 2**

Lista parcial de códigos da Q10 com frequência e categorias.

A categorização tem como principal objectivo proporcionar uma representação simplificada dos dados do estudo. Assim, no caso da Q10, o código *Pouca Prática* referiu-se à quantidade de horas de aulas dedicadas às práticas de modelagem e confeção, sendo este tema identificado como uma questão de Método de Ensino. Já o código *Falta de mais espaço físico* está relacionado com o tema de Infraestrutura, e assim por diante. Em seguida, as informações foram agrupadas em categorias por semelhança utilizando a ferramenta *Classificar Intervalo* do Google Planilha.

Para que os resultados brutos se tornem significativos, é necessário tratá-los. Neste trabalho, utilizamos a estatística básica para formatar quadros de resultados e possibilitar a identificação das informações mais relevantes fornecidas pela análise (Bardin, 2016). A Figura 3 apresenta o quadro de resultados da Q10, com as informações mais relevantes em termos de frequência destacadas em negrito.

Q10	Categoria	% total	Códigos	90	%
23	Aspetos pedagógicos	25,56%	<b>Poucas explicações/ ou superficiais</b>	11	12,22%
			<b>Pouca atenção/ apoio do docente</b>	8	8,89%
			A maneira como as aulas são dadas	2	2,22%
			Muita cobrança	2	2,22%
17	Dificuldade com o conteúdo	18,89%	<b>Dificuldade em compreender conteúdos/ fazer as atividades</b>	9	10,00%
			Não ter conhecimento prévio	3	3,33%
			Percepção espacial (de 2D para 3D)	3	3,33%
			Os termos técnicos	2	2,22%
15	Currículo do curso	16,67%	<b>Pouca carga horária/ pouco conteúdo</b>	9	10,00%
			Falta de ensino dos fundamentos (iniciante)	4	4,44%
			Falta de aulas de costura	2	2,22%
9	Aspetos psicológicos/ emocionais	10,00%	Pressão/ ansiedade (quantidade atividade x tempo)	4	4,44%
			Insegurança e baixa autoestima	3	3,33%
			Falta de motivação/ frustração	2	2,22%
7	Infraestrutura	7,78%	Poucas máquinas de costura/ materiais	4	4,44%
			Falta de mais espaço físico	3	3,33%
7	Método de ensino	7,78%	Pouca prática	5	5,56%
			Não materializar as próprias criações	2	2,22%
7	Gestão	7,78%	<b>Muitos alunos por turma</b>	7	7,78%
5	Material Didático	5,56%	Materiais caros	1	1,11%
			Falta de material didático esclarecedor e claro	4	4,44%

**Figura 3**

Resultados da Q10.

As 40 questões foram todas tratadas e, a partir dos resultados organizados em quadros, propusemos as seguintes inferências e interpretações.

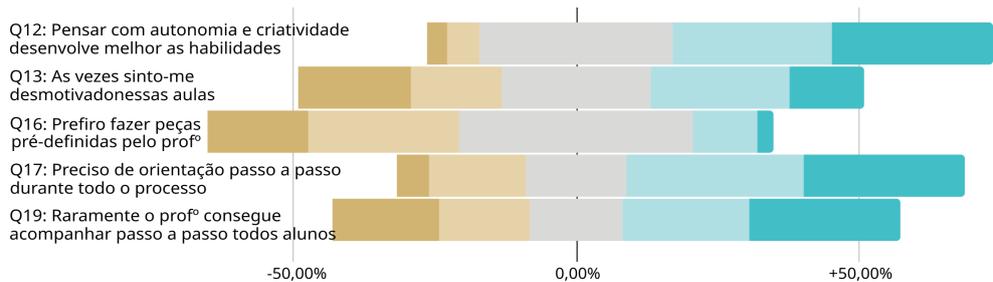
### 3. Resultados, inferências e interpretações

Esta seção apresenta os principais resultados obtidos a partir das respostas ao questionário. Em relação aos dados demográficos, 95,3% dos 106 respondentes tinham idades compreendidas entre 18 e 24 anos e 84,9% eram do sexo feminino. Os participantes eram estudantes de cursos da área de moda das seguintes universidades: 32,1% eram da UBI, 17,9% da ESART, 13,2% da UMinho, 12,3% da ULusófona, 10,4% da ESAD, 8,5% da ISMAT e 5,7% da ULisboa.

A maioria dos alunos (97%) considerou que os conhecimentos em modelagem e confeção são importantes para o seu futuro profissional, e 95% indicaram que gostariam de desenvolver mais essas práticas para se habilitarem a desenvolver as suas coleções. Uma parte significativa dos alunos afirmou enfrentar dificuldades na aprendizagem desses conteúdos e apontou que os principais motivos são aspetos pedagógicos, como explicações insuficientes e pouco apoio docente (25,56%). Além disso, 18,89% relataram dificuldades na compreensão e na realização das atividades solicitadas, o que poderia ser aprimorado, segundo Yip et al. (2019) com uso de recursos tecnológicos que ampliam a perceção dos conceitos tridimensionais. Também indicaram que a pouca carga horária prática, aumenta a dificuldade na aprendizagem destes conteúdos (16,7%).

Quando questionados sobre as possíveis razões que atrapalham a aprendizagem, dentre 345 respostas assinaladas numa lista de múltipla escolha os alunos indicaram: falta de tempo (15,1%), querer fazer bem à primeira tentativa (13,6%), medo de estragar o tecido (13%), falta de localização para trabalhar com calma (12,5%), medo de errar (12,2%), dificuldade em fazer a modelagem (11,9%) e insegurança (8,7%). A Figura 4 apresenta um gráfico para compreensão das respostas com escala Likert.

**Figura 4**  
Gráfico das respostas à Q12, Q13, Q16, Q17 e Q18.



É possível inferir que a maioria dos alunos (56%) prefere desenvolver peças criadas por eles mesmos, em vez de seguir os modelos pré-definidos pelo professor, apesar da dependência que sentem do passo a passo das etapas de construção das peças. Ainda assim, acreditam que pensar com autonomia e criatividade ajuda a desenvolver as habilidades práticas necessárias à materialização das ideias. Explorar as abordagens de ensino centradas no aluno, conforme sugere Valle-Noronha et al. (2020), permite que os conteúdos sejam adaptados ao interesse pessoal dos estudantes, o que promove a autonomia e, com o tempo, tende a reduzir a dependência das instruções detalhadas dos docentes e materiais de apoio.

No entanto, os alunos ficaram divididos quanto à sensação de desmotivação nas aulas: 38% afirmaram sentir desmotivação, 36% discordaram e 26% ficaram indecisos. Ao serem questionados sobre as razões para essa desmotivação, destacaram os aspetos psicológicos e emocionais (21,7%), o currículo do curso (16,7%), especialmente a pouca carga horária, e os aspetos pedagógicos (16,7%), como o pouco apoio docente e explicações insuficientes do conteúdo.

Os alunos apontaram a importância de o professor disponibilizar o passo a passo (22%) e promover dicas e soluções de dúvidas (19,44%). Muitos alunos expressaram a dificuldade em compreender como construir bons moldes (18,48%), com 100% dos respondentes concordando que o modelo de ensino em modelagem e confeção pode ser melhorado. Entre as sugestões dos alunos, as mais relevantes foram: aumentar a carga horária das UCs (21,2%) para terem acesso a mais conteúdos (10,10%), além de acreditarem que maior apoio docente e explicações mais detalhadas (19,19%), com mais demonstrações e atividades práticas, fariam uma diferença significativa. Estes resultados corroboram com Theis et al. (2023) que afirmam a necessidade de reestruturação curricular para que haja maior equilíbrio entre teoria e prática, e com D'Silva e Simões (2016) quando expõem que a experiência e a atitude dos professores são determinantes para a eficácia nesse tipo de ensino.

#### 4. Conclusão

Os conhecimentos em modelagem e confeção abrangem tanto a dimensão técnica-criativa, voltada para a conceção do vestuário, quanto a dimensão técnica-produtiva, focada nos processos de produção e reprodução em série. Este estudo clarificou que os alunos das Licenciaturas em Design de Moda em Portugal concordam com a importância destas UCs para seu futuro profissional, mas enfrentam dificuldades na aprendizagem dos conteúdos, especialmente devido a fatores pedagógicos, como explicações ineficazes, pouco apoio docente, carga horária insuficiente além de aspetos psicológicos como ansiedade e insegurança na realização das atividades. O estudo demonstrou a preferência dos alunos por projetos autónomos em vez de tarefas pré-definidas pelos professores. Isso sugere a necessidade de adaptação docente e curricular, através de uma abordagem pedagógica centrada nas necessidades individuais de cada aluno e aplicação de conteúdos atuais, coerentes com a realidade. Os alunos apontaram para a relevância do apoio docente e da disponibilização de recursos pedagógicos claros e detalhados que facilitem a compreensão e a aplicação prática dos conceitos de modelagem e confeção. Além disso, sugeriram um aumento na carga horária de contacto dessas UCs, bem como a inclusão de mais demonstrações e atividades práticas.

A relação entre os resultados obtidos neste estudo e a literatura existente, aponta como oportunidade promissora à superação das limitações do ensino tradicional, a implementação de metodologias ativas integradas ao uso de tecnologias inovadoras no ensino e aprendizagem das UCs investigadas. Conforme já mencionado em estudos prévios, a adoção de recursos como realidade aumentada, realidade virtual

e aprendizagem móvel têm tornado este tipo de ensino mais motivador, dinâmico e eficiente, podendo ter sua prática ampliada nas licenciaturas de moda.

As análises realizadas neste trabalho também sugerem que as universidades deveriam considerar melhorar as infraestruturas e recursos físicos de seus cursos. A falta de espaços adequados aos trabalhos práticos, levantam-se como obstáculos à aprendizagem eficaz e desencadeiam insatisfação nos alunos. Assim, o estudo evidenciou quatro dimensões a ser consideradas na formação da estrutura das licenciaturas em Design de Moda, de acordo com a opinião dos alunos. As dimensões são pedagógica (conteúdos, métodos de ensino e materiais de apoio), estrutural (laboratórios e equipamentos adequados), tecnológica (recursos inovadores) e psicológica (aspetos que promovem ansiedade e insegurança nos alunos). Recomenda-se, portanto, atualização curricular que integre estas dimensões para assegurar uma formação mais completa e assertiva.

## Referências

- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Coutinho, C.P. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. 2nd edn. Coimbra: Almedina. Disponível em: <<https://app.minha-biblioteca.com.br/books/9789724056104>> [Acedido a 1 março 2024].
- D'Silva, S.D. and Simões, I. da S.A. (2016). *The efficiency of methods used for teaching and learning patternmaking: a comparative analysis*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa. Disponível em: <<https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/13441>> [Acedido a 15 agosto 2024].
- Emídio, L. de F.B. (2018). *Modelo MODThink: o pensamento de Design, aplicado ao ensino-aprendizagem e desenvolvimento de competências cognitivas em modelagem do vestuário*. Bauru, SP.
- Emídio, L. de F.B. and Bertolino, K.C.R. (2020). *Biônica aplicada à modelagem voltada a sustentabilidade: contribuições do modelo Modthink*, *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*, 4(2), pp. 30-49.
- Filgueiras, A.P.A., Araújo, M. do S. de and Souza, W.G. de (2018). *Descortinando o processo de ensino-aprendizagem na modelagem: dificuldades e facilidades*, in *Abepem. 14º Colóquio de Moda*, Paraná, pp. 1-14. Disponível em: <<https://anais.abepem.org/get/2018/152.pdf>> [Acedido a 16 agosto 2024].
- Gil, A.C. (2024). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 7th edn. São Paulo: Atlas.
- Gray, D.E. (2012). *Pesquisa no mundo real*. 2nd edn. Porto Alegre: Penso.
- Lozada, G. and Nunes, K.S. (2018). *Metodologia científica*. Porto Alegre: SAGAH.

- Marconi, M.D.A. and Lakatos, E.M. (2022). *Metodologia Científica*. Barueri [SP]: Atlas.
- Martins, G. de A. (2008). *Estudo de Caso: Uma Estratégia de Pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Sampieri, R.H., Collado, C.F. and Lucio, M. del P.B. (2013). *Metodologia de pesquisa*. 5th edn. Translated by D.V. de Moraes. Porto Alegre: Penso.
- Theis, M.R., Mardula, E. and Díaz Merino, E.A. (2023). *O ensino e aprendizagem da modelagem do vestuário: uma revisão sistemática de literatura*, *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*, 7(2), pp. 1-29. Disponível em: <<https://doi.org/10.5965/25944630722023e3564>> [Acedido a 16 agosto 2024].
- Valle-Noronha, J., Chun, N. and De Assis B Soares, J. (2020). *Failed expectations, successful disruptions: experimenting pattern-cutting from a student-centred learning perspective*, *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 13(3), pp. 238-246. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/17543266.2020.1778798>> [Acedido a 9 agosto 2024].
- Yin, R.K. (2015). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.
- Yip, J. et al. (2019). *Improving quality of teaching and learning in classes by using augmented reality video*, *Computers & Education*, 128, pp. 88-101. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.09.014>> [Acedido a 10 março 2024].



# Design é projeto: educação e ferramentas limpas do design no jeans

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.11>

**Edimara Mieke Cabral Nishimaki<sup>1</sup>,  
Suzana Helena de Avelar Gomes<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universidade de São Paulo, [miekocabral@usp.br](mailto:miekocabral@usp.br)

<sup>2</sup> Universidade de São Paulo, [suzana.avelar@usp.br](mailto:suzana.avelar@usp.br)

## Resumo

A indústria da moda, especialmente a do jeans, é frequentemente lembrada por seu impacto ambiental e social negativo. Contudo, um movimento crescente por sustentabilidade tem desafiado os designers de moda e toda a indústria a repensarem seus processos criativos e produtivos. Este artigo investiga como a educação pode capacitar designers com conhecimentos técnicos e conscientização ambiental, utilizando uma metodologia baseada em levantamento teórico e empírico. A *Pedagogia da Autonomia* (1996) de Paulo Freire é destacada como uma obra fundamental, promovendo uma educação que valoriza a experiência do aluno e fomenta a consciência crítica e a ação transformadora.

O estudo analisa práticas pedagógicas e propõe a incorporação da sustentabilidade nos currículos através de projetos práticos, estágios e visitas a empresas sustentáveis. Freire enfatiza a importância de preparar os estudantes para serem líderes e agentes de mudança, capacitando-os a desafiar práticas insustentáveis e promover justiça social e ambiental. Os resultados esperados incluem a identificação de estratégias de ensino eficazes e recomendações para a melhoria do currículo de design, visando a formação de profissionais mais preparados e comprometidos com um futuro mais justo e sustentável. Esta abordagem educacional não só beneficia os alunos, mas também a indústria da moda e a sociedade como um todo.

## Palavras chave

Educação; jeans; design; sustentabilidade.

## 1. Moda e produção

A moda, desde seu surgimento, é conhecida por sua constante busca por novidades e tendências, muitas vezes às custas do meio ambiente e dos direitos humanos, assim como todo o modo de pensamento extrativista do consumo. Apesar disso, há um movimento crescente em direção à sustentabilidade que tem desafiado os designers de moda, especialmente aqueles que trabalham com *denim* e jeans, a repensar seus processos de criação e produção, com soluções mais limpas. É importante ressaltar que os designers podem pensar, promover soluções sustentáveis, mas não podem operar sozinhos, pois precisam da cadeia como um todo. Assim como a indústria de confecção abarca uma série de áreas interdependentes, a ação do designer deve vir acompanhada pela empatia dessas outras instâncias. No presente trabalho, propomos explorar como a educação desempenha um papel fundamental na capacitação dos designers de moda para promoverem ações para a realização de coleções mais sustentáveis, com foco especial na influência do livro *Pedagogia da Autonomia* (Freire, 1996).

A educação em design de moda proporciona aos designers de moda uma base sólida de conhecimentos teóricos e práticos, permitindo-lhes explorar sua criatividade de maneira estruturada e informada. Além disso, o desenvolvimento de habilidades técnicas e organizadas é crucial para a execução eficiente das visões criativas do criador de roupa. Com a exponencial preocupação com a falta de sustentabilidade na indústria da moda, a conscientização sobre questões ambientais e sociais torna-se cada vez mais importante para os designers de moda, influenciando suas decisões de design, escolha de matéria prima e produção.

A pedagogia da autonomia de Paulo Freire oferece um quadro relevante para os designers de moda de moda *jeanswear*, permitindo-lhes não apenas adquirir conhecimento, mas também desenvolver uma consciência crítica e capacitação para ação transformadora. Os princípios da pedagogia da autonomia, como a valorização da experiência do aluno e a promoção da autonomia e responsabilidade, são especialmente pertinentes para uma indústria que valoriza a inovação.

Salientamos neste momento que a autonomia deve ser entendida como fabulação de soluções e ações, mediadas por coletivos, quer seja no âmbito da criação em si, mas também nas outras instâncias envolvidas. Pensar nessa autonomia face a uma produção mais coletiva e cooperativa, parece ser um dos desafios da indústria da moda atual.

A conscientização crítica proporcionada pela abordagem de Freire (1996), justaposta às diretrizes indicadas por Papanek (1973), permite aos designers de moda questionar as normas estabelecidas e explorar novas formas de expressão criativa que estejam alinhadas com princípios éticos e sustentáveis.

A capacitação para ação transformadora qualifica os designers de moda não apenas a criar produtos de moda, mas também a serem agentes de mudança dentro da indústria, promovendo práticas mais éticas e sustentáveis. A aplicação dos princípios de Freire

na moda *denim* enfatiza a importância de uma educação que não apenas capacita tecnicamente, mas também inspira e capacita os designers de moda a se tornarem críticos dos modos do fazer e agentes de mudança em um setor em constante evolução.

## 2. Educação dos futuros designers de moda

A educação tem papel importante em processos sociais entre as pessoas de diferentes origens e por meio dela é possível alcançar mudanças nas estruturas econômicas, sociais e políticas da comunidade.

A educação na área da moda, principalmente *jeanswear*, pode buscar soluções para uma produção mais limpa, dando acesso à informação aos futuros designers de moda, de forma que eles consigam enxergar a produção de forma circular e sustentável. E não vamos todos a escola para isso, para resolver os problemas do mundo?

Não é novidade a constatação de que os computadores são parte ativa na vida de parte da população no mundo contemporâneo, e são, assim, um meio de trânsito de comunicação, informação e educação na sociedade atual. Na educação, a importância da informática foi se solidificando ao longo dos anos, tornando-se método importante para o aprendizado: fato endossado e agilizado pelos anos de pandemia mundial de COVID-19. Atualmente é muito improvável que uma instituição de ensino de nível superior possa descartar o uso de computadores e programas de inovação e suas ferramentas.

Na inserção dos computadores na aprendizagem de todos os níveis, houve a necessidade de se refletir algumas práticas educacionais e trazer novos métodos para que o ensino fizesse sentido nesse novo meio também. Desta mesma forma, com o avanço das redes sociais e inserção destas na vida dos alunos, há a possibilidade de aproximar a educação da vida dos jovens, trazendo a comunicação entre escola-aluno-professor para o universo das redes sociais. O Instagram, Facebook, Twitter, YouTube e outros já fazem parte da vida dos alunos na maior parte do tempo, dentro e fora da escola, funcionando como uma extensão da vida real. Há dois caminhos a se dedicar quando se trata deste assunto: demonizar o uso das redes ou torná-la ferramenta para o ensino.

Se para Paulo Freire "Não basta saber ler que 'Eva viu a uva'. É preciso compreender qual a posição que Eva ocupa no seu contexto social..." (Freire, 1996), pode-se trazer o aprendizado para o universo atual do aluno, em um contexto em que os educandos não se sintam distantes do objeto que estudam. As redes sociais podem romper barreiras acadêmicas, fomentando novas possibilidades em meios de ensino e comunicação entre professor-aluno.

Os novos modos de educar não substituem meios tradicionais, eles podem ser utilizados simultaneamente, de forma com que o aluno possa de fato formar-se em algo que ele entenda o contexto, o uso e as aplicações. O academicismo que não considera a linguagem e o conhecimento local, pode afastar uma parte da população

do ensino superior de moda e o educador pode estar aberto aos sinais da comunidade para entender o que pode ser feito para reatar esses laços e para que o aluno possa pertencer a escola. Inovar na educação, assim como em vários campos, inclui resistências, conflitos, comunicação, avanços e cautelas. A prática social, a cultura e o fazer contemporâneo não podem ser afastados do mundo acadêmico. O educador é parte importante nesta missão, sendo o radar do *zeitgeist* e a chance da aproximação social-acadêmica. Esta aproximação impacta positivamente a comunidade, fazendo com que o ensino superior traga melhorias para a sociedade como um todo.

Como nos ensinou Paulo Freire em *Pedagogia da Autonomia* (1996), não há ensinar sem aprender, e vice-versa. Da mesma forma, Papanek pondera que, em uma sociedade com produção em massa (na época de 1970, e agora não mais aquele modelo, mas pior: *fast-fashion* para o nosso caso), o design contribui com o planejamento urgente de ferramentas e objetos que modelam o ambiente, a sociedade e a ele mesmo como sujeito. Dessa forma, a demanda pela responsabilidade social e moral do designer vem de maneira preponderante.

Ao aprendermos, aprendemos também que podemos ensinar. Deste modo, a inovação no ensino superior pode aproximar a teoria das vivências cotidianas, com processos que colocam o discente como agente principal de sua formação acadêmica. Para isso, torna-se importante atualizar os docentes para o contemporâneo, não necessariamente as redes sociais, mas ao olhar para o cotidiano do aluno, para abranger um conhecimento humano, emancipatório, duradouro e transformador.

A integração da educação em sustentabilidade nas escolas de moda, especialmente no ensino de *jeanswear*, é crucial para a formação de designers conscientes e inovadores. Instituições como a Denim City São Paulo e a Denim City Amsterdam demonstram que é possível ensinar de forma prática e "mão na massa", preparando os discentes para enfrentar os desafios ambientais e sociais da indústria da moda. Ao combinar teoria com prática e tecnologia com criatividade, essas escolas estão moldando o futuro da moda sustentável.

A sociedade moderna sofre com uma herança histórica que traça linhas ideológicas divisórias entre a prática e a teoria, a técnica e a expressão, o artífice e o artista, o produtor e o usuário. (SENNETT, 2013, p. 22)

Para Sennett (2013), a técnica é uma questão cultural e não um talento ou um procedimento maquinal. O saber fazer é composto por um fazer com prazer e com o encontro de propósito no trabalho a ser realizado. Assim, o ensino voltado ao futuro estilista pode ser acompanhado por um ensinar fazer roupa de forma mais sustentável.

Podemos elucubrar como a educação focada na solução de problemas pode inovar a produção *jeanswear*. O jeans é produzido sempre da mesma forma há anos. Na indústria houve muita inovação tecnológica a fim de se fazer com mais rapidez, mas em termos de criação, a calça *five pockets* (calça com cinco bolsos) ainda é o modelo mais usado.

Para um jeans mais limpo, algumas buscas podem ser realizadas, algumas substituições podem ser realizadas. Para atingir uma produção mais limpa, a confecção *jeanswear* pode buscar os seguintes componentes:

- Produtivo: com boa conservação de maquinário, por exemplo
- Eficiente: fiscalização de consumo de água e energia
- Inovador: reusar, recuperar e reciclar água, energia e resíduos usados na produção

O jeans cumpre uma função estética, onde se comunica através de uma indumentária com signo milenar. Essa função refere-se à sua capacidade de transmitir valores culturais, identitários e sociais por meio de sua aparência e estilo. Desde a sua criação, o jeans evoluiu de uma vestimenta de trabalho para um item de moda, mantendo um forte simbolismo associado à juventude. Esta transformação, ao longo dos séculos, destaca o jeans como um 'signo milenar', ou seja, uma peça de vestuário que carrega significados profundos e duradouros.

O jeans assumiu um lugar referente a significados que conjugam trabalho braçal de homens da classe trabalhadora, sobreposto por uma circulação urbana que transformou esse primeiro. É possível dizer que tal circulação transformou o jeans em um ícone de masculinidade urbana que carrega a referência primeira, transformada pela sua circulação no espaço urbano de jovens de classes baixa e média.

Branco para vestido de luto alude a uma função ritual; listras vermelhas nas saias das meninas, para uma função; vermelho para roupas de crianças é usado para afastar feitiços malignos e reflete uma função mágica. Cada cor está relacionada com a idade e, portanto, o status social do indivíduo na comunidade. Esta análise funcionalista coloca em primeiro plano o significado simbólico das roupas: uma roupa é um sinal, e usá-lo cumpre funções específicas que podem coexistir, ou se sobrepor, no mesmo item. (Calefato, 2004, p. 23)

A roupa sem o corpo não faz sentido. Assim, o jeans é uma roupa com um significado com o corpo vestido de rebeldia, juventude e trabalho. A roupa torna nossos corpos culturalmente visíveis (Calefato, 2004). No jeans, um item que nasceu puramente para questões práticas, hoje em dia a estética muitas vezes se sobrepõe à praticidade e utilidade. O jeans cumpre uma função estética, onde se comunica através de uma indumentária com signo milenar, onde assume, portanto, uma certa ideia de masculinidade moderna e contemporânea, ocupando a multiplicidade de estilos hoje existentes.

Segundo Current, Elliot e Walsh (2014), todo jeans tem uma história e conta uma história. E a história do jeans é importante para percebermos a peça como item atemporal, durável, comprada e usada com responsabilidade. A cultura do jeans se entrelaça a várias épocas históricas, como a corrida do ouro, lutas sociais e movimentos musicais. Hoje, o jeans representa liberdade, durabilidade e personalidade. Para Aline Basso, "somente a arte pode deslocar a roupa de seu patamar de objeto de consumo/produtor de identidade, e inseri-la no âmbito da sensorialidade, como

um objeto que produz sensações [...]” (2013, p. 23). Assim, aliando o conceito de criação de arte e moda em um objeto autoral e criativo, de pesquisa, o jeans tem um significado cultural de durabilidade, de transporte físico atemporal de geração para geração e de afetividade. Este é um modo de aproximar o conhecimento da história e do dia a dia do discente.

## 2.1. Indústria da moda, ensino e sustentabilidade no jeans

A indústria de moda enfrenta desafios significativos em relação à sustentabilidade, e um dos setores mais impactantes é a produção de roupas feitas em *denim*. A Holanda emergiu como um líder nesse movimento de sustentabilidade no mundo do jeans. A busca por uma produção mais sustentável é impulsionada, tanto pela crescente conscientização ambiental, quanto pela demanda dos consumidores europeus por produtos mais responsáveis. Um exemplo dessa procura é a Denim City Amsterdam, uma organização que se dedica à promoção de práticas mais sustentáveis na produção e consumo de jeans, além de um forte propósito de educação.

A sustentabilidade na produção de roupas de *denim* na Holanda tem ganhado destaque à medida que a indústria têxtil global enfrenta pressões, principalmente pelos consumidores, para reduzir seu impacto ambiental. Como ressaltado por Birtwistle e Moore (2007), a moda *denim* é notória por seu alto consumo de recursos hídricos e químicos, tornando essencial a busca por alternativas sustentáveis. Nesse contexto, a Holanda tem se destacado como um líder em iniciativas sustentáveis, com a Denim City Amsterdam sendo uma referência notável. Segundo Joyner e Earley (2016), a economia circular, promovida pela Denim City Amsterdam, é uma abordagem eficaz para prolongar a vida útil das roupas de *denim*, minimizando o desperdício e o consumo excessivo de recursos.

A transparência na cadeia de suprimentos também desempenha um papel fundamental na sustentabilidade das roupas de *denim* holandesas. Como mencionado por Scharff (2016), a transparência permite aos consumidores tomar decisões informadas, escolhendo produtos que se alinham com seus valores éticos e ambientais. A indústria de *denim* na Holanda tem demonstrado um compromisso crescente com essa transparência, destacando a importância de práticas de produção éticas e a garantia de condições de trabalho seguras, conforme enfatizado por Tokatli (2007). Esses esforços não apenas contribuem para uma imagem positiva da indústria, mas também atendem às crescentes demandas dos consumidores por moda sustentável.

A sustentabilidade das roupas de *denim* na Holanda é caracterizada por uma abordagem proativa em direção à economia circular e à transparência na cadeia de suprimentos. Essas iniciativas não apenas respondem aos desafios ambientais e éticos enfrentados pela indústria de *denim*, mas também refletem a conscientização crescente sobre a necessidade de práticas mais responsáveis na moda, alinhando-se com as tendências globais em direção a uma moda mais sustentável.

O atual modo de produção visando o mais alto nível possível de acumulação (como posso ganhar mais?) comporta a dominação da natureza e a exploração de todos os seus bens e serviços. Para este propósito se utilizam todas as tecnologias, desde as mais sujas, como aquelas ligadas à mineração, à extração de gás e petróleo, até as mais sutis, que utilizam a genética e a nanotecnologia. (BOFF, 2016, p. 22)

A sustentabilidade representa o equilíbrio da vida do homem na Terra com a preservação do planeta. Para isso, é necessário que o ser humano interaja com o meio ambiente sem destruir a natureza. Como um norte para o que o mundo busca atingir a nível de sustentabilidade hoje, podemos olhar para a ODS, a sigla para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, parte da “Agenda 2030”. É um pacto global assinado em 2015, durante a Cúpula das Nações Unidas, pelos 193 países membros. A agenda é composta por 17 objetivos interconectados, ou seja, precisam todos existir. O foco da agenda, segundo a ONU, é superar os principais desafios de desenvolvimento enfrentados globalmente, promovendo o crescimento sustentável global até 2030.

Atingir os objetivos é influenciado também pela indústria do *denim*. A ODS 6 (Água potável e saneamento: garantir disponibilidade e manejo sustentável da água e saneamento para todos), por exemplo, é impactada pela qualidade do tratamento de água e eliminação dos resíduos das lavanderias industriais e tecelagens.

O chamado *ecodesign* tornou-se um importante componente nos setores eletrônico, elétrico e automotivo, devido a legislações, aumento da consciência do consumidor, desejo da empresa de ser conhecida como uma empresa que se preocupa com o meio ambiente e o reconhecimento de que o *ecodesign* reduz custos para a empresa (Horrocks, 2007). Porém, essa mudança ainda é pouco vista na indústria da moda, ainda que muitos fornecedores possuam certificações sustentáveis. Até recentemente, a resposta comum para problemas ambientais era reduzir poluição e resíduos após a produção, e o foco vem se alterando para uma produção mais limpa, resultando em menor poluição e resíduos gerados. Uma das formas de atingir isso é pela escolha de materiais mais adequados e inteligentes.

Paulo Freire, com sua abordagem pedagógica voltada para a autonomia e a conscientização crítica, oferece uma perspectiva poderosa para a educação em design de moda sustentável. A aplicação dos princípios freirianos no ensino de designer de moda pode ser um catalisador significativo para mudanças profundas na indústria da moda, especialmente no setor de *jeanswear*, notório por seus impactos ambientais. Freire enfatiza a importância de um aprendizado que vai além da mera aquisição de conhecimento técnico, defendendo uma educação que fomente a reflexão crítica e a ação transformadora.

A educação baseada nos princípios de Freire pode capacitar os futuros designers a questionarem as práticas tradicionais e a buscarem alternativas mais sustentáveis e éticas. Por exemplo, em vez de simplesmente ensinar técnicas de corte e costura, os programas educacionais podem incorporar módulos que abordam questões como o

impacto ambiental da produção de *denim*, as condições de trabalho nas fábricas e as alternativas sustentáveis disponíveis.

Além disso, Freire destaca a importância do diálogo na educação, uma prática que pode ser extremamente benéfica no contexto do design de moda. Criar um ambiente educacional onde os estudantes possam trocar ideias e experiências e colaborar em projetos sustentáveis, pode levar a inovações significativas. A educação dialógica permite que os estudantes aprendam uns com os outros, desenvolvendo soluções criativas para os desafios. Esse processo colaborativo espelha a visão de Freire de uma educação como prática de liberdade, onde o aprendizado é uma via de mão dupla e todos têm algo a ensinar e a aprender.

A inclusão das tecnologias digitais no ensino, como sugere Freire ao contextualizar o aprendizado no cotidiano dos alunos, pode também desempenhar um papel crucial. As redes sociais e outras plataformas digitais podem ser utilizadas não apenas para promover o trabalho dos estudantes, mas também como ferramentas de aprendizado e engajamento. Cursos online, webinars, e workshops interativos sobre técnicas sustentáveis de produção de *denim*, uso de materiais reciclados e inovação em processos de acabamento podem tornar o aprendizado mais acessível e relevante para os estudantes contemporâneos.

Freire também enfatiza a educação contextualizada, onde os conteúdos são relacionados diretamente à realidade dos alunos. No contexto do design de moda, isso pode significar a realização de projetos que abordem problemas reais da indústria, como a redução do consumo de água e energia na produção de jeans ou a criação de linhas de roupas que utilizem materiais reciclados. Essa abordagem não só torna o aprendizado mais significativo, mas também prepara os alunos para enfrentar e resolver problemas do mundo real.

Por fim, a visão freiriana de uma educação que empodera os estudantes para se tornarem agentes de mudança é fundamental para transformar a indústria da moda. Ao formar designers que não apenas dominem as técnicas do ofício, mas que também estejam profundamente comprometidos com a sustentabilidade e a justiça social, estamos contribuindo para uma indústria que pode ser verdadeiramente transformadora. Os designers de moda educados sob esta perspectiva estarão melhor preparados para desafiar o *status quo*, inovar de maneira ética e sustentável.

## 2.2. O ensino contemporâneo do jeans no design de moda pela ótica freireana: realidade contextual como questão central

A pedagogia de Paulo Freire, com seu foco na autonomia, na crítica e na ação transformadora, oferece uma base sólida para a formação de designers conscientes e inovadores. Integrar seus princípios na educação em design de moda pode não apenas melhorar a qualidade do ensino, mas também ajudar a indústria da moda a enfrentar seus desafios mais urgentes de maneira ética e sustentável. Ao fazer isso, estamos

não apenas preparando nossos estudantes para carreiras bem-sucedidas, mas também capacitando-os a serem os agentes de mudança de que o mundo tanto precisa.

O primeiro passo para integrar plenamente a pedagogia freiriana no ensino do design de moda é adotar uma abordagem centrada no aluno. Em vez de uma transmissão unidirecional de conhecimento, os educadores devem incentivar os alunos a se envolverem ativamente no processo de aprendizado, trazendo suas próprias experiências e perspectivas para a sala de aula. Isso pode ser feito através de projetos colaborativos, onde os estudantes trabalham em equipes para resolver problemas reais relacionados à sustentabilidade na moda. Tais projetos podem incluir o desenvolvimento de novas técnicas de reciclagem de materiais, a criação de coleções de roupas utilizando tecidos sustentáveis ou a implementação de processos de produção que reduzam o consumo de recursos naturais.

Além disso, é crucial fomentar um ambiente de diálogo aberto e crítico. Os estudantes devem ser incentivados a questionar as práticas tradicionais da indústria da moda e a explorar alternativas que promovam a justiça social e ambiental. Debates, seminários e discussões em grupo podem ser ferramentas eficazes para este propósito.

Um componente essencial da pedagogia freiriana é a educação contextualizada, que relaciona o aprendizado diretamente à realidade dos alunos. No contexto do design de moda sustentável, isso pode significar a realização de estágios em empresas que adotam práticas sustentáveis, visitas a fábricas que utilizam processos ecológicos e a participação em conferências e workshops sobre sustentabilidade na moda. Essas experiências práticas não apenas enriquecem o aprendizado, mas também ajudam os alunos a desenvolver uma compreensão mais holística e integrada das questões ambientais e sociais.

### 3. Conclusão

Ao longo deste artigo, discutimos a interseção entre moda, educação e sustentabilidade, com um foco especial na produção de denim. A moda, historicamente marcada por ciclos rápidos de tendências e consumo extrativista, está gradualmente se voltando para práticas mais sustentáveis. Esse movimento exige que designers repensem seus processos criativos e de produção, buscando soluções que reduzam os impactos ambientais e sociais da indústria. Entretanto, como argumentado, esses designers não podem operar sozinhos. A mudança real só pode ocorrer com a colaboração de toda a cadeia de produção, em um esforço coletivo para integrar práticas sustentáveis em cada etapa.

Sob a influência de Paulo Freire, a educação em design de moda deve inspirar os estudantes a se tornarem bons designers e agentes de mudança. Isso envolve capacitá-los com habilidades técnicas essenciais, bem como conscientização crítica, alinhada às diretrizes éticas de Papanek, permite que esses profissionais questionem normas estabelecidas e inovem dentro de um campo em constante evolução. Ao incentivar uma mentalidade de autonomia e transformação, os educadores podem ajudar a

formar uma nova geração de designers comprometidos com a criação de um futuro mais justo e sustentável para a moda *jeanswear*.

A pedagogia de Paulo Freire oferece um caminho transformador para a educação em faculdades e cursos de moda. Ao promover a autonomia, a reflexão crítica e a ação transformadora, os educadores capacitam os futuros designers a não apenas dominar o ofício, mas também a utilizar suas habilidades para fazer uma diferença positiva na produção de roupas. Esta abordagem educacional beneficia não só os estudantes, mas também a indústria da moda e, em última análise, a sociedade como um todo.

## Referências

- Basso, A.T. (2013). 'Costuras poéticas: sensorialidades da roupa', Segunda Pessoa, 1, pp. 20-23.
- Birtwistle, G. and Moore, C.M. (2007). 'Fashion clothing – where does it all end up?', International Journal of Retail & Distribution Management, 35(3), pp. 210-216.
- Boff, L. (2016). Sustentabilidade: O que é – O que não é. Petrópolis: Editora Vozes.
- Calefato, P. (2004). The Clothed Body. New York: Berg.
- Collective Fashion Justice (2024). Home. Available at: <https://www.collectivefashion-justice.org/> (Accessed: 10 June 2024).
- Current, E., Elliott, M. and Walsh, H. (2014). A denim story: inspirations from bellbottoms to boyfriends. New York: Rizzoli.
- Design Justice Network (2024). Home. Available at: <https://designjustice.org/> (Accessed: 10 June 2024).
- Fashion Revolution (2024). Brazil. Available at: <https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/> (Accessed: 10 June 2024).
- Filipe Ferreira Ghidetti. «SENNETT, Richard. O artífice», Horizontes Antropológicos, 40 | 2013, 457-460.
- Freire, P. (1996). Pedagogia da Autonomia: Saberes Necessários à Prática Educativa. São Paulo: Paz e Terra.
- Miraftab, M. and Horrocks, A.R. (2007) Ecotextiles: The Way Forward for Sustainable Development in Textiles.
- Papanek, V. (1973). Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. New York: Pantheon Books.
- Sennett, R. (2013). O artífice. Translated by Pedro Sette-Câmara. Rio de Janeiro: Record.

Scharff, C. (2016). 'The Psychic Life of Neoliberalism: Mapping the Contours of Entrepreneurial Subjectivity', *Theory, Culture & Society*, 33(6), pp. 107-122.

Tokatli, N. (2007). 'Assembling the global brand: The emergent market for outside East and Central European fashion design', *Environment and Planning A*, 39(2), pp. 383-397.



# Talenti creativi cercasi: azioni educative e di salvaguardia dei savoir-faire manifatturieri italiani

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.12>

**Bortolotti Nicholas<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli,  
Università IUAV di Venezia,  
nicholas.bortolotti@unicampania.it, nbortolotti@iuav.it*

## Riassunto

Nonostante la crisi degli anni 2000, senza dimenticare i processi di delocalizzazione e la pandemia da Covid-19<sup>1</sup>, la struttura della moda italiana è riuscita a mantenere competenze e know-how, diversificazione dei prodotti e un'eccellente qualità produttiva, sopravvivendo ai costanti e brutali cambiamenti. Attualmente il sistema moda<sup>2</sup> italiano ha numerose sfide da affrontare, tra le quali il reclutamento di una serie di figure professionali necessarie per l'intero processo e la sua sopravvivenza. Queste fondamentali figure professionali risultano particolarmente difficili da individuare, soprattutto nel settore del tessile, della calzatura, della pelletteria e piccola pelletteria. Le motivazioni ricadono principalmente sulla mancanza di candidati<sup>3</sup>, volenterosi di inserirsi all'interno del ricco ecosistema manifatturiero italiano. Quello che emerge, sottolinea una reale necessità di addetti specializzati, fondamentali per

---

1 Se il 2018 ha registrato una crescita (+2,1%) più che doppia rispetto a quella del Pil italiano e un fatturato che ha raggiunto i 55,21 miliardi, con un export del 57% (maggiore che nel 2017). Restano forti preoccupazioni per i prossimi anni legate alle tensioni commerciali internazionali e all'incertezza economica globale. In G. CRIVELLI, *Il tessile-moda rallenta*, *Il Sole 24 ore*, 10 aprile 2019.

2 L'espressione sistema moda incarna una complessa struttura – dalla progettazione alla produzione – che riguarda l'arte di vestire la persona. A valle le industrie tessili, quelle della pelle, delle calzature, dell'occhialeria, della cosmetica ed infine quella legata al mondo dei gioielli. Di conseguenza a monte si possono inserire le filature, le tintorie, i finissaggi, le concerie ed anche le industrie dedite alla produzione di accessori. In Capalbo, C. (Ed.). (2020). *La formazione del sistema moda italiano* (Vol. 1). Edizioni Nuova Cultura, p. 11.

3 Secondo Unioncamere la mancanza di queste figure equivale al 65%, un dato decisamente rilevante considerando il 36% dei casi per mancanza di candidati e per il restante 17% per preparazione inadeguata.

la salvaguardia e la trasmissione di un heritage manifatturiero essenziale per la realizzazione vera e propria di prodotti di moda. Per riuscire a rispondere tempestivamente a questa domanda l'alta formazione universitaria e specializzata, unita alle azioni visionarie dei grandi gruppi francesi del lusso, risultano risorse efficaci, riuscendo a formare e a trasmettere alle nuove generazioni il ricco ventaglio di ruoli e figure che ruotano attorno alla moda.

## **Parole chiave**

Manifattura; savoir-faire; fashion education; IUAV; LVMH.

## 1. Alta formazione

Il sistema moda risulta risorsa fondamentale per tutto il territorio italiano, posizionandosi come quarto paese al mondo per produzione, contribuendo in maniera significativa alle filiere produttive della moda di diversi paesi europei – caso esplicito quello della Francia dove il 6% dell'output di moda francese è realizzato in Italia (Capalbo, 2020). Secondo il sistema informativo Excelsior Unioncamere-Anpal, tra il 2024 e il 2028 il fabbisogno occupazionale della filiera della moda italiana oscillerà tra i 40mila e i 75mila nuovi addetti ai lavori<sup>4</sup>. Questi dati sottolineano la complessa trasformazione del mondo del lavoro sfidando la formazione, la quale plasma e adatta a sua volta i percorsi educativi aggiornandoli. Nel settore della moda le nuove figure professionali richieste sono quelle in grado di sviluppare un linguaggio ibrido e dinamico, facendo dialogare armoniosamente il saper fare artigianale e l'innovazione industriale. La stessa docente e curatrice Maria Luisa Frisa – nella pubblicazione *White book: Imparare la moda in Italia* (2018) – afferma, “La forza della moda sta proprio nella capacità dei suoi operatori di muoversi attraverso le sue diverse aree, modificando il proprio linguaggio i propri strumenti rispetto allo spazio in cui si trovano, a lavorare”. Questa condizione sottolinea la straordinaria capacità nell'adattarsi, nell'individuare nuove soluzioni creative alle problematiche, che inevitabilmente si incontrano durante la progettazione e la realizzazione di oggetti di moda. La sfida che le scuole di moda italiane sono chiamate a rispondere oggi, riguarda una proposta formativa dinamica e di valorizzazione di tutte quelle qualità che hanno reso riconoscibile e prestigiosa l'Italia e i suoi savoir faire, continuando ad essere protagonisti di un sistema esplosivo e cangiante (2018). Le scuole di formazione e le università rappresentano uno dei motori più potenti per l'innovazione di un paese, al loro interno nascono connessioni e confronto, vengono stimolate nuove idee e si concretizzano strumenti utili per affrontare la contemporaneità. Spesso si evidenzia la figura chiave del direttore creativo (Frisa, 2015), evoluzione dello stilista, una personalità squisitamente italiana che emerge negli anni settanta dalla sinergia fra creatività e industria (Volonte, 2008). Questa entità si configura definendo precise direzioni, riuscendo a fondere abilmente lo stile, la produzione e la comunicazione del un brand. Sotto la sua direzione si posizionano numerose figure che abilmente traducono le sue intuizioni e i suoi spunti in progetti veri e propri: i fashion designer. Nonostante la loro rilevanza, l'aspetto interessante riguarda tutte quelle professioni che subentrano una volta che il progetto o la collezione è stata ideata. Ovviamente il direttore creativo rappresenta il cuore pulsante della progettazione sintetica e sofisticata di una collezione di moda, ma il ricco ecosistema specializzato che permette la realizzazione concreta, rimane nascosto seppur meritando invece la giusta considerazione e valorizzazione. All'ombra del direttore creativo e dell'ufficio stile esistono mestieri che necessitano una formazione altissima. Qui trovano spazio gli uffici di ricerca e sviluppo che comprendono, la modelleria, l'ufficio sviluppo prodotto e l'ufficio ricerca e sviluppo materiali, divisioni fondamentali per la restituzione uniforme dei primi

---

<sup>4</sup> Excelsior Unioncamere, (senza data). *PREVISIONI DEI FABBISOGNI OCCUPAZIONALI E PROFESSIONALI IN ITALIA A MEDIO TERMINE (2024-2028)*. [Consultato il 13 giugno 2024]. Disponibile da: [https://excelsior.unioncamere.net/sites/default/files/pubblicazioni/2024/report\\_previsivo\\_2024-28.pdf](https://excelsior.unioncamere.net/sites/default/files/pubblicazioni/2024/report_previsivo_2024-28.pdf)

prototipi tridimensionali e reali. Una volta che il prototipo è stato validato, altri uffici e altri addetti proseguono il processo, nello specifico gli uffici acquisti, la produzione, il controllo qualità e il marketing. Queste fondamentali professioni rappresentano una sfera difficilmente considerata ma fondamentale per tutto il processo. Mai come in questo momento, sono proprio questi addetti che il mercato ricerca e con difficoltà sta individuando. La resistenza e diffidenza verso queste professioni viene anche dagli studenti di moda che invece prediligono ed ambiscono a raggiungere posizioni, che nella concezione comune, sono considerate superiori e più creative. Gli uffici stile dei vari brand si posizionano nelle varie capitali della moda aumentando l'*allure* del sogno del creativo, ma che spesso si rivela una distorsione della realtà e dove si fatica ad arrivare a fine mese. Riuscire dunque a trasmettere alle nuove generazioni la sfaccettatura dei vari mestieri della moda risulta una condizione essenziale. Questo presupposto viene rafforzato dalla struttura del territorio italiano, vantando una diffusa rete di distretti manifatturieri, i suoi addetti specializzati che si relazionano con la creatività e l'innovazione, sapendo rispondere prontamente alle esigenze dei direttori creativi e designer. Proprio in questi spazi manifatturieri, da qui ai prossimi cinque anni, servirà un numero significativo di figure professionali capaci di rispondere ad un naturale cambio generazionale del mondo del lavoro. Queste posizioni sono soggette a preconcetti legati alla posizione provinciale e periferica dei distretti manifatturieri, senza dimenticare il pregiudizio comune di considerare questi luoghi come una fabbrica e la sua conseguente assenza di creatività. Nella realtà delle cose invece in questi luoghi la creatività e la predisposizione al problem solving risultano una costante che esprime talento, dinamicità e creatività. La sfida attuale riguarda quindi il reclutamento di figure ibride che sappiano dialogare con la creatività progettuale e i processi manifatturieri industriali senza dimenticare l'appropriazione di tecnologie digitali e sostenibili. Per queste ragioni il contributo individua due casi emblematici capaci di sottolineare ed esplicitare azioni formative efficaci in risposta a questa esigenza. Prima fra tutti l'Università IUAV di Venezia e il suo corso di laurea triennale in moda, come virtuoso esempio e modello formativo di qualità e attento alle esigenze del sistema della moda italiana e globale. Infine i grandi gruppi francesi del lusso – nello specifico il gruppo LVMH – sviluppando azioni di coinvolgimento delle nuove generazioni attirandole verso i luoghi manifatturieri (Chevalier, Mazza-lovo, Nutini, 2021).

## 2. Università IUAV di Venezia

Esistono alcune eccellenze universitarie come il corso di laurea in design della moda dell'Università IUAV di Venezia – attivo dal 2005 –. Questo caso rappresenta un esempio emblematico proponendo un modello formativo esemplare e di valore. La relazione tra moda e il suo insegnamento rappresenta una dimensione estremamente peculiare, soprattutto in Italia. Infatti tendenzialmente, la formazione di moda è spesso assegnata ad istituti privati, mentre i corsi di laurea nelle università statali scarseggiano (Monti & Sargentini, 2018). La motivazione di questa tendenza risiede nel faticare a riconoscere la moda come una disciplina accademica effettiva poiché manca di una propria autonomia, venendo inglobata all'interno del settore disciplinare

del design industriale (Lupano, 2014, pp. 10-11). Questa condizione ostacola e penalizza l'evoluzione di questa disciplina. La testimonianza però, dello IUAV sottolinea la straordinaria visione della sua fondatrice – Maria Luisa Frisa – contribuendo attivamente nel valorizzare la moda e la sua trasmissione democratica all'interno del contesto universitario. Anche nel campo della ricerca, la presenza di dottorati specifici in fashion design, sottolinea il suo impegno nel costruire opportunità attorno alla cultura del progetto di moda e la sua trasmissione. Questa importante questione poi, lascia spazio alla necessità di ripensare e sviluppare strategie funzionali che mettano in relazione il contesto manifatturiero, i designer e le nuove generazioni. Queste suggestioni sono state gli argomenti di un seminario collettivo e poi di un libro, *Insegnare il design della moda* – curato dai professori Mario Lupano e Alessandra Vaccari (2014), che ha visto come protagonisti una serie di docenti, ricercatori e collaboratori esterni, tutti impegnati nell'esprimere e testimoniare l'importanza dell'educazione universitaria della moda in Italia. Due anni dopo Maria Luisa Frisa – assieme al docente e ricercatore Gabriele Monti e il ricercatore Saul Marcadent – pubblicano *Desire and Discipline: Designing Fashion at IUAV* (2016), un contributo che celebra e traccia i primi dieci anni del corso di laurea e del suo straordinario modello formativo. Il successo del corso di laurea in moda dello IUAV va individuato nell'approccio polifonico (Monti, 2020) del progetto di moda e della sua struttura, che abilmente fonde la conoscenza teorica con quella pratica dei laboratori. Questa sinergia mette in luce un luogo protetto dove sperimentare varie modalità progettuali. “Si può sperimentare il lavoro individuale o quello collettivo; si svolgono esercizi che richiedono il confronto con testi e riflessioni teoriche, che spaziano dalla storia della moda, all'editoria, alla curatela, alla cultura visuale; ci si confronta con interlocutori esterni, con il mondo aziendale.” (Monti, 2020). Appaiono dunque centrali i laboratori, luoghi dove gli studenti si sporcano le mani, selezionando ed affinando tecniche – dalla modellistica, alla presa di coscienza delle diversità dei materiali, dalla progettazione di un tessuto fino alla confezione di un capo –, familiarizzando con codici estetici e relativi significati, un lungo processo che porta alla sintesi e alla restituzione finale di un progetto di moda completo. Questa dinamica viene arricchita dalla presenza di professionisti del settore, i quali condividono con gli studenti le loro conoscenze progettuali ed esperienze lavorative, stimolando ed accumulando conoscenze pratiche spendibili all'interno di realtà aziendali. Il virtuosismo dei laboratori viene esplicitato dalla presenza e dalla docenza di designer e aziende che vivono il ricco contesto industriale nazionale. Il costante confronto permette agli studenti di interagire ed esplorare la propria creatività, arricchire le loro competenze ma senza perdere di vista la realtà e le richieste che la moda ha la necessità di colmare. Il modello formativo che si disegna fornisce allo studente un strumento complesso e flessibile, capace di destreggiarsi all'interno del settore moda e potenzialmente ricoprire diversi ruoli. Un altro aspetto riguarda *Fashion at IUAV*, la sfilata di chiusura dell'anno accademico, che ogni anno vede come protagoniste le migliori collezioni, progettate e realizzate dagli studenti della triennale e della magistrale in design della moda. Questo evento rappresenta un momento conclusivo del percorso e la sua restituzione al grande pubblico. Sempre Monti aggiunge “Oggi, le sfide che l'attuale situazione ci impone sono – per la nostra comunità di studenti, docenti e stakeholder

esterni – l'occasione per innescare un ripensamento condiviso delle nostre attività e delle forme che la cultura della moda può assumere all'università.”(2020) Durante la sua longeva presenza il corso di laurea in moda dell'Università IUAV di Venezia ha collezionato numerosi successi, esplicitati dai suoi studenti e dai loro risvolti lavorativi. La vastità di competenze e duttilità trasmessa a Venezia, ha portato i talenti ad auto-definirsi, trovando un personale spazio nel sistema della moda. L'aspetto interessante riguarda anche la diversità di ruoli che questi giovani creativi stanno ricoprendo. Partendo dall'ex-studente, Stefano Gallici, il quale a giugno del 2023 viene nominato direttore creativo del brand Ann Demeulemester. Dopo solamente tre anni come menswear designer della Maison, assume un ruolo di prestigio presentando la sua prima collezione nel settembre dello stesso anno, durante la fashion week di Parigi. Un altro esempio virtuoso è rappresentato da Erika Marini, la quale si avvicina con passione alla maglieria durante il lockdown. Questo momento rimane fondamentale poiché utilizza le conoscenze progettuali – acquisite dal suo percorso universitario – individuando una personale sperimentazione nell'ambito della maglieria, portandola verso una dimensione maggiormente manuale e specializzata. Questa trasformazione ha portato la giovane designer verso una continua evoluzione creativa sperimentale, iniziando a collezionare progetti per il suo portfolio. La volontà e il desiderio di approfondire questa dimensione l'ha vista collaborare con realtà artigianali e maglifici del Veneto. Le esperienze acquisite le hanno permesso l'arricchimento di una serie di conoscenze tecniche e specifiche – dalla programmazione, alla tessitura, dalla ricerca e analisi dei punti, fino ai ricami e al rammendo –. La passione che Erika Marini scopre nella maglieria la porta ad ottenere il suo primo ruolo di Handknitwear Specialist per un importante gruppo del lusso. La sua esperienza professionale e il suo interesse verso la progettualità manifatturiera, l'hanno portata ad individuare da un lato, l'importanza di preservare il ricco heritage di magliaie specializzate ancora presenti in Italia, allo stesso tempo la difficoltà nell'addentrarsi in contesti sociali periferici e poco attrattivi. Nonostante questi aspetti, riconosce la sfida di abbattere questa barriera per mettersi alla prova e coltivare l'apprendimento di queste preziose conoscenze, ottenendo una completa maturazione professionale. Percorso diverso ma altrettanto rilevante, riguarda Marta Franceschini, la quale – dopo aver conseguito un dottorato di ricerca presso l'Università IUAV – si inserisce nel mondo della ricerca scientifica di moda e della curatela. Le sue brillanti competenze l'hanno vista membro del team curatoriale di diverse mostre<sup>5</sup>, sicuramente un lavoro significativo riguarda la mostra *Fashioning Masculinities: The Art of Menswear* al V&A di Londra nel 2022. Questo progetto espositivo risulta centrale e fondamentale, ponendo al centro della riflessione il concetto di mascolinità relazionata alla moda e ai suoi significati (Di Drusco, 2022). Il suo impegno continuo la vede attiva nella promozione e nella divulgazione della cultura della moda attraverso convegni internazionali ed atti curatoriali. Queste testimonianze dimostrano l'efficacia del modello formativo proposto dal corso di laurea in design della moda dell'Università

<sup>5</sup> Nello specifico ha lavorato a diverse mostre di successo, tra cui *Italiana: Italy through the Lens of Fashion 1971-2001, Il Maschile: Androgynous Mind Eclectic Body* presso la Gucci Garden Galleria. Senza dimenticare le numerose collaborazioni con archivi di brand come Versace e Zegna, fino alla creazione dell'archivio digitale Giorgio Armani presso Armani/Silos.

IUAV di Venezia. L'impegno costante dei docenti unito alla appropriazione di conoscenze degli studenti, permette la creazione di un processo di valore riconosciuto e richiesto dal mercato del lavoro nel settore della moda. I casi proposti illustrano un'attitudine professionale versatile, capace di trovare il proprio spazio nel modo della moda.

### 3. LVMH

Il grande colosso del lusso francese LVMH, dal 2014 si impegna proponendo azioni concrete sia nella salvaguardia di savoir-faire artigianali e manifatturieri del mondo, sia attivando strategie di reclutamento di tutte quelle figure professionali altamente specializzate, fondamentali per tutti i suoi brand. All'interno del contesto italiano, il gruppo promuove una serie di progetti che hanno l'obiettivo di rintracciare e trasmettere lo stretto legame che unisce artigianato, manifattura e Maison del lusso. Questa attenzione risulta interessante, poiché esplicita il riconoscimento del valore e della ricchezza di un heritage formato da know-how e competenze tutte da salvaguardare. Le loro azioni sono giustificate riconsiderando quei mestieri che permettono la messa a fuoco della catena di valore, delle eccellenti materie prime arrivando alla produzione stessa. Per questa loro essenziale funzione LVMH nel 2014 crea il progetto *ME – Métiers d'Excellence* – dove convogliano tutti quei mestieri che presuppongono una mescolanza di saperi tecnici e l'attitudine creativa e personale. Il progetto si pone diversi obiettivi, primo fra tutti, il desiderio di raggiungere le nuove generazioni e i loro talenti, iniziando così un processo di trasmissione di know-how necessari per i brand di moda. Lo scouting di questi nuovi talenti permette non solo la trasmissione di mestieri d'eccellenza, ma soprattutto fornisce l'occasione di mostrare il ricco heritage artigianale e manifatturiero italiano. Il direttore di ME, Alexandre Boquel racconta la nascita di questo progetto come una personale intuizione di Bernard Arnault<sup>6</sup>, il quale si interroga su quali strategie poter utilizzare per comunicare l'esistenza e la richiesta di mestieri specializzanti e così fondamentali per tutte le Maison del gruppo. Queste riflessioni si uniscono anche all'importanza delle filiere, garantendo la loro tutela e perdurabilità nel futuro. Tali operazioni sottolineano una questione fondamentale, sensibilizzando la trasmissione e la custodia dei savoir-faire e mestieri così unici nel contesto italiano. Allo stesso tempo avvicinare le nuove generazioni verso i luoghi manifatturieri, rendendo visibile la quantità di creatività richiesta anche in questo settore, abbattendo rigidi pregiudizi legati all'idea della fabbrica. "C'è da creare una nuova filiera di talenti, e per farlo è necessario combattere il luogo comune secondo il quale un lavoro manuale non possa portare al successo. Con le nostre iniziative vogliamo raccontare che in questi mestieri ci sono persone piene di passione che raggiungono traguardi eccezionali" (Padovan, 2023), sono queste le parole di Boquel nel sottolineare il grande impegno del gruppo nel combattere i bassi livelli occupazionali del settore manifatturiero. Lo scouting continuo di nuovi addetti rimane una prerogativa essenziale per garantire il futuro delle Maison del lusso ma ancor più importante per preservare le filiere

---

<sup>6</sup> Bernard Arnault è Presidente e CEO di LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton, gruppo leader internazionale nel settore del lusso.

manifatturiere italiane. La grande sfida riguarda la costruzione di nuove visioni legate ai luoghi manifatturieri e i mestieri legati a questi ambiti, percepiti e considerati minori. L'impegno del gruppo verso continui progetti, vede anche la creazione dell'*IME – Institut des Métiers d'Excellence* –, uno spazio che celebra il ruolo fondamentale dell'apprendistato, come forma virtuosa per la trasmissione di competenze professionali e di sviluppo dei *savoir-faire*, coinvolgendo i già affermati addetti specializzati dei vari brand. Chantal Gaemperle<sup>7</sup> sottolinea, "Tutti i dipendenti del gruppo sono impegnati per la conservazione e l'arricchimento del suo patrimonio, e tutti sono quindi orgogliosi di contribuire a questa originale iniziativa"<sup>8</sup>. Il programma di formazione proposto trova spazio in Italia dal 2017, coinvolgendo direttamente le aziende e i suoi addetti ma arrivando anche alle scuole e ai centri di formazione. Nello specifico in Italia il programma collabora con l'Accademia di Alta Sartoria Massoli di Casperia, l'Accadémie du Savoir-Faire Berluti x Centoform, l'Accademia dei Mestieri Loro Piana e il Politecnico Calzaturiero di Vigonza (Beghelli 2021). Il modello formativo proposto offre percorsi specialistici nel settore della pelletteria, della calzatura, dell'oreficeria fino alla vendita. L'IME e il gruppo esplicitano la loro decisiva presenza e le loro attive azioni nello sviluppare e accrescere le opportunità occupazionali delle nuove generazioni di creativi, riqualificando le regioni manifatturiere italiane. Infine un'altra iniziativa proposta riguarda il tour *You&Me*<sup>9</sup> – in Italia dal 2023 – inserendosi in diverse città, rappresenta un'ulteriore azione sociale tesa all'inserimento e al reclutamento di giovani creativi nei programmi formativi dei ME e dell'IME. L'evento permette la scoperta sia dei corsi di formazione, sia le opportunità lavorative che LVMH ricerca per i suoi brand. Infine questo tour rappresenta anche l'occasione per tessere incontri e relazioni con esperti specializzati dei vari mestieri, trasmettendo la loro sentita passione. Le azioni viste fino ad ora rappresentano solamente alcuni esempi del corposo impegno che il gruppo del lusso francese attua in Italia e nel mondo. La visionaria attenzione verso la salvaguardia dei *savoir-faire* italiani unita all'impegno di ricercare e formare nuovi addetti creativi, rappresentano un segnale importante e fondamentale per il futuro della moda.

#### 4. Conclusioni

Consolidata la fondamentale figura del direttore creativo, appare cruciale l'urgenza di esplicitare tutte quelle entità professionali che concretizzano le idee creative in oggetti altamente sofisticati e di valore. Il contributo ha permesso la messa a fuoco di una reale necessità di individuare ed esplicitare un ventaglio di figure altamente specializzate. Il dato sconcertante emerso—ovvero l'assenza di candidature verso opportunità lavorative nella manifattura—rimane smaccatamente rilevante. Le previsioni future appaiono nitide sottolineando l'importanza di intraprendere

<sup>7</sup> Chantal Gaemperle Group Executive Vice President, Human Resources and Synergies.

<sup>8</sup> Di Redazione, "LVMH: L'Institut des Métiers d'Excellence", in *VogueWorld Paris*, 02 luglio 2014, <https://www.vogue.it/magazine/notizie-del-giorno/2014/07/lvmh-l-institut-des-metiers-d-excellence>

<sup>9</sup> Il tour "You&ME" si è svolto in tre città italiane, dal 5 aprile al 7 maggio 2023: a Firenze il 5 e 6 aprile 2023 al Tepidarium del Roster (Giardino dell'Orticoltura), a Padova il 24 aprile 2023 al Centro Culturale Altinate San Gaetano per finire il 7 maggio 2023 a Napoli, presso Made in Cloister.

operazioni attive, tanto nella comunicazione efficace della necessità di queste figure, quanto nella formazione e trasmissione del ricco heritage di tecniche e conoscenze che meritano di essere salvaguardate e protette, combattendo il rischio della loro tragica perdita. Lo scenario che emerge porta in superficie questioni complesse, soffermandosi sulle strategie da adottare come risoluzione delle necessità del mercato e delle esigenze dei brand, concentrandosi sull'avvicinamento delle nuove generazioni verso la manifattura. Queste operazioni hanno lo scopo di individuare figure professionali capaci di inserirsi in contesti manifatturieri della moda italiana, rispondendo ad un concreto bisogno che è il mercato stesso a richiedere. La sensibilità del tema esplicita l'importanza delle competenze dei professionisti del settore come capitale culturale immenso, permettendo di trasformare la forza produttiva della moda in industria culturale (De Benedittis, 2002) evolvendosi continuamente. Per queste ragioni i casi studio proposti – il corso di laurea in moda dell'Università IUAV di Venezia e le iniziative proposte dal gruppo LVMH – testimoniano la volontà di raggiungere le nuove generazioni riuscendo ad appassionarle al progetto di moda e alle sue infinite sfaccettature professionali. La riflessione proposta ha evidenziato, attraverso uno scatto del presente, una situazione dove l'alta formazione rappresenta una via possibile capace di abbattere pregiudizi legati alla dimensione manifatturiera e ai suoi ruoli. Contemporaneamente il contributo rappresenta anche l'occasione per interrogarsi sui risultati futuri e concreti di queste azioni. Si rafforza così la necessità di monitorare queste azioni, confermando o meno i risultati attesi, lasciando aperta la sperimentazione di nuove forme efficaci.

## Bibliografia

- Beghelli C. (2021). *Lvmh punta ancora sui mestieri d'eccellenza, con un nuovo programma per farli conoscere e scegliere*. In: Il Sole 24 Ore [online]. 26/07/2021. (Consultato il 13/06/2024). Disponibile in: <https://www.ilsole24ore.com/art/lvmh-punta-ancora-mestieri-d-eccellenza-un-nuovo-programma-farli-conoscere-e-scegliere-AEOPEMZ>
- Capalbo, C. (2020). *La formazione del sistema moda italiano* (Vol. 1). Edizioni Nuova Cultura, p. 11.
- Chevalier, M., Mazzalovo, G., Nutini, G. (2021). *Luxury brand management: una visione completa sulla natura e la gestione del settore del lusso ai tempi del digitale e della sostenibilità*. Milano: Franco Angeli.
- Crivelli, G. (2019). Il tessile-moda rallenta. In: Il Sole 24 Ore [online]. 10/04/2019. (Consultato il 13/06/2024). Disponibile in: <https://www.ilsole24ore.com/art/il-tessile-moda-rallenta-il-primo-semester-si-prevede-crescita-dimezzata-11percento-rispetto-all-intero-2018-21percento-ABQzX2mB>
- Di Drusco F. (2022). "Fashioning Masculinities: the art of menswear" al Victoria & Albert Museum di Londra. In L'Officiel Italia [online]. 18.03.2022. (Consultato il

13/06/2024). Disponibile in: <https://www.lofficielitalia.com/uomo/fashioning-masculinities-the-art-of-menswear-mostra-victoria-albert-museum-londra>

Di Redazione (2014). "LVMH: L'Institut des Métiers d'Excellence", in *VogueWorld Paris* [online]. 02/07/2014. (Consultato il 13/06/2024). Disponibile in: <https://www.vogue.it/magazine/notizie-del-giorno/2014/07/lvmh-l-institut-des-metiers-d-excellence>

De Benedittis, M., (2002). *Creare, produrre, comunicare: le mille professioni della moda*, in *Le trasformazioni del mercato del lavoro e le politiche per l'occupazione in provincia di Milano. Rapporto 2001*, Milano, FrancoAngeli, p. 27.

Excelsior Unioncamere, (senza data). PREVISIONI DEI FABBISOGNI OCCUPAZIONALI E PROFESSIONALI IN ITALIA A MEDIO TERMINE (2024-2028). (Consultato il 13 giugno 2024). Disponibile in: [https://excelsior.unioncamere.net/sites/default/files/pubblicazioni/2024/report\\_previsivo\\_2024-28.pdf](https://excelsior.unioncamere.net/sites/default/files/pubblicazioni/2024/report_previsivo_2024-28.pdf)

Frisa, M. L. (2022). *Le forme della moda: Cultura, industria, mercato: dal sarto al direttore creativo*. Bologna, Il Mulino.

Frisa, M. L., a cura di, (2018). *White book. Imparare la moda in Italia*. Venezia, Marsilio.

Lupano, M. (2014). *Imparare il design della moda: un processo relazionale*. In: M. Lupano, A. Vaccari, *Insegnare il design della moda*, Roma: Aracne, pp. 8-15.

Lupano M., Vaccari A. (2014). *Insegnare il design della moda*, Roma: Aracne, pp. 8-15.

McKever R., Wilcox C., Franceschini M. (2022). *Fashioning Masculinities: The Art of Menswear*. Londra: V&A Publishing.

Monti, G., Sargentini, M. (2018). *Exploring the boundaries between theory and practice in Fashion Design at IUAV University of Venice: The case of U/U/U*. *International Journal of Fashion Studies*, pp. 181-195.

Monti G. (2020). *IUAV moda*, in Sbordone M. A. (2020). *DISCRONIE. La moda oltre i fenomeni del contemporaneo* (Vol. 1). LIStLab, pp. 6-257.

Padovan G. (2023). *Alexandre Boquel: "Va creata una nuova filiera di talenti"*, in *La Repubblica* [online]. 20/03/2023. (Consultato il 13/06/2024). Disponibile da: [https://www.repubblica.it/dossier/economia/italian-quality/2023/03/20/news/alexandre\\_boquel\\_va\\_creata\\_una\\_nuova\\_filiera\\_di\\_talenti-392204498/](https://www.repubblica.it/dossier/economia/italian-quality/2023/03/20/news/alexandre_boquel_va_creata_una_nuova_filiera_di_talenti-392204498/)

Volonte, P. G. (2008). *Vita da stilista. Il ruolo sociale del fashion designer*. Milano, Bruno Mondadori.

# Abordagem da ergonomia em cursos de Design de Moda: uma revisão

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.13>

**Tayane Caroline Fiametti Camera<sup>1</sup>, Caelen Teger da Silva<sup>2</sup>,  
Maria Lúcia Leite Ribeiro Okimoto<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> *Universidade Federal do Paraná, tayanecamera@ufpr.br,*

<sup>2</sup> *Universidade Federal do Paraná, caelen@ufpr.br,*

<sup>3</sup> *Universidade Federal do Paraná, lucia.demec@ufpr.br*

## Resumo

Este artigo busca entender como a ergonomia é abordada durante o ensino em cursos superiores de design de moda. Para isso, foi realizada uma revisão bibliográfica sistemática com as palavras-chave: “ergonomia”, “ensino” e “design de moda”. Dentre os resultados, seis artigos atendiam aos critérios de abordar o ensino de ergonomia na moda e indicam uma lacuna de pesquisa a ser explorada.

## Palavras-chave

Ergonomia; design de moda, ensino, revisão bibliográfica sistemática.

## 1. Introdução

A Ergonomia é o estudo da interação entre o ser humano, seu trabalho, ambiente e máquinas e busca investigar e solucionar problemas que surgem desse processo (IEA, 2000), uma das interfaces diretamente ligadas ao conforto e à facilidade humana de realizar movimentos é a roupa (Martins, 2008). Para Theis et al. (2020), é necessário compreender o corpo humano e suas dimensões para o desenvolvimento de produtos do vestuário.

A ergonomia se divide em três áreas: a ergonomia física, a ergonomia cognitiva e a ergonomia organizacional. A ergonomia física abrange os fatores da anatomia humana, antropometria, fisiologia e biomecânica. A ergonomia cognitiva compreende os processos mentais: aprendizagem, memória, raciocínio, percepção e resposta motora. Já a ergonomia organizacional tem o foco na otimização de sistemas sociotécnicos. Essas três áreas podem tanto ser empregadas de forma individual quanto combinadas.

Na moda, a ergonomia começou a ser um assunto recorrente com o início da produção em massa e das roupas *Ready to wear* (ou prontas para vestir). Até então, as roupas eram produzidas artesanalmente por costureiras ou alfaiates que trabalhavam diretamente com as medidas do consumidor final (Raji et al, 2021). A produção em massa de vestuário teve início para atender à demanda de uniformes dos exércitos (Iida, 2005; Pheasant, 2005; Silva, 2020) na necessidade de criar padrões de medidas e vestimentas que abranjam as diversidades de corpos encontradas entre os soldados.

Dessa forma, a antropometria contribui através do estudo e sistematização de medidas corporais, viabilizando tabelas antropométricas a partir de dados estatísticos de uma determinada população (Iida, 2005; Pheasant, 2005). O desenvolvimento de tabelas antropométricas também advém da necessidade da implantação desse processo no qual os corpos são padronizados no que diz respeito às medidas e morfologia, agrupando os percentis em faixas de diferentes tamanhos (Silva, 2020). Uma das principais aplicações é a criação e a produção de uniformes (Pheasant, 2005).

O ensino de ergonomia na área de moda tem um papel crucial, não apenas no desenvolvimento do produto em si, mas também na compreensão das proporções e dimensões do corpo e sua relação com o vestuário através de estudo ao longo do tempo (Pheasant, 2005). A interação do corpo com o vestuário abrange uma série de fatores que a tornam complexa: dimensões, vestibilidade, morfologia, toque, cor, textura, acessórios, resistência térmica, materiais, entre outros. Sob a ótica da Ergonomia, sua aplicabilidade no desenvolvimento de produtos de moda e a forma como os conceitos são apresentados nos cursos de design de moda levam à seguinte pergunta: como a ergonomia é abordada nos cursos para o desenvolvimento de produtos do vestuário?

Considerando a interação que a roupa tem com o corpo durante as atividades diárias e o preceito de que o vestuário não deve causar algum tipo de estresse físico ou psicológico ao usuário, é esperado que os conceitos de ergonomia estejam intrínsecos

no processo de formação dos designers de moda de forma eficaz. Logo, é necessário o estudo e a compreensão dos aspectos da ergonomia nos cursos de design de moda. O presente artigo tem como objetivo compreender como a ergonomia vem sendo inserida nos cursos de design de moda e quais são os conceitos aplicados.

## 2. Método

No presente estudo, foi utilizada a Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS), um método sistemático que confere maior credibilidade à pesquisa e cuja adoção diminui a possibilidade de que um estudo relevante seja desprezado durante o levantamento dos trabalhos já publicados. Para a realização desta RBS, foi utilizado como referência o roteiro descrito por Santos (2018). A seguir, são descritas as fases da revisão e suas respectivas etapas.

### 2.1. Fase 1: Entrada

Na primeira fase, foram realizadas as etapas de planejamento da revisão. Na primeira etapa, foi definido o problema de pesquisa, formulado na forma da pergunta. No caso deste estudo, a questão a ser respondida é: como a ergonomia é abordada nos cursos de design de moda?

A segunda etapa consistiu na definição do objetivo da pesquisa, que foi o de investigar e entender como os conceitos da ergonomia são apresentados durante a formação de novos designers de moda. Em seguida, realizou-se a busca por fontes primárias, que ajudaram a definir as palavras-chave. Como essa busca é exploratória, tomou-se então um viés assistemático. Para estas situações exploratórias, recomenda-se, para maior confiabilidade, a consulta do tema também com especialistas da área (Conforto, Amaral & Silva, 2011).

O próximo passo compreendeu a definição das *strings* de busca. Foram escolhidas as *strings*: “Ensino, Ergonomia e Design de Moda”; “Ensino, Ergonomia e Vestuário”; “Ergonomics, Fashion Design e Education” e “Ergonomics, Fashion Design e Method”. Por fim, foram definidos os critérios de inclusão e de qualificação, considerando-se a aderência ao tema, selecionando-se apenas os periódicos revisados por pares, finalidade desta pesquisa e os artigos mais recentes que foram publicados nos últimos cinco anos.

### 2.2. Fase 2: Processamento

A fase de processamento contempla a busca nas bases de dados em si. As bases de dados selecionadas foram o Portal de Periódicos da Capes e Scopus. Também foram conduzidas buscas em periódicos brasileiros específicos da área da moda: *Modapalavra E-Periódico*, *Projetica* e os *Anais do Colóquio de Moda* do Brasil. Os artigos encontrados são submetidos a três filtros de seleção. No primeiro filtro foi realizada a leitura do título, do resumo e das palavras-chave. O segundo filtro incluiu a leitura do

capítulo da introdução e de conclusão, além dos elementos já contidos no primeiro filtro. No terceiro filtro, realizou-se a leitura completa do artigo para então selecionar os artigos para análise.

Após a pesquisa das palavras-chave nas bases de dados selecionadas, cada item foi refinado de acordo com o objetivo da pesquisa a partir da premissa: “encontrar artigos que tratam da abordagem da ergonomia nos cursos de design de moda”. O quantitativo de artigos selecionados de acordo com as suas respectivas combinações de palavras-chave estão descritos na tabela 1.

**Tabela 1**

Quantitativo resultante do protocolo adotado na Revisão Sistemática.

Strings	Base de Dados	Resultados	Filtro 1	Filtro 2	Filtro 3
“ensino”, “ergonomia”, “design de moda”	Capes	5	5	3	2
“ergonomics”, “fashion design”, “education”	Capes	15	4	2	0
“ergonomics”, “fashion design”, “method”	Capes	95	8	2	0
“ergonomics”, “fashion design”, “education”	Scopus	352	21	4	4
“ergonomia”	Anais do Colóquio de Moda	9	3	2	1
“ergonomia”	Projética	70	14	3	1
“ergonomia”	Modapalavra e-periódico	19	3	2	1
<b>Total</b>		<b>565</b>	<b>58</b>	<b>18</b>	<b>9</b>

Para a busca nos arquivos dos *Anais do Colóquio de Moda* e nas revistas *Projética* e *Modapalavra*, optou-se pelo uso de apenas uma *string*, para ampliar o escopo, evitando que algum artigo não fosse listado. Assim, a verificação de adequação com os outros temas foi realizada a partir da leitura do título, resumo e palavras-chave do artigo. A base de busca das revistas propiciou uma busca rigorosa.

Apesar de muitos artigos serem exibidos nas buscas com as palavras-chave, poucos respondiam aos critérios da revisão. Ao término do processo foram selecionados nove artigos que atenderam à temática para leitura e análise. Nas buscas nos periódicos *Projética*, *Modapalavra e-periódico* e nos *Anais do Colóquio de Moda* do Brasil, o critério de tempo foi flexibilizado para que alguns artigos fossem inseridos na análise. É possível verificar quais artigos foram incluídos conferindo o ano de publicação do artigo na Tabela 2.

### 3. Resultados e análise

Foram selecionados nove trabalhos que abordam a ergonomia nos cursos de design de moda ou trazem alguma contribuição para o assunto. No entanto, a leitura dos demais artigos do segundo filtro trouxe uma percepção notável: a ergonomia no

âmbito da moda é muito mais explorada nos aspectos da antropometria aplicada na modelagem do vestuário (Avadanei et al, 2022; Donmezer et al, 2023; Liu et al, 2019; Longo et al, 2021; Wang et al, 2023; Hokka, 2024; Kim, 2019; Lagè, 2019; Liu et al, 2022; Nicklaus et al, 2023; Tan et al, 2024; Wang et al, 2022; Yüksel & Bulut, 2019; Alves & Mesquita, 2022; Theis et al, 2020).

Alguns artigos encontrados na pesquisa também tratam da vestibilidade e usabilidade (Lee et al., 2020; Li & Srinivas, 2023; Godoy et al., 2019; Marteli et al., 2024; Tagliaro & Nickel, 2020; Gomes et al., 2021) e sobre a ergonomia do espaço de trabalho (Seidu et al., 2024; Scoz & Moura, 2023). É possível conferir os artigos selecionados listados na Tabela 2.

Ano	Autores	Título
2017	Gonçalves	O Ensino de Ergonomia em um Curso de Design de Moda
2022	Junior et al	Ergonomia, moda e vestuário: uma análise sistemática de artigos publicados em periódicos brasileiros
2021	Raji et al	Ergonomics in fashion engineering and design–Pertinent issues
2022	Li; Fu	The Application of Practical Clothing Design Method in the Teaching of Clothing Specialty
2023	Lee et al	Cyclic inclusive fashion design process based on an FEA model for inclusive fashion education
2024	Lee et al	Persona/scenario (P/S) toolkit enhancing inclusive fashion design education
2021	Suris et al	A inserção do design universal e disciplinas correlacionadas nas instituições de ensino superior em design no Brasil: um panorama geral obtido por meio dos sites institucionais
2017	Menezes	As metodologias ativas e o ensino de Ergonomia
2022	Varnier; Merino	Ergonomia e vestuário: revisão sistemática da literatura sobre a utilização da Ergonomia no processo de desenvolvimento do produto de vestuário

**Tabela 2**

Resumo dos artigos selecionados para análise.

Dentre os artigos selecionados ao final das três etapas da revisão sistemática, seis abordaram os três eixos do objetivo da pesquisa: ergonomia, ensino e design de moda. Raji et al (2021) defendem a necessidade de um *framework* organizado para ensino e pesquisa de ergonomia, dividido em três campos: as três áreas da ergonomia (física, cognitiva e organizacional), os cinco aspectos da ergonomia (segurança, conforto, usabilidade, produtividade e estética) e antropometria e biomecânica. Li e Fu (2022) propõem um software de apoio para o ensino em cursos de design de moda, auxiliando alunos que não possuem habilidades artísticas a representar suas ideias e otimizando o trabalho dos professores. A ferramenta integra o uso de softwares de modelagem 3D, inserindo assim os conceitos ergonômicos ainda na etapa de desenvolvimento.

Os dois artigos mais recentes: “Cyclic inclusive fashion design process based on an FEA model for inclusive fashion education” (Lee et al, 2023) e “Persona/scenario (P/S) toolkit enhancing inclusive fashion design education” (Lee et al, 2024) se referem à mesma pesquisa e compartilham autores em comum. Tratam do desenvolvimento de

uma metodologia de ensino de design inclusivo com o uso do aprendizado baseado em projetos e a criação de uma persona e cenário para aplicação dos conceitos. O método utiliza recursos de modelagem e prototipação em ambiente 3D para a etapa de concepção e geração de alternativas, possibilitando assim a avaliação do vestuário em corpos diversos. Outra premissa da pesquisa é o desenvolvimento de vestuário inclusivo que atenda às tendências de moda e preferências estéticas do público simulado, que, segundo o levantamento bibliográfico dos autores, é ignorado durante o processo de desenvolvimento de vestuários inclusivos, priorizando apenas atender às necessidades específicas relacionadas à deficiência ou outras limitações físicas.

Os outros dois artigos que entrelaçam os temas ergonomia, ensino e design de moda são de uma mesma autora brasileira e foram publicados em 2017. Um deles descreve a disciplina de ergonomia em uma instituição de ensino superior, apresentando o conteúdo programático e as atividades avaliativas. O outro artigo descreve a aplicação de metodologias ativas na disciplina de ergonomia do mesmo curso.

Em relação a aplicação da ergonomia no processo de desenvolvimento de produto de vestuário, Varnier e Merino (2022) levantaram que o Brasil é o país com mais publicações sobre o tema, seguido de Portugal, Suécia, China e Reino Unido. Junior et al. (2022), ao investigarem os principais periódicos de moda e design brasileiros para identificar publicações sob o eixo ergonomia, moda e vestuário, concluem que o volume de artigos sobre o tema – 23 artigos foram analisados na pesquisa – é consideravelmente menor em comparação com outros assuntos publicados.

O trabalho de Suris et al. (2021) analisa as matrizes curriculares dos cursos de design das IES brasileiras a fim de mapear a inserção do design universal nos cursos de ensino superior. Os autores concluíram que o design universal ainda está sendo implementado lentamente, prevalecendo disciplinas como ergonomia, *ergodesign* e variantes.

Dentre os artigos identificados, observou-se uma parte significativa destes que tratam do uso de tecnologias, tais como: uso de inteligência artificial, modelagem paramétrica ou de algoritmos aplicados à customização em massa do vestuário (Wang et al., 2023; Liu et al., 2019; Donmezer et al., 2023; Longo et al., 2021; Avadanei, 2022; Liu et al., 2022; Wang et al., 2022). No entanto, os autores apresentam estudos em fases iniciais e exploratórias que necessitam de aprofundamento e maior sistematização para as aplicações práticas.

#### 4. Conclusões

Dada a conclusão da busca e análise dos textos selecionados, é possível observar que a ergonomia aplicada ao design de moda está majoritariamente voltada à antropometria e à modelagem do vestuário. A vestibilidade e a ergonomia organizacional também são tratadas, mas com menor frequência (6 e 2 artigos, respectivamente).

A ergonomia cognitiva é citada em referenciais teóricos como componente da ergonomia, mas não é abordada diretamente em nenhuma das pesquisas.

O uso de algoritmos e inteligência artificial na análise antropométrica e no processo de adaptação da modelagem do vestuário vem crescendo. No entanto, são estudos aplicados a modelos específicos de roupas e que demandam avanços para abranger diferentes peças. Outro dado relevante a respeito destas pesquisas é quanto às revistas em que foram publicadas: *Sustainability*, *International Journal of Industrial Ergonomics*, *Computers & Industrial Engineering*, *International Journal of Computational Intelligence Systems* e *International Journal of Advanced Manufacturing Technology*. É possível observar, a partir dos periódicos, que estas pesquisas ainda estão focadas na construção das tecnologias para que, então, seja possível avaliar os produtos gerados em relação à vestibilidade e caimento das modelagens e peças do vestuário a serem confeccionadas a partir dos moldes produzidos.

Em relação às pesquisas voltadas ao ensino de ergonomia na moda, destacam-se apenas dois artigos recentes (Lee et al, 2023 e Lee et al, 2024) que propõem uma metodologia de design inclusivo incorporando ferramentas digitais (modelagem tridimensional digital) de desenvolvimento de produto de moda. No panorama brasileiro, houve a iniciativa de abordar o ensino de ergonomia em 2017, sem continuidade. Mesmo com um intervalo de sete anos entre si, os estudos encontrados apresentam a mesma estratégia de ensino a partir do aprendizado baseado em projeto, em que se define uma persona, com especificidades e limitações, para que seja desenvolvido um vestuário que atenda às suas necessidades ergonômicas e estéticas.

A análise dos artigos encontrados na revisão sistemática levanta a reflexão sobre os conceitos de ergonomia mais explorados nos artigos encontrados e os conceitos abordados durante ensino de ergonomia dentro dos cursos de design de moda. Dentro da amostragem dos artigos levantados, não ficaram evidentes informações quantitativamente relevantes sobre como a ergonomia é abordada em sala de aula, quais conceitos são pertinentes ao vestuário ou quais métodos de ensino são utilizados para difusão e retenção desse conhecimento. O enfoque da ergonomia na etapa do desenvolvimento da modelagem (diretamente ligada à antropometria) mostra-se como uma estratégia recorrente de ensino nos estudos encontrados. Surge, então, o questionamento sobre quais outros aspectos da ergonomia poderiam ser implementados com o intuito de melhor preparar os designers em formação para o desenvolvimento de roupas ergonômicas.

Os resultados indicam uma lacuna que pode ser explorada, assim como a ergonomia organizacional em ambientes de trabalho do setor e a ergonomia cognitiva aplicada à moda. Outro fator relevante ao assunto é a chegada de novas tecnologias à indústria, como a prototipação virtual 3D, já apresentada em trabalhos encontrados como ferramenta no ensino de moda inclusiva ou até mesmo como solução para customização em massa aliada a automatização e inteligência artificial. Para trabalhos futuros recomenda-se a expansão da pesquisa em número de bases de dados e palavras-chave para alcance do estado da arte.

## Agradecimentos

O presente estudo foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## Referências

- Alves, A. P. M. e Mesquita, C. F., (2022). A ergonomia aplicada ao design de sutiã: uma abordagem sobre a construção da modelagem de taças. *Projetica* [online]. 13(1), 159. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.5433/2236-2207.2022v13n1p159
- Avadanei, M. L. et al, (2022). A New Approach to Dynamic Anthropometry for the Ergonomic Design of a Fashionable Personalised Garment. *Sustainability* [online]. 14(13), 7602. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.3390/su14137602
- Conforto, E. C., Amaral, D. C. e Silva, S. L. d., (2011). Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. *8º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolviemnto de Produto*. 1-12.
- Donmezer, S. et al, (2023). Revolutionizing the Garment Industry 5.0: Embracing Closed-Loop Design, E-Libraries, and Digital Twins. *Sustainability* [online]. 15(22), 15839. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.3390/su152215839
- Godoy, L. D., Ferreira, M. G. G. e Cinelli, M. J., (2019). Usabilidade e acessibilidade: heurísticas de usabilidade em projetos destinados a pessoas com deficiência. *Projetica* [online]. 10(1), 9. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.5433/2236-2207.2019v10n1p9
- Gomes, O. C., Faria, B. B. e Menezes, M. d. S., (2021). Ergonomia, usabilidade e conforto no vestuário feminino ciclista. *Projetica* [online]. 12(3), 129. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.5433/2236-2207.2021v12n3p129
- Gonçalves, M. d. M., (2017). O Ensino de Ergonomia no Curso de Design de Moda. *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design* [online]. 1(1), 108-120. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.5965/25944630112017108
- Hokka, J., (2024). Gender and the Diversity of the Human Body as Challenges for the Inclusive Design of Wearable Technology. *Fashion Practice* [online]. 1-26. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1080/17569370.2023.2250153

- Iida, I., (2005). *Ergonomia: projeto e produção*. 2a ed. São Paulo: Edgard Blücher.
- Kim, K., Fujii, C. e Takatera, M., (2019). Adaptivity of pattern making methods to garments for varying body dimensions. *International Journal of Clothing Science and Technology* [online]. 31(4), 475-486. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1108/ijcst-09-2018-0113
- Lagè, A. e Ancutienè, K., (2019). Virtual try-on technologies in the clothing industry: basic block pattern modification. *International Journal of Clothing Science and Technology* [online]. 31(6), 729-740. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1108/ijcst-11-2018-0140
- Lee, C.-w., Yick, K.-l., Ng, S.-p. e Yip, J., (2020). Soft manikin as tool to evaluate bra features and pressure. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education* [online]. 13(2), 204-212. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1080/17543266.2020.1762249
- Lee, J. H., Lee, E., Lee, C. H., Huh, J. e Kim, J., (2023). Cyclic inclusive fashion design process based on an FEA model for inclusive fashion education. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education* [online]. 1-12. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1080/17543266.2023.2218400
- Lee, J. H., Lee, E., Huh, J., Kim, M. L. e Kim, J., (2024). Persona/scenario (P/S) toolkit enhancing inclusive fashion design education. *Fashion and Textiles*, v. 11, n. 1, p. 5.
- Li, M. e Fu, R., (2022). The Application of Practical Clothing Design Method in the Teaching of Clothing Specialty. *Advances in Multimedia* [online]. 2022, 1-13. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1155/2022/7387218
- Li, M., Zhao, L. e Srinivas, S., (2023). It's about Inclusion! Mining Online Reviews to Understand the Needs of Adaptive Clothing Customers. *International Journal of Consumer Studies* [online]. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1111/ijcs.12895
- Liu, K. et al, (2022). An evaluation of garment fit to improve customer body fit of fashion design clothing. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology* [online]. 120(3-4), 2685-2699. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1007/s00170-022-08965-z
- Liu, K. et al, (2019). Parametric design of garment pattern based on body dimensions. *International Journal of Industrial Ergonomics* [online]. 72, 212-221. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1016/j.ergon.2019.05.012
- Longo, F., Padovano, A., Cimmino, B. e Pinto, P., (2021). Towards a mass customization in the fashion industry: An evolutionary decision aid model for apparel product platform design and optimization. *Computers & Industrial Engineering*

- [online]. 162, 107742. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1016/j.cie.2021.107742
- Marteli, L. N. et al, (2024). Vestibilidade de calça jogger e meias por pessoas com doença de Parkinson. *Projetica*. 15(1), 1-33.
- Martins, S. B., (2008). Ergonomia e Moda: Repensando a Segunda pele. Barueri: *Estação das Letras e Cores*.
- Menezes, M. d., (2017). As metodologias ativas e o ensino de ergonomia. *Anais do Colóquio de Moda*. 13, 1-11.
- Nicklaus, K. M. et al, (2022). Impact of Implant-based Breast Reconstruction on Bra Fit. *Ergonomics* [online]. 1-39. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1080/00140139.2022.2154395
- Raji RK, Luo Q, Liu H.(2021). Ergonomics in fashion engineering and design – pertinent issues. *Work* [online]. 1-10. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.3233/wor-203274
- Santos, A. d., (2018). *Seleção do método de pesquisa: guia para pós-graduando em design e áreas afins*. Curitiba: Insight.
- Scoz, E. e Moura Nickel, E., (2023). Análise de aplicações ergonômicas possíveis em laboratório de modelagem do vestuário. *Projetica* [online]. 14(3), 27. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.5433/2236-2207.2023.v14.n3.48367
- Seidu, R. K. et al, (2024). A systematic review of work-related health problems of factory workers in the textile and fashion industry. *Journal of Occupational Health* [online]. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1093/joccu/uaie007
- Silva, Caelen Teger da, (2020). Levantamento antropométrico digital por escaneamento 3D para modelagem na produção de moda plus size. Dissertação (Design) – Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba (PR).
- Junior, G. S., Batista, F. E. A. e Schemes, C., (2022). Ergonomia, moda e vestuário: uma análise sistemática de artigos publicados em periódicos brasileiros. *Modapalavra e-periódico* [online]. 15(37), 10-66. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.5965/1982615x15372022010
- Suris, B. D. S., Meurer, H. e Ribeiro, V. G., (2021). A inserção do design universal e disciplinas correlacionadas nas instituições de ensino superior em design no Brasil: um panorama geral obtido por meio dos sites institucionais. *Projetica* [online]. 12(1), 143. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.5433/2236-2207.2021v12n1p143

- Tagliaro, G. e Nickel, E. M., (2020). Métodos para avaliação de usabilidade: contribuições para o desenvolvimento do vestuário com foco nos usuários com limitações físicas. *Projetica* [online]. 11(1), 60. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.5433/2236-2207.2020v11n1p60
- Tan, Z., Lin, S. e Wang, Z., (2024). Cluster Size Intelligence Prediction System for Young Women's Clothing Using 3D Body Scan Data. *Mathematics* [online]. 12(3), 497. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.3390/math12030497
- Theis, M. R. et al, (2020). Método de moulage cartesiana e corpo humano: uma perspectiva educacional de moda com base em conceitos matemáticos e ergonômicos. *Educação Gráfica*. 24(2), 94-113.
- Varnier, T. e Merino, G. S. A. D., (2022). Ergonomia e vestuário: revisão sistemática da literatura sobre a utilização da Ergonomia no processo de desenvolvimento do produto de vestuário. *Modapalavra e-periódico* [online]. 15(37), 67-123. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.5965/1982615x15372022067
- Wang, Z. et al, (2022). An Interactive Personalized Garment Design Recommendation System Using Intelligent Techniques. *Applied Sciences* [online]. 12(9), 4654. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.3390/app12094654
- Wang, Z. et al, (2023). Design of Customized Garments Towards Sustainable Fashion Using 3D Digital Simulation and Machine Learning-Supported Human – Product Interactions. *International Journal of Computational Intelligence Systems* [online]. 16(1). [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.1007/s44196-023-00189-7
- WHAT IS Ergonomics (HFE)? | International Ergonomics Association. Disponível em: <https://iea.cc/about/what-is-ergonomics/>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- YÜKSEL, H. e BULUT, M. O., (2019). Three-dimensional body scanning systems. *Tekstil ve Muhendis* [online]. 26(116), 406-414. [Consultado em 14 de junho de 2024]. Disponível em: doi: 10.7216/1300759920192611612



# Interdisciplinarity and aesthetic experience in the ecosystem of a fashion classroom

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.14>

**Janaina Nascimento<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Universidade do Estado de Santa Catarina,  
janaina.fashiondesign@gmail.com*

## Abstract

By understanding the classroom as a complex ecosystem and the importance of this look for the research in fashion teaching, the text reports preliminary investigation, data collection and analysis for a dissertation project in the line of Visual Arts Teaching at PPGAV/UDESC, which has as its object of study a class of 4th phase of the Bachelor of Fashion at the State University of Santa Catarina. With a focus on understanding the ecosystem of a Fashion course classroom in Brazil, which has curricular guidelines for Arts and Design, it uses Edgar Morin (2005), Magda Pischetola and Lyana Thégida de Miranda (2022) as theoretical foundations. From the mapping of the data, it reflects on the ecosystem conjunctures of the classroom, composed of issues such as phenomena between subjects and contexts, and by interdisciplinarity, providing the opening of the discussion about the sensitive experience and the dialogical look between teachers and students for the realization of fashion.

## Keywords

Autonomy; intricacy; ecosystem; sensitive experience; interdisciplinarity; classroom.

## 1. Introduction

This article presents the reflections originated in the data collection and in those derived from the meta-analysis of a case study, with a view to the master's thesis, started in the observation of a 4th phase class, second semester of 2023, bachelor's degree course in Fashion at the State University of Santa Catarina (UDESC), in Florianópolis/SC – Brazil.

The starting point of the research project is to understand the systemic, dynamic and complex network that a classroom can be, in an undergraduate course that takes advantage of the Curricular Guidelines of Visual Arts and the Curricular Guidelines of Design – since it does not have its own curricular guideline, and what are the imbrications of artistic designs in teaching-learning, in an interdisciplinary setting of higher education.

As a social organization, the classroom experiences the phenomena that imprint identity on the exercise of its pedagogical nature in relationships. The research started from the observation of the demands arising from a problem-based question, initially undertaken in the discipline of History of Contemporary Fashion, and which subsidized works in two other disciplines, Project Methodology and Image Production – occurred simultaneously, as an interdisciplinary requirement proposed by the teachers.

The article is divided into three stages: in the first, a brief explanation of the principles of complexity for the classroom ecosystem; in the second, the presentation of the case study originated in interdisciplinarity, exploration and methods; and in the third, the presentation of the research table and infographic, all theoretically grounded in the course of the text, in addition to the final considerations, where more conclusions are presented.

## 2. The systemic network where the teacher and the student are inserted

To evolve from the awareness of a systemic network of education, at this point in the research presented, is to seek to understand the ecology of a classroom, to situate the subjects and the environment, as well as the interactions between the subjects and the environment. Situate the whole that is in the part, that is in the whole, to think about how the university's school environment is composed as a social system, open and organized, to then understand how this network is involved in the teaching of the creative, institutionalized and relational process, in the teaching of Fashion.

The adoption of complex thinking in education accompanies the crisis of rationalist thinking, and is placed as a subsidy for overcoming the simplifying paradigm, which dominated Western societies, institutions, thought and science in the twentieth century. Where experience, body and affections become important again, it is an attempt to unite subjects, context and thought for a systemic understanding of reality.

To mark this network and cherish the data, the macroconceptual principles of Edgar Morin's Complex Paradigm were adopted. The *dialogical principle*, to understand in the contradictions of the dualities that are part of the whole, its order and disorder that juxtapose and compose the unity; the *principle of organizational recursion* as a process in which products and effects are at the same time cause and producers of what produces them, so that we are at the same time products and producers; and the *hologrammatic principle*, in the sense that the whole is in the part, where each cell, as in the biological cells of the organism, contains the totality of the genetic information of that organism (Morin, 2015, p. 72-75, our translation).

How to investigate a Fashion classroom, which developed an interdisciplinary work originated in a question-problem about an artistic object? From the ecological and systemic awareness that recognizes the fundamental interdependence between all phenomena, and not the separation between subject, object, and environments of observation (Pischetola and Miranda, 2021, p. 85).

## 2.1. Exploratory research of a classroom

In this study, to inquire how interdisciplinarity is situated in the teaching practice and its implications in the classroom formed under the principles of Arts and Design, we look at the institutional structures (the Pedagogical Proposal of the Course and the structuring of the Curriculum), and at the teachers and their relationships (in the teaching plans and in the interviews granted via the WhatsApp application after the end of the semester). One of the objectives for the teaching practice is the students, so they were also part of the research through a questionnaire applied on Google Forms, in addition to the interdisciplinary work done by them. Most of the interactions and observations took place at the university, in the classroom, but also outside the university environment, from July to December 2023.

The field exploration began with the observation of the History of Contemporary Fashion class, which took place in July-December 2023. In the teaching plan, information about the learning methodologies was detailed, and in the case in question, the problem question, which grounded the general theme of the interdisciplinary proposal from the artistic appreciation of sculptures at Ilse Teske Park, in Brusque/SC, which was visited by the students on a trip subsidized by the University. The question was the following: "how does a work of art express and invite us to think about the author's regional culture in its aesthetic, artistic and historical dimension, as well as how it relates to the economy and fashion culture of the region of origin?" (Sant'Anna, 2016, p. 2, our translation).

Attention to documents is part of the search for historical knowledge, typical of the social sciences, where provisionality, dynamism and specificity are essential characteristics. It means that human societies and their social formations "live in the present, marked by the past and projected into the future" (Minayo, 2002, p. 13). The documentary study of this research covers the teaching plans of the disciplines of

History of Contemporary Fashion, Project Methodology and Image Production, the Curriculum and the Pedagogical Proposal of the Course (PPC).

The first moments of the reading unfold and understand some curricular dynamics of the Course, such as its nature eminently focused on the design and the views on creativity to train fashion professionals through aesthetic and artistic experience. Thus, the review of the initial data required a humanistic view: "the idea that knowledge of social reality requires the activities of interpretation and understanding of the phenomenon and values the social actors who give meaning to social phenomena in a varied way" (Teixeira, 2003, p. 184, our translation).

To understand this rich classroom scenario of a bachelor's degree in Fashion, it was necessary to be able to deal with different areas of knowledge: initially to understand the experience of the arts that was given by the appreciation of the artistic object (a sculpture was chosen by each team of students), appreciation that was necessary in the three disciplines where they were worked; the research on the artistic object, the artist and the sociological aspects of the artist's region of origin, including the implications of fashion, which required reflections and analyses by the students in the original discipline (History of Contemporary Fashion) and which would subsidize the fashion collection project (in Project Methodology) with several panels, sketches, practical and technical tests, and the production of a conceptual editorial (in Image Production), which consisted of the planning of a photographic editorial with agency models, choice, and planning of looks, casting management, photographer, and location.

## 2.2. Visual exploration from mind maps and tables

In January 2024, already more aware of who/what my data were, and with more readings done, I started organizing them in a large table called meta-analysis of primary data – 2024.1: systematic review, to integrate data, results, observations, and theory. This table has broken down the elements from the following perspective: Origin of the data, Totality of the data, Treatment, Possible theoretical interpretations, Connections with other data and Observations. It totaled 5 pages. The visual and systematic aid of the table facilitated the global understanding and allowed to be selected, from this broader view, what really stood out according to the theoretical approach. However, because it is a vertically chained table (data arranged one above the other), I missed a more horizontal, open and linear distribution, in a timeline, of the data that emerged from the initial moment. Another, leaner flowchart was developed in February 2024. It starts with the "Formulation of the problem part 1", and lays out the path from the data to the final result, which are the "Interdisciplinary works" of the students carried out within the scope of the disciplines.

For 4 months, from July to December, I followed 1 class of the History of Contemporary Fashion discipline per week, in view of the teaching internship. During this time, I was introduced by the professor of the discipline, also my master's advisor and internship supervisor, to the interdisciplinary project that was underway in the 4th

phase. Given the interdisciplinary, projectual and artistic nature of the problem question operated in the course, I chose to revise my research project, towards the case study presented. For this I got in touch with the other teachers of the disciplines involved, and was able to follow some classes and participate in the processes as well. Juarez da Silva Thiesen postulates that, regardless of the definition that each author assumes in his literature, "interdisciplinarity is always situated in the field where the possibility of overcoming the fragmentation of the sciences and the knowledge produced by them is considered" (Thiesen, 2008, 547).

An exercise of interpretation on the documentary data was to make use of comparative tables. Here I bring the example of one of the tables originated in the data review, where I relate the number of hours of classes that addressed interdisciplinarity and the percentage of the final grade related to interdisciplinary works, as a thought that gives rise to a quantifiable view and that allows the interpretation and qualitative and multidimensional approach of the phenomenon. "It is necessary to find the path of a multidimensional thinking that is logical, integrates and develops formalization and quantification, but is not restricted to that. Anthroposocial reality is multidimensional" (Morin, 2005, p. 189). From mathematical logic, there is a validation of the proposed interdisciplinary work, which appears in how much time within the disciplines is allocated to the interdisciplinary exercise, or in how much grade this exercise gives to the students. This grade remains disciplinary, despite the fact that the work is multidisciplinary and requires multidisciplinary practices from students, and remains under the discretion of professors, the only ones in the semester who showed interest in the practice of working together.

	<b>Discipline 1 4 credits – 72h/ classroom</b>	<b>Discipline 2 3 credits – 54h/ classroom</b>	<b>Discipline 3 3 credits – 54h/ classroom</b>
<b>Number of interdisciplinary classes per subject/total</b>	9/18 lessons	9/18 lessons	6/18 lessons
<b>Total % of the final grade in interdisciplinary work</b>	60%	40%	30%

**Table 1**  
Percentage ratio of time and grade allocated to interdisciplinarity by discipline involve (Author table, 2024).

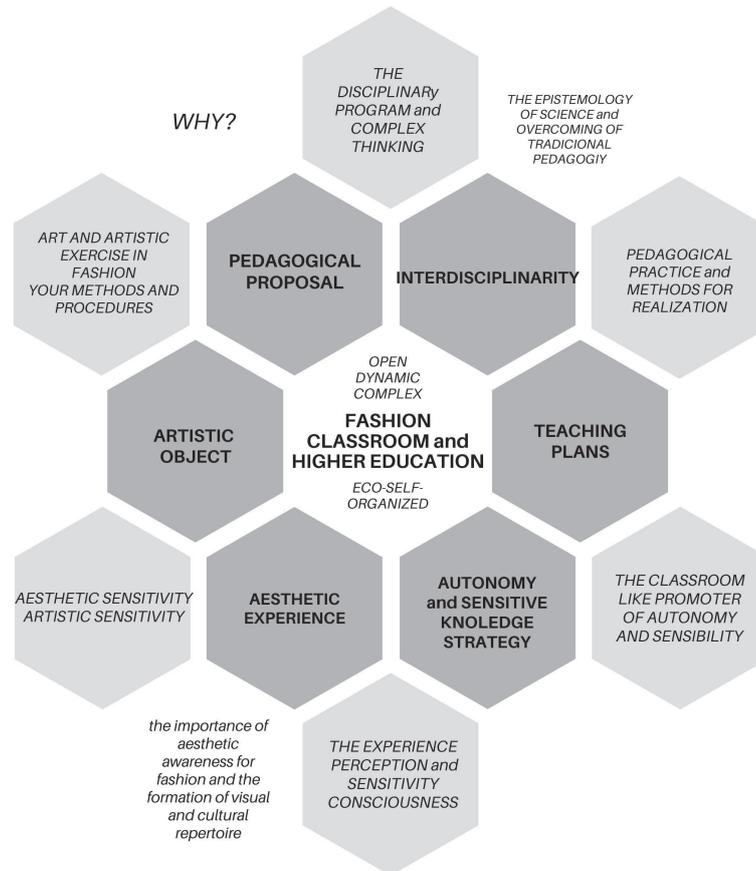
Edgar Morin (2010) emphasizes the importance of interdisciplinarity as a fundamental principle for education. He criticizes the fragmentation of knowledge, where each discipline operates in isolation, which makes it difficult to have an integrated view of contemporary problems and challenges. For him, this compartmentalized approach limits the ability to understand and the depth of knowledge, as it prevents the learner from seeing the connections and interdependencies that exist between different types of knowledge. Interdisciplinarity, in Morin's view, is essential for the development of a "well-rounded head" – a mind that can understand the context, integrating information from different areas and thinking in a complex way. He argues that education should promote the connection between natural, human and social sciences, allowing students to understand phenomena in a broad and contextualized way. This does not mean denying the value of each area of knowledge, but rather

seeking an education that encourages the construction of knowledge that considers the interactions and relationships between disciplines.

To go beyond the initial linear view of what was collected as primary data, and assuming the ecological system as the unifying point of this study, heuristic proposition infographics were designed around a common denominator, the classroom, as can be seen in the Figure 1 below. The initial data was derived in descriptors, not excluding the initial moment, but amplifying it, just as comparative tables do. They allow them to be related and composed in new moments, telling new details about the research.

**Figure 1**

Ecosystem infographic of a fashion classroom (Author image, 2024).



In this infographic (Figure 1), there is the transit between subjects and contexts. The first condition was to face the classroom as an open cell where the cohabitation of subjects existed, deriving the dialogical relationship between teachers, students and contexts, thoughts and objects of study, in order to then understand how to consider the dimensions of the elements that derive from it. The design of the infographic was chosen in order to show the absence of barriers. "There are no more correct looks than others. Everyone involved in the educational process, especially teachers and students, is at the same starting point, that is, to perceive the world" (Sant'Anna et al., 2022, p. 13, our translation). The classroom is a blank sheet of paper and ink is poured on it, whether in the writing of the Teaching Plan or in the line of daily life of

the relationships in which consciousness is elaborated. Those who spill this ink are teachers and students, under the aegis of pedagogical plans and teaching plans. In this sense, Francez and Sant'Anna (2022) ponder:

Thus, when in his teaching practice the teacher focuses only on the didactic content, he is following the program. But both the teacher in his complexity and the dynamics of the classroom in its plurality do not fit into the treatment of these contents, because they start from a closed, deterministic, programmed place. In this sense, it is necessary to instigate the development of sensitive knowledge, those that go beyond the established program, this knowledge that leaks, overflows the aesthetic experience that comes from life in collectivity.

At the end of the mental mapping, autonomy and sensitive knowledge, which did not seem central, emerge as elements that make up the fashion classroom in an important, and perhaps even indispensable, way. By choosing complexity to think about the classroom, we also chose to understand the ethics of autonomy in Paulo Freire (2002). This theoretical-practical exercise understands that "respect for the autonomy and dignity of each one is an ethical imperative and not a favor that we may or may not grant to each other" (Freire, 2002, p. 31). In this sense, in the face of so many possibilities of knowledge, we are incomplete beings, and the classroom is also unfinished and in constant formation. This requires an ethical posture capable of being comprehensive in its movements because they exist, contrary to the programmatic primers, which do not leave room for differences.

Autonomy and sensitive knowledge comprise the dialogical relationships between subjects for fashion: "in the face of someone's experiences and knowledge that are added to others, no perception is disallowed" (Sant'Anna et Al, 2022, p. 13, our translation). Thinking about autonomy can mean thinking about solutions to curricular issues in the postmodern scenario. Thinking about the strategy of sensitive knowledge for fashion can help to think of ways to face disciplinary differences towards transdisciplinary thinking. There is no programmatic or correct path, but a sensitive path that recognizes the autonomy of students promoted by the autonomy of teachers, by thinking of sensitivity as a resource to stimulate awareness about the world.

### 3. Final notes

During the months of investigation, people (students and teachers) related to each other dialogically in the classroom. Although this is the initial cut of the proposed dissertation research, it is also essentialist, and seeks to understand which aspects of the case study are central and orbital.

At first, as a research in teaching, the need to think about epistemology and to perceive the pedagogical practice that the fashion course engenders, on the part of teachers and students, was amplified. The first orbital location was to recognize the fashion classroom, an area of knowledge embraced by the contemporary and based on postmodern mechanisms that is frontally faced with the difficulties of a

disciplinary and traditional teaching mentality. In the Bachelor of Fashion/UDESC I found a curriculum that embraces the complexity of fashion and stimulates interdisciplinary thinking, presenting concepts to train design and creative professionals, and goes further, also working with sensitive and aesthetic concepts.

In addition to the curricular epistemological alignment, addressed to subsidize the different concepts of arts and design within fashion, there was interest on the part of the teachers in working together (starting from them the initiative of the work involving the 3 disciplines at the beginning of the semester), validating in their disciplines the interdisciplinary work, with grades and class time made available for this. Although they did not work together – each discipline applied interdisciplinary work in a disciplinary way and scored the works in a disciplinary way as well – it cannot be denied that there was a movement towards the multidisciplinary required by fashion, an important initiative for the renewal of thought, both pedagogical and fashion, but it remained incomplete.

In addition, questions arose about the disciplinary and inter/transdisciplinary program. The observed class exercised multiple skills as demands arose, and did not follow an absolute programmatic guide, making the relationship between autonomy and interdisciplinarity prevail here through the strategy of sensitive knowledge. Teachers capable of dealing with crossings, students capable of dealing with crossings, both capable of seeing, absorbing, exercising and going through the multiple issues that arise without losing aesthetics. There is a need for fashion subjects to cultivate the understanding that fashion is crossed and crossed, by major disciplinary nuclei, Arts and Design. In order to arrive at fashion products – whether it is a photo or an outfit – these students were summoned to interdisciplinary practices, conjuring up in these practices varied sources of visual information, cultural repertoire, analytical and reflective skills, etc., in projects that are creative and procedural, not always in an ideal way, but still everyone is called to participate in this epistemological renewal of teaching in practice.

## References

- Bertoso, L. (2023) *Plano de Ensino de Produção de Imagem*. Florianópolis: UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Departamento de Moda.
- Francez, L; Santanna, M. R. (2022) *Os saberes sensíveis no ensino da arte: reflexões à luz do pensamento complexo*. In: Anais do Congresso da Federação de Arte Educadores do Brasil – ConFAEB. Juiz de Fora, UFJF, Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/confaeb2022/505979-OS-SABERES-SENSIVEIS-NO-ENSINO-DA-ARTE-REFLEXOES-A-LUZ-DO-PENSAMENTO-COMPLEXO>. Acesso em: 10/03/2024
- Nascimento, Janaina. (2024) Ecosystem infographic of a fashion classroom. [image]. Author image.

- Nascimento, Janaina. (2024) Percentage ratio of time and grade allocated to interdisciplinarity by discipline involve. [table]. Author table.
- Minayo, M. C. De S. (Org.) (2007) *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 21. ed. Petrópolis: Vozes.
- Morin, Edgar. (2010) *A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. 16 ed. Rio de Janeiro: Bertand Brasil.
- Morin, Edgar. (2005) *Ciência com consciência*. 8 ed. Rio de Janeiro: Bertand Brasil.
- Morin, Edgar. (2015) *Introdução ao pensamento complexo*. 5 ed. Porto Alegre: Sulina.
- Pischetola, Magda; Miranda, Lyana Thégida De. (2021) *A sala de aula como ecossistema: tecnologias, complexidade e novos olhares para a educação*. Petrópolis: Vozes.
- Rech, S. R. (2023) *Plano de Ensino de Metodologia Projetual*. Florianópolis: UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Departamento de Moda.
- Sant’Anna, M. R. (2023) *Plano de Ensino de História da Moda Contemporânea*. Florianópolis: UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Departamento de Moda.
- Thiesen, J. Da S.. *A interdisciplinaridade como um movimento articulador no processo ensino-aprendizagem*. Revista Brasileira de Educação, [S.L.], v. 13, n. 39, p. 545-554, dez. 2008. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1413-24782008000300010>
- UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina. (2016) *Reforma curricular do curso de Bacharelado em Moda*. Centro de Artes, Departamento de Moda.



# Ambientes criativos: Como a música em sala de aula inspira a moda através das emoções

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.15>

**Elisângela F. Zottesso<sup>1</sup>, Alfonso Benetti<sup>2</sup>, Ana C. Broega<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> *Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil,  
Universidade do Minho, Guimarães, Portugal,  
elisangelazottesso@gmail.com*

<sup>2</sup> *Universidade de Aveiro/INET-md, Aveiro, Portugal,  
alfonsobenetti@ua.pt*

<sup>3</sup> *Departamento de Engenharia Têxtil,  
Universidade do Minho, Guimarães, Portugal,  
cbroega@det.uminho.pt*

## Resumo

O presente artigo ressalta para a importância da prática de exercícios criativos no ambiente de ensino no contexto do Design de Moda. Na busca da originalidade, por estímulo acústico-musical no processo criativo, os alunos de design foram convidados a participar numa experiência pedagógica em 2022, na Universidade do Minho, onde desenvolveram desenhos e grafismos estimulados por emoções evocadas ao ouvir diferentes tipologias de géneros musicais.

Os ambientes de ensino em geral e de Design de Moda em particular são pouco explorados no que respeita o trabalho com as emoções como estímulos à criatividade. A música ouvida nas suas diferentes melodias e géneros, leva a diferentes estados emocionais, que podem servir de alavanca à criatividade. A partir das emoções sentidas pelos diferentes momentos músicas, os alunos puderam esboçar ideias, traços e desenhos que, posteriormente, aplicaram às suas de coleção de moda. Assim, com este trabalho pretendeu-se gerar novas experiências, que geralmente requerem novos pensamentos e desafios. Os resultados preliminares demonstraram que tipologias musicais associadas ao Rock & Roll foram maioritariamente estimulantes criativos, enquanto que tipologias associadas ao erudito (em andamento lento) foram menos estimulantes.

## Palavras-chave

Design de moda; música e emoções; criatividade no ensino.

## 1. Introdução

Tal como em outros momentos da história, por suas particularidades contextuais, a necessidade de inovação e o desejo do novo constam como algo premente e generalizado na atualidade. Tornar mais criativas as novas gerações é, por isso, um desígnio indeclinável da sociedade no seu todo, e “cultivar em si próprio a habilidade e o gosto de criar é um propósito virtuoso de qualquer indivíduo responsável” (Ribeiro, 2018, p. 51). A criatividade é um assunto já discutido e questionado a nível científico, e por vezes é tida como um dos motores, se não o mais importante elemento associado ao crescimento cultural e económico (Ribeiro, 2018). A importância de abordar estas temáticas no meio académico em ambiente de sala de aula consiste em permitir novas experiências com exercícios incentivados por ambientes criativos que estimulam a originalidade do *designer* – considerando o seu “eu” na criação como algo relevante. Apesar da importância do tema, verifica-se existir pouca literatura científica específica, o que levou a motivação do desenvolvimento do presente estudo.

Assim, apresenta-se parte do estudo desenvolvido em ambiente académico no nível superior, onde a música ouvida (em diferentes tipologias – ex. rock, erudito) – e parâmetros de execução, como agógica (isto é, variações de tempo), ritmo e dinâmica poderão levar a alteração do estado de humor (e, conseqüentemente, o emocional) e ao estímulo da criatividade dos alunos de Design de Moda. A partir das emoções sentidas através da experiência musical, os alunos puderam esboçar ideias, traços e desenhos, que posteriormente se tornarão projetos de coleção de moda.

Numa abordagem científica, o “fenómeno criatividade tem a capacidade de explicar processos que envolvem uma combinação interativa de fatores cognitivos, conativos, emocionais e ambientais” (Lubart, 2007, p. 11). Anderson *et al.* (2014) defendem também que a criatividade tem explorado principalmente as características das pessoas (como a personalidade, o estilo cognitivo, as competências e os estados emocionais); as características das tarefas (a complexidade e os objetivos); o contexto social (a liderança, a influência dos clientes e das redes sociais); as características das equipas de trabalho (desde a estrutura, o ambiente, os processos) e as condições organizacionais (as iniciativas de recursos humanos, os impactos da estratégia/estrutura, a cultura, a utilização de conhecimentos e os recursos) (Amabile, 1999; Wechsler, 1998).

Ao longo do tempo, o conceito de criatividade assentou em estudos sobre fatores cognitivos, conativos, ambientais, sociais (Morais, 2015; Wechsler, 1998). Na atualidade, há vários pesquisadores que defendem um conceito unificado para a criatividade, sendo esta a capacidade de realizar uma produção que seja simultaneamente nova e adaptada ao contexto em causa (Wechsler, 1998; Amabile, 1999; Lubart, 2007). Isto implica uma pluridimensionalidade de pensamentos e ideias, assim como o pensamento divergente – capacidade essencial para a criatividade. Segundo Guilford, nos seus estudos aprofundados nos anos 60 sobre criatividade suportada pela flexibilidade e fluência, defende a necessidade de o indivíduo se libertar de ideias convencionais, e também mobilizar a sua capacidade de avaliar tais ideias, sob o foco da harmonia e bom senso (Guilford *apud* Lubart, 2007). O indivíduo criativo deve ser

provido de uma flexibilidade com o intuito de aprender com o processo, da sensibilidade de se libertar de ideais iniciais, e a capacidade de recomeçar e insistir, de forma individual e, posteriormente, adaptada ao coletivo, alterando uma abordagem ou um ponto de vista sobre determinado problema (Torrance, 1988; Lubart, 2007; Morais, 2015).

O desenvolver do potencial criativo de um indivíduo é um aspeto que se deve considerar, apostando neste recurso como uma das fontes mais relevantes para o próprio desenvolvimento pessoal (Wechsler, 1998; Garcês, 2018). Alencar (2007) defende que é possível apontar uma imensidão de razões para o porquê de ser tão importante estudar e potenciar a criatividade humana. A autora defende que o criar é, por si só, uma atividade saudável ao ser humano, levando a sentimentos de prazer, contentamento e satisfação, e alterando sentimentos negativos tais como ansiedade, irritabilidade, descontentamento. A investigadora defende ainda que, a sociedade contemporânea revela, cada vez mais, um carácter de incerteza profissional futura, sendo que o desenvolvimento de ideias criativas, como resposta às problemáticas que surgem, pode ser uma peça fundamental, por exemplo, na procura de um emprego. Por fim, a autora defende que o descurar desta qualidade é reprimir o potencial criativo das pessoas, que poderá culminar com a impossibilidade de uma autorrealização pessoal e até do descobrir de novos talentos (Alencar, 2007).

Bahia (2008) defende que a criatividade é passível de ser encarada como o ir mais além daquilo que já é conhecido, descobrindo algo novo, onde se (re)inventa criativamente o passado, interpreta o presente e se reflete sobre o futuro. Porém, definir criatividade não é uma tarefa fácil e consiste em algo discrepante entre alguns investigadores: há inúmeras ideias e definições de acordo com a perspetiva que os seus criadores adotaram, sendo a criatividade um fenómeno complexo, alvo de muitas valências (Dias, Enumo & Junior, 2004; Morais, 2015; Wechsler, 1998). Romo (2008 *apud* Wechsler, 2008) salienta a complexidade da criatividade humana, referindo que integram inúmeras funções psicológicas, desde processos basilares como a perceção, até um nível superior de complexidade como o pensamento analógico ou a resolução de problemas, albergando processos cognitivos, mas também processos afetivos e motivacionais.

Vários autores apostam num esquema *lato*, como é o exemplo do esquema dos “4P’s no processo criativo” – pessoa (*person*), ambiente (*press*), processo (*process*) e produto (*product*) – considerado universal há anos (El Murad e Weist, 2004). Feldman (1988) defende que para ocorrer criatividade têm de estar simultaneamente presentes diferentes dimensões na interação de quem cria com o cenário em que o produto é criado. Para Morais (2015) “é provável que venha a ser criativo quando desenha, pinta ou planifica uma decoração; já se for enfatizada uma capacidade verbal, é mais provável que se venha a ser criativo escrevendo”, e ainda, “as aptidões refletem-se então, nos contornos dos esforços criativos, não só na alta criatividade, mas também, na manifestação criativa quotidiana” (p. 3). Entretanto, se apontarmos não para os processos criativos como resultados, mas sim para a ausência destes, quando se encontram os bloqueios criativos (que podem ser cognitivos, emocionais

ou socioculturais), estes não dão espaço à aventura da inovação, pois este é fruto de pensamento livre e de liberdade de ação e expressão (Ribeiro, 2018). A criatividade necessita de pensamentos livres, avesso a todo o tipo de pressão, pois o ato de criar está voltado ao que é “atípico”, “alógico” e “anômalo” (Ribeiro, 2018, p. 97), sendo negada ao exercício livre, que não é aceito, tão pouco estimulado, e corre o risco de estiolar, debilitar, enfraquecer um possível criador inovador. Os bloqueios criativos fixam-se por um conjunto de ideias relacionadas entre si, após instaladas na consciência, passam a condicionar o desenvolvimento criativo, cultivando sentimentos negativos e potencializando ainda mais os bloqueios. Nestas vertentes de recriar o ambiente e o estimular criatividade, a fim de se chegar a produtos originais, se desenvolveu este trabalho de investigação.

Na moda, Lipovetisky (2017) defende que há todo um fascínio do que é a criatividade, principalmente quando se tem de lidar com as próprias afeições, ainda mais numa altura onde todos os paradigmas da moda estão colocados em causa, o que justifica um certo pensamento dos novos conceitos de comunicar através da moda com a criatividade. Para atender um novo mercado, buscando levar resultados *cool* – (“legal”, dentro de um conceito de diferenciação, despojamento, tranquilidade, radical, refrescante ou renovado), porque esse conceito vende, a estratégia passa por fazer com que um produto o seja, pois é a melhor maneira de o destacar da concorrência (Kerner & Pressman, 2008).

Os processos criativos passam por várias fases de pesquisas e desenvolvimento, e por vezes, o designer-criativo desenvolve uma angústia devido aos seus bloqueios de criatividade e falta de imaginação (Ribeiro, 2018), pois estes impedem-no de chegar aos resultados diferenciados que o mercado e a indústria da moda exigem, ou ainda, que eles próprios desejam (Lipovetisky, 2017; Cunha *et. al.*, 2015). Com a música enquanto estimuladora, sabendo que a mesma ativa principalmente o hormônio dopamina, responsável por exemplo, pelo autocontrole emocional, o que faz com que se altere principalmente os sentimentos negativos e a autoavaliação, levando a um repensar (Guimarães, 2024). Induzir os alunos participantes ao repensar dos seus projetos criativos, despertando neles o desejo de seguir o desenvolvimento para melhorias estéticas ou funcionais, sabendo que poderão levar melhores resultados, faz-se devidamente importante o segmento deste modelo de estudo, com aplicação prática e metodologias indutivas e em forma de autorrelato pelos mesmos. É o que será apresentado na sequência.

## 2. Metodologia

De forma a compreender como a música ouvida pode estimular e evocar as emoções dos alunos de Design participantes na experiência, e como essas emoções se traduziriam em criatividade por meio de esboços e desenhos para subsequente aplicação em design de superfície (estamparia), foi aplicada uma metodologia indutiva de pesquisa-ação (Pereira *et al.*, 2018). Desta forma, planeou-se trabalhar com um grupo de alunos de Design de Moda no desenvolvimento de desenhos criando linhas retas,

curvas e grafismos originais, guiados pelas emoções geradas por géneros musicais especificamente designados.

Inicialmente, os alunos foram impelidos a esboçarem num papel com grelhas (5 cm x 5 cm) para a criação do design de superfície de aplicação à estampanaria, manualmente com lápis para depois ser colorido, inspirados pela música e as emoções sentidas.

Para a avaliação cognitiva da experiência prática foi preparado e aplicado um questionário desenvolvido para ser administrado antes e depois de cada momento musical. Este foi construído a partir da Escala de Humor (The Brunel Mood Scale, BRUMS, revisão de 2013), desenvolvida para permitir uma rápida avaliação do estado de humor dos participantes, que contém descritores simples como: alegria, raiva, vigor, nervosismo, insatisfação pessoal, entre outros. Os participantes respondem como se percebem em relação a estes sentimentos, numa escala de 5 pontos (de 1 = nada a 5 = extremamente), associada a cada descritor. Este questionário incluiu ainda uma parte de perguntas de caracterização da amostra (perguntas pessoais sobre a relação dos participantes com a música, como por exemplo o gosto musical ao nomear o género musical de sua preferência).

Foram seleccionados dois géneros musicais – *Rock* e *Erudito* – incidentes sobre harmonias discrepantes, variações agógicas e dinâmicas, e contrastes, para conduzir a experiência – o que resultou nas classificações/designações *Erudito* “Leve”, *Rock & Roll* “Pesado”, *Erudito* “Pesado” e *Rock & Roll* “Leve” (aplicados nesta ordem).

A atividade decorreu em ambiente de sala de aula, permitindo aos alunos uma experiência auditiva (com auscultadores sem fio, modo “*silent*” onde todos estivessem a ouvir a mesma música simultaneamente), deixando-se guiar apenas pela experiência acústica na criação dos grafismos de acordo com a emoção evocada pela música.

O exercício começou com o preenchimento de inquérito base inicial para o reconhecimento do *background* musical de cada participante, entre outras questões, seguido do questionário de avaliação da escala de humor. Este questionário foi preenchido no início da atividade, e posteriormente após terminada a experiência prática de cada género musical, para avaliar os estados de humor dos alunos antes e depois de cada exercício realizado e conduzido pela música.

Numa segunda fase, os participantes aplicaram os desenhos na estampa dos tecidos para desenvolverem as suas coleções de moda.

### 3. Apresentação e discussão dos resultados

Na busca de um ambiente criativo, utilizando a música como geradora de emoções, e condutora de criatividade, primeiro foram reproduzidas as melodias *Eruditas* e depois as de *Rock & Roll*, sistematicamente pré-seleccionadas para a atividade.

Os métodos estatísticos utilizados para tratamento dos dados foi a análise descritiva e o IBM® SPSS® *software* (versão 27), (Maroco (2021). Em termos de estatística

descritiva apresentam-se, para as variáveis de caracterização, os gráficos de frequências das distribuições de valores verificados. As variáveis quantitativas foram analisadas a partir dos respetivos valores, enquanto as variáveis medidas em escala de *Likert* foram analisadas através das categorias pré-definidas, apresentando-se algumas estatísticas relevantes, como a média (M) em que numa escala de 1 a 5, um valor superior a 3 é superior ao seu ponto intermédio.

A amostra foi constituída por 33 elementos (alunos participantes), dos quais 93,9% são do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 19 a 23 anos (e média de 22,4 anos), em formação universitária em Design de Moda. Da amostra, 75,8% não possui qualquer formação musical e, 97,0% ouve música quando os participantes estão em processo criativo – e acreditam que a música tenha influência sobre as suas emoções.

Neste artigo vamos analisar os resultados referentes ao estado de humor dos participantes ao longo da experiência, num primeiro momento, “antes” de receber qualquer estímulo musical (Figura 1). Pode-se constatar que, de forma geral, a frequência média é superior ao ponto intermédio (nível 3) da escala de medida para todos os itens, os dos sentimentos positivos da escala de humor – nomeadamente o sinto-me: “contente”; “criativo(a)” acima da avaliação nível 4; sinto-me “feliz”; “bem-disposto(a)”, “satisfeito comigo mesmo” num nível intermédio ente 4 e 5 e “por fim” sinto-me “alegre” e “livre” muito perto do valor de nível 5. Já na parte negativa da escala de humor, na avaliação de sinto-me “aborrecido(a)” tem-se uma avaliação intermédia de nível 3, seguido de “apático(a)” com avaliação perto de 4, e estado de “ansioso(a)”; “sonolento(a)”; e “cansado(a)” com pontuações a tocar o nível 5 da escala.

Independentemente dos diferentes valores para cada parâmetro, pode-se perceber que neste primeiro inquérito (sob o código de “antes”), os valores absolutos não muito superiores aos dos restantes momentos (posteriores), que ao buscar embasamento nos estudos científicos para o facto, pode-se pensar que os alunos, ao estarem a responder pela primeira vez ao questionário de humor, não estavam ainda muito cientes dos seus sentimentos, ou que ainda se estavam a adaptar à escala.

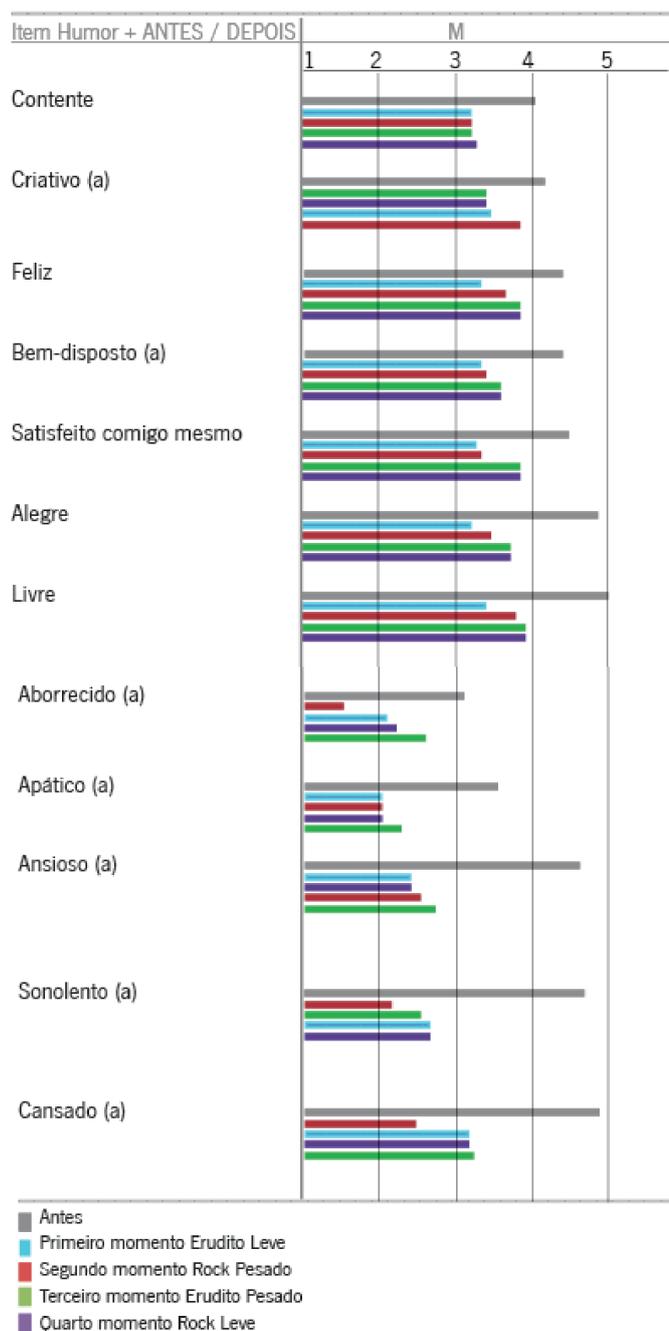
**Figura 1**

Gráfico das médias – da Escala de Humor – nos diferentes momentos da experiência: “antes”; após os quatros momentos musicais.

Analisando cada parâmetro nos restantes momentos musicais (fig.1), verifica-se que a frequência média é superior ao ponto intermédio (nível 3) da escala de medida para todos os itens dos sentimentos positivos da Escala de Humor (ainda que inferiores ao momento “antes”). O sentimento de sinto-me: “contente” idêntico nos 4 momentos musicais e com uma avaliação de nível 3, no sentimento de “criativo(a)” destaca-se o segundo momento musical o do *Rock & Roll* “Pesado” (RP), com avaliação num nível superior de 4. Quanto ao sentimento de “felicidade”, o primeiro momento musical Erudito “Leve” (EL), destaca-se pela negativa, levando a estados

de humor de menor felicidade (mais próximo do nível 3, enquanto os restantes se posicional próximo do nível 4). No estado de “bem-disposto(a)”, o terceiro e quartos momentos musicais (Erudito Pesado [EP] e Rock & Roll Leve [RL]), proporcionaram uma ligeira melhor disposição do que os restantes momentos musicais. Os mesmos resultados verificam-se para a “satisfação comigo mesmo”, mas marcado por uma maior diferença entre os resultados, os valores de EP e RL perto do níveis 4 da escala de humor. Relativamente aos estados de humor de alegria e sentir-se “livre”, este comparativamente são idênticos, sendo que o terceiro (EP) e quarto momentos (RL) musicais apresentam os maiores níveis, seguido do segundo momento musical *Rock & Roll* “Pesado” (RP) e por último com menor nível o primeiro momento musical, o Erudito “Leve” (EL).

Relativamente aos parâmetros negativos da Escala de Humor, os resultados são muito inferiores aos encontrados para o momento “antes” da experiência. Principalmente no que diz respeito aos estados de “aborrecido(a)” e “apático(a)” que são valores muito baixos da escala em torno do nível 2, sendo que o “aborrecido(a)” no segundo momento musical (RP), atinge o menor valor de toda a avaliação com uma avaliação de nível perto de 1. Os estados de humos de “ansiedade” e “sonolência” são idênticamente baixos nos diferentes momentos musicais, com valores entre os níveis 2 e 3 da escala de *Likert*, destacando-se o momento musical do RP, que faz baixar o estado de “sonolento(a)” para nível 2. A mesma evolução se verifica no estado de “cansado(a)”, onde as validações recaem no ponto intermedio da tabela (nível 3), exceção vai para o segundo momento musical (RP), com valor inferior (cerca de nível 2,5).

De forma geral verifica-se uma idêntica avaliação dos estados de humor dos participantes para o terceiro e quarto momentos musicais (Erudito Pesado e *Rock & Roll* Leve, respectivamente), verificando-se uma maior variação dos resultados para o segundo momento música (*Rock & Roll* Pesado), onde os participantes se manifestam mais “criativos”, menos “aborrecidos”, menos “sonolentos”, mas também menos “cansados”, mesmo relativamente ao momento inicial “antes” de iniciarem a atividade.

Relativamente à questão: “Qual foi o género musical que mais gosto?” a maior frequência de resposta foi o do segundo momento musical *Rock & Roll* “Pesado” (RP) com uma percentagem de escolha de 33,3%, seguido pelos momentos musicais Erudito “Leve” (25,0%) e Erudito “Pesado” (25,0%), com iguais valores e, por fim, o *Rock & Roll* “Leve” com 16,7% das respostas.

Alguns dos grafismos desenvolvidos ao som do momento musical *Rock & Roll* “Pesado” (RP), estão apresentados nas Figuras 2(a) e 3(a), assim como os resultados da estampa nas figuras 2(b) e 3(b), e a posterior peça confeccionada a partir da estampa figuras 2(c) 3 3(c).

**Figura 2**

Sequência da esquerda para a direita: Grafismos 1; Resultado final do Design de Superfície aplicado à estamperia; Peça Final criada a partir do tecido estampado (Fonte: própria dos desenvolvimentos dos alunos participantes – 2023).

**Figura 3**

Sequência da esquerda para a direita: Grafismos 2; Resultado final do Design de Superfície aplicado à estamperia; Peça Final criada a partir do tecido estampado. (Fonte: própria dos desenvolvimentos dos alunos participantes – 2023).

Verificou-se que tanto na alteração do estado de humor, que se destacam pelos sentimentos negativos (como aborrecido, apático, ansioso, cansado e sonolento), quanto na criatividade expressa nos grafismos desenvolvidos pelos participantes, a música do gênero *Rock & Roll* “Pesado” foi a que mais os influenciou no humor, para além de fornecer inspiração para os primeiros desenhos da experiência que se converteram em coleções de Moda. A título de exemplo das músicas ouvidas que foram criteriosamente selecionadas para este momento musical, constam *Thunderstrucks* e *Whole Lotta Rosie* de AC/DC, *Master of Puppets* dos Metallica, *All My Life* dos Foo Fighters, *Detroit Rock City* dos KISS, entre outros.

## 4. Considerações finais

A criatividade abordada como um processo de etapas e pensamentos, que, passa também por valorizar o ambiente criativo com o auxílio da música, criando assim um fator estimulador nos processos criativos em design de moda foi explorado neste estudo. Nos exercícios aplicados e na análise baseada em ritmos musicais (onde o *Rock & Roll* “Pesado” foi a preferência), para além da obtenção da sensação de melhoria dos sentimentos negativos durante a atividade prática, verifica-se que o ser criativo necessita experimentar algo novo e que pode buscar estímulos para a autorrealização. A criatividade como ferramenta potente e transformadora da humanidade, alimenta-se do proliferar de opções, do querer correr riscos, produzir coisas novas, o sair da zona de conforto de cada um, a persistência, a auto-motivação, o acreditar em “si” mesmo, e perceber que a criatividade leva sempre consigo uma espécie de triângulo, onde – a pessoa, o produto e a crítica – (do triângulo da criatividade, Ribeiro, 2018) são uma prática usual, e que leva ao desenvolvimento da inovação, principalmente por parte das gerações mais jovens. Como defende Eagleman (2020), os empregos que existirão daqui 20 anos, ainda nem temos designação para eles, e para ter êxito nesse futuro, precisamos cultivar a criatividade. Este estudo, prossegue buscando verificar melhores resultados em ambiente de ensino, onde os sistemas não evoluem com a mesma velocidade do que se passa ao redor, o caso, por exemplo, das novas tecnologias informáticas que têm um avanço muito veloz, “estamos num momento da nossa história em que o casamento da nossa biologia e da nossa tecnologia irá transcender as limitações...” (Eagleman, 2020, p.147). Novas experiências, mudanças, geralmente requerem novos pensamentos e desafios. E com este propósito, o estudo desenvolve-se de maneira a poder proporcionar não só uma experiência em sala de aula, mas também, um autorreconhecimento de quem participa, levando para si e possivelmente para outros locais, onde sempre é possível surgir desafios criativos. Os alunos de hoje estarão rapidamente na busca pelo mercado de trabalho nas suas áreas. E, espera-se sempre do profissional de Design, novas soluções, originalidade, ideias e inovações, e que a experiência seja mais uma ferramenta de apoio criativo.

## Agradecimentos

Este trabalho foi financiado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional através do Programa Operacional Competitividade e pela Fundação Nacional para a Ciência e Tecnologia de Portugal (FCT) no âmbito dos projetos UID/CTM/00264/2020 do Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil (2C2T) nas suas componentes Base e Programática (<https://doi.org/10.54499/UIDP/00264/2020>). Os autores gostariam ainda de agradecer aos alunos do curso de Licenciatura em Design e Marketing de Moda da Universidade do Minho do ano de 2023, pela colaboração no estudo.

## Referências

- Amabile, T., 1999. *Creativity and innovation in organizations*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Anderson, N., Potočník, P. & Zhou, J., 2014. *Innovation and creativity in organizations: a state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework*. *Journal of Management*, 40(5), pp. 1297-1333. <https://doi.org/10.1177/0149206314527128>
- Bahia, S., 2008. *Promoção de Ethos Criativos*. In M. F. Morais, e S. Bahia, *Criatividade: Conceito, Necessidades, Intervenção* (pp. 231-252). Raga: Psiquilibrios.
- Brunel, J., 2013. *Brunel Mood Scale (BRUMS): Instrumento para detecção precoce da síndrome do excesso de treinamento*. *Revista Brasileira de Medicina do Esporte*, [online] 19(5), pp. 351-357.
- Cunha, J., & Mattos, M.F.S.C.G., 2015. *Pesquisa e Formação em Moda*. SP: Estação L. Cores.
- Dias, T., Enumo, S. & Junior, R., 2004. *Influências de um programa de criatividade no desempenho cognitivo e acadêmico de alunos com dificuldade de aprendizagem*. *Psicologia em Estudo*, 9(3), pp. 429-437.
- Eagleman, D., 2020. *O Cérebro: a descoberta de quem somos*. 4.<sup>a</sup> ed. Alfragide: Lua de Papel.
- El-Murad, J. & West, D. C., 2004. *The definition and measurement of creativity: What do we know?* *Journal of Advertising Research*, 44(2), 188-201.
- Feldman, D.H., 1988. *Creativity: dreams, insights and transformations*. In: R. Sternberg, ed. *The nature of creativity*. Cambridge, NY: Cambridge University Press.
- Garcês, S.F., 2018. *Escala de Estilos de Pensar e Criar – Adaptação e Validação à População Portuguesa*. Dissertação de Mestrado em Psicologia da Educação, Universidade da Madeira.
- Guimarães, A., 2024. *Dopamina, Comunicação, Aprendizagem*. [online] Disponível em: <https://youtu.be/jQhrDA0Zebz?si=aLDWI-AAwg1AJlcd> [Acesso em: maio 2024].
- Kerner, N. & Pressman, G., 2008. *Marcas Cool*. 1.<sup>a</sup> ed. Alfragide: Lua de Papel.
- Lipovetsky, G., 2017. *A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Lisboa: Edições 70.
- Maroco, J., 2021. *Análise Estatística com o SPSS Statistics*. 8.<sup>a</sup> ed. Edições Report Number.

- Morais, M.F., 2015. *Criatividade: Conceitos e Desafios*. Artigo. Univ. Minho. Disponível: [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/42298/1/\\_matematica\\_20morais.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/42298/1/_matematica_20morais.pdf) [Acessado em 11 dez. 2024].
- Pereira, A.S., et al., 2018. *M593. Metodologia da pesquisa científica* [recurso eletrônico]. 1. ed. Santa Maria, RS: UFSM, NTE. ISBN 978-85-8341-204-5. [Acessado em 11 dez. 2024].
- Ribeiro, A., 2018. *O Mistério da Criatividade*. Porto: Edições Afrontamento.
- Torrance, E., 1988. The nature of creativity as manifest in its testing. In R.J. Sternberg, ed. *The nature of creativity: contemporary psychological perspectives*, pp. 43-75. New York: Cambridge University Press.
- Wechsler, S. M., 1998. *Avaliação multidimensional da criatividade: uma realidade necessária*. *Psicologia Escolar e Educacional*, 2(2), pp. 89-99.
- Wechsler, S. M. (2008). *Criatividade: Descobrimo e Encorajando*. Campinas: LAMP/IDB.

# **Sustentabilidade em Moda e Design**



# Estratégias para o ensino de sustentabilidade em cursos de Design de Moda

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.16>

**Bruna Lummertz Lima<sup>1</sup>, Suzana Barreto Martins<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, [bruna.lummertz@ifsc.edu.br](mailto:bruna.lummertz@ifsc.edu.br)

<sup>2</sup> Universidade Estadual de Londrina, [suzanabarretomartins@gmail.com](mailto:suzanabarretomartins@gmail.com)

## Resumo

Este trabalho propõe um guia didático para a implantação de estratégias para o ensino da sustentabilidade, com foco em cursos de graduação de Design de Moda. A pesquisa iniciada num levantamento bibliográfico acerca das publicações sobre o ensino de moda em periódicos nos últimos 12 anos culminou na criação de um questionário, que foi aplicado a 12 docentes e um questionário aplicado a 34 alunos de todo o país. A partir dos resultados obtidos, foram concebidas seis estratégias para implementação do ensino da sustentabilidade em Cursos Superiores de Moda, sendo elas: Estratégia 1: formação de professores; Estratégia 2: disciplina de sustentabilidade na moda; Estratégia 3: projeto político pedagógicos de cursos orientados à sustentabilidade: os projetos integradores; Estratégia 4: além da técnica: ensino sistêmico da sustentabilidade; Estratégia 5: desmaterialização do produto moda: o projeto de serviços – PSS voltado a moda sustentável; Estratégia 6: Ressignificação do trabalho de conclusão de curso: design de moda além do produto e Estratégia 7: Perfil de público-alvo: estudo de formas alternativas de consumo. Como resultado, espera-se contribuir com a formação de profissionais de moda para um contexto em sintonia com o desenvolvimento sustentável.

## Palavras chave

Estratégias; ensino de moda; sustentabilidade.

## 1. Introdução

Na atualidade, é amplamente reconhecido que o design é um fator importante que contribui para o sucesso das empresas devido ao seu potencial para aumentar a competitividade (Hertenstein et al., 2013). No entanto, estes profissionais acabam por ter uma importância ainda maior quando se fala na incorporação da sustentabilidade por empresas. Conforme Köhler et al. (2013), os designers atuantes na concepção de produtos pelo viés sustentável, têm dois caminhos a seguir: a) operacional: o profissional atua em melhorias incrementais dos produtos e b) estratégico: o designer busca conceber novos sistemas de produtos que visam integrar o tripé da sustentabilidade ao projeto.

Como papel, o designer precisa responder e atender às necessidades das pessoas, desenvolvendo produtos e serviços técnica e economicamente viáveis (Andrews, 2015). Na era da sustentabilidade, este profissional tem o desafio intensificado, visto sua responsabilidade em moldar a forma de como os produtos e serviços são construídos (Moreno et al., 2016), coordenando todo o processo de incorporação da sustentabilidade e construindo relações com um grande número de pessoas envolvidas, como costureiras, modelistas, cortadores, auxiliares e alta gestão da empresa.

O profissional de design de moda possui importância significativa na incorporação de preceitos de sustentabilidade em empresas de moda, bem como, na gestão e articulação desses processos, para que os mesmos sejam viáveis e eficazes.

Originado em uma pesquisa de Pós-Doutorado que buscava diagnosticar o ensino de sustentabilidade em cursos de Design de Moda no Brasil, este estudo propõe um conjunto de sete estratégias para o ensino de sustentabilidade ofertado em cursos de graduação em Design de Moda.

Dessa forma, para as autoras, essa inserção pode ser realizada de forma gradativa. Este trabalho apresenta as estratégias seguindo uma ordem de importância, em que espera-se contribuir, às coordenações de curso, em conjunto com seus núcleos docentes estruturantes – NDES e demais professores; que poderão articular e sistematizar a implantação das mesmas, visando formar profissionais melhor preparados para o mercado de moda.

Com relação ao seu desenvolvimento, o trabalho foi organizado em quatro etapas: A primeira evidencia a revisão de literatura sobre o tema em questão; a segunda apresenta o processo de pesquisa do trabalho e os dados coletados; a terceira traz a proposição das estratégias para o ensino de sustentabilidade e a quarta apresenta as considerações sobre o estudo.

## 2. Metodologia

Este trabalho iniciou-se em 2022, com o levantamento de trabalhos publicados nos últimos dez anos. O levantamento bibliográfico utilizou as palavras-chave: “ensino”,

“moda sustentável”, “ensino de moda”. A seleção da amostra participante se deu nas seguintes etapas: a) análise das publicações sobre o ensino de sustentabilidade em moda no Colóquio de moda; b) análise das publicações sobre o ensino de sustentabilidade em moda em periódicos, a partir de pesquisa no periódico Capes e no Google acadêmico; c) Levantamento de Grupo ou Linhas de Pesquisa registradas junto ao CNPq; d) análise do Congresso Colóquio de moda, especialmente quanto ao grupo de trabalho – GT de moda, sustentabilidade e inclusão também foi pesquisado.

Essa etapa da pesquisa permitiu que 13 docentes fossem selecionados, a partir de suas atuações como pesquisadores em grupos de pesquisa e as publicações na área, sobre as estratégias para o ensino e aprendizagem de alunos, em cursos de Graduação em Design de Moda em cinco Universidades Brasileiras. Essa seleção foi publicada por Lima; Martins (2022).

A partir da análise desses dados, identificou-se que seria necessário analisar a perspectiva dos alunos sobre o ensino de sustentabilidade nos cursos de Moda. Assim, foi elaborado um questionário na plataforma Google Forms, incluindo perguntas de múltipla escolha e questões abertas. Este formulário foi encaminhado para os docentes que participaram da primeira etapa da pesquisa, no mês de junho de 2023, via e-mail. Estes professores então, encaminharam o email aos seus alunos (Lima & Martins, 2023).



**Figura 1**  
Organização da pesquisa.

Com os dois resultados, publicados nos estudos de Lima; Martins (2022) e Lima; Martins (2023), chegou-se ao resultado deste trabalho, com a proposição de sete estratégias para o ensino da sustentabilidade em cursos de Design de moda, a ser apresentado na próxima seção do trabalho.

### 3. Estratégias para o ensino de sustentabilidade em cursos de graduação em Design de Moda

#### 3.1. ESTRATÉGIA 1: Formação de professores

Antes de debruçar sobre algum tipo de discussão sobre a implantação da temática, a mudança de matriz curricular ou a estruturação de projetos integradores nos cursos, dá-se início a esse capítulo das estratégias, abordando já de início, a questão mais importante e desafiadora: a formação dos professores.

Durante o percurso dessa pesquisa, tanto as publicadas nos congressos *Colóquio de Moda (2022, 2023)*, *Congresso Internacional de Moda e Design (2023)* bem como *Fashion & Sustainability (2022)* e a etapa de levantamento publicada no periódico *Modapalavra*, optou-se por direcionar e focar essa questão, que julga-se ser fundamental.

Diante da complexidade do tema, bem como, dos diversos tópicos que envolvem a formação de professores para a docência com foco na sustentabilidade, considera-se pertinente trazer a este trabalho alguns tópicos que possam nortear a implantação dessa estratégia.

Primeiramente, identificou-se no questionário aplicado com professores dois problemas importantes: a falta de base teórica e a falta do entendimento de conceitos sustentáveis (ex: desenvolvimento sustentável, ciclo de vida de produto, pilares ambiental, social, econômico, dentre outros). Nesse sentido, não há como desenvolver projetos com foco em sustentabilidade, se os próprios professores não dominam os conceitos existentes.

Para isso, estabelece-se aqui alguns formatos para a formação de docentes: cursos de extensão, palestras e incentivo a pesquisa, nos âmbitos escolar ou de pós-graduação.

##### 3.1.1. Curso de extensão

Como citado, a sustentabilidade em termos de temática, conceitos e aplicação é algo complexo. Dessa forma, sugere-se que as instituições de ensino ou as próprias coordenações dos cursos de Design de Moda possam realizar levantamentos junto aos professores dos cursos, para identificar quais são as temáticas que se apresentam como lacunas ou ainda, que os professores têm dificuldade de entendimento.

Após, recomenda-se elencar os tópicos por ordem de prioridade (do maior para o menor) e que sejam propostos cursos de extensão (de curta duração) com foco nesses assuntos. A ideia de “fatiar” as temáticas visa justamente facilitar a compreensão por parte dos professores e fazer cursos menores, visando realmente o aproveitamento, como por exemplo, curso de extensão sobre o ciclo de vida do produto.

### 3.1.2. Palestras

Em articulação ao formato anterior, e com o objetivo de subdividir os assuntos para a formação dos professores, é importante pensar que seja interessante propor palestras com profissionais, empresas ou pesquisadores especialistas em determinada área da sustentabilidade na moda.

### 3.1.3. Incentivo a pesquisa

Para esse formato, recomenda-se que as coordenações de curso, proponham, junto às direções de campus (institutos federais) ou pró-reitorias de pesquisa (universidades ou centro universitários) o desenvolvimento de editais que fomentem a pesquisa, seja por meio de projetos de pesquisa com viés sustentável ou direcionado a capacitação de professores por meio de pesquisas de mestrado, doutorado ou pós-doutorado, com foco em sustentabilidade.

## 3.2. ESTRATÉGIA 2: Disciplina de sustentabilidade na moda

Identificou-se durante o processo de pesquisa aplicada (questionário) que a maioria das instituições não possuem uma disciplina específica de sustentabilidade em cursos de design de moda obrigatória em sua matriz curricular. Em alguns casos estudados, a disciplina aparece com caráter optativo, em outros, não aparece.

Dessa forma, sugere-se que nos cursos de graduação em que essa disciplina não exista, seja realizado um estudo preliminar que possibilite sua implantação.

Para isso, propõe-se que a disciplina seja alocada no primeiro ano do curso de Graduação em Design de moda, que possua no mínimo 40 horas-aula e que contemple os seguintes conteúdos: definição de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, definição de moda sustentável, ciclo de vida de produto, dimensões ambiental, social e econômica, sistema-produto-serviço (PSS) e estratégias de design para sustentabilidade.

Salientamos que a obrigatoriedade dessa unidade curricular em Projeto Político Pedagógico (PPC) dos cursos deve estar alinhada ao discurso de embasar o desenvolvimento de projetos futuros dos alunos, com foco em sustentabilidade.

## 3.3. ESTRATÉGIA 3: Projeto político pedagógico de cursos orientados à sustentabilidade: os projetos integradores

Essa estratégia busca incentivar que os projetos de cursos superiores de Moda sejam pensados para incluir a sustentabilidade durante toda a formação dos alunos. As autoras Lima; Martins (2022; 2023) em trabalhos anteriores, identificaram que cursos de Moda possuem disciplinas de sustentabilidade, quando possuem, porém o ensino ocorre de forma isolada nessa disciplina ou ainda, em algum projeto de coleção, em parceria com alguma empresa.

Para tanto, essa estratégia propõe que os Núcleos Docentes Estruturantes dos cursos repensem os projetos e detalhe nos projetos pedagógicos, como as disciplinas irão ensinar sustentabilidade, a forma como cada uma irá contribuir com este ensino. A ideia é que cada semestre possa contar com um projeto integrador, onde as disciplinas daquele semestre colaborem com o projeto, dentro de sua especificidade. As disciplinas de gestão podem contribuir de forma mais estratégica, pensando no pilar econômico da sustentabilidade e social; as disciplinas práticas podem pensar no viés ambiental, nas escolhas de materiais e processos com menores impactos ao meio ambiente e as disciplinas projetivas, organizam o projeto.

### 3.4. ESTRATÉGIA 4: Além da técnica: ensino sistêmico da sustentabilidade

Nas pesquisas de Lima; Martins (2022; 2023) foi identificado que alguns cursos de Design de Moda desenvolvem projetos em parcerias com empresas ou organizações não governamentais, de modo a utilizar resíduos têxteis no desenvolvimento de novos produtos, especialmente a partir da estratégia de *upcycling*. No entanto, esse tipo de atividade é desenvolvida em projetos multidisciplinares ou de forma isolada em uma disciplina, mas não contempla uma visão mais sistêmica, durante todo o curso de graduação.

Neste sentido, a ideia desta estratégia é que os cursos, a partir de uma revisão dos Projetos Políticos Pedagógicos, possam pensar no ensino da sustentabilidade ao longo de todo o curso, de forma integrada, entre disciplinas teóricas e práticas. Nessa perspectiva, cada disciplina do curso contribui de uma forma e dá subsídio para o desenvolvimento de projetos, de maneira que a cada vez mais o ensino possa se distanciar da técnica, do produto tangível e possa dar conta dos três pilares da sustentabilidade: ambiental, social e econômico.

### 3.5. ESTRATÉGIA 5: Desmaterialização do produto moda: o projeto de serviços de moda sustentável

Observamos que ainda, muitos cursos de Design de Moda de nosso país ainda trabalham com o projeto de moda relacionado aos artigos tangíveis, materializados em produtos de vestuário, calçados ou acessórios.

Essa informação ficou clara em dois momentos da realização da pesquisa: a) no levantamento de estratégias aplicadas por professores, por meio de artigos publicados em congressos e periódicos de moda e b) nas respostas emitidas pelos docentes participantes do questionário aplicado via Google Forms.

Em ambos os casos, mostrou-se evidente que a maioria dos professores ainda desenvolve projetos com foco no desenvolvimento de produtos, que se utiliza de materiais menos poluentes ou mais amigáveis ao meio ambiente, ou ainda disciplinas que desenvolvem parcerias com organizações não governamentais ou empresas para desenvolvimentos de produtos com materiais excedentes ou reciclados.

Partindo de publicações de autores como Gwilt (2014), Fletcher; Goose (2011), entre outras, ressalta-se que uma alternativa para diminuição do consumo acelerado bem como do aumento de lixo têxtil no planeta se relaciona com a desmaterialização do consumo ou da posse de artigos e o design de serviços orientado à moda.

Já existe no Brasil, algumas iniciativas como a Roupateca que consiste em um sistema compartilhado de roupas e até mesmo o pioneiro *Sistema Banco de Resíduos Têxteis (BRT)*, que repassa roupas em bom estado por meio de cooperativas de reciclagem a pessoas em situação de vulnerabilidade social e que também realiza a reinserção de têxteis pós uso a cadeia produtiva, iniciativa esta, detentora de alguns prêmios como o *Design for a Fashion Word Awards (2022)* e *ecoAR, Inovação, Sustentabilidade e Moda (2023)*, na categoria Pós Consumo, Reinserção no processo produtivo (Ludwig, 2023).

No entanto, cabe aos docentes dos cursos de moda incentivar os alunos a desenvolver projetos que qualifiquem e diversifiquem ainda mais as possibilidades de serviços ofertados.

Mas para isso, é necessário formar professores para o entendimento das possibilidades de negócio aliadas à moda sustentável e ampliar as características dos projetos de moda aplicados nos cursos de Graduação.

### 3.6. ESTRATÉGIA 6: Resignificação do trabalho de conclusão de curso: design de moda além do produto

Como citado anteriormente e observado na aplicação de questionários com professores de cursos de Design de moda no Brasil, os projetos de moda desenvolvidos em cursos superiores ainda é diretamente relacionado ao desenvolvimento de produtos, especialmente vestuário.

Com intuito de ampliar ainda mais essa discussão e de debruçar na análise de alguns Ppcs de cursos, sobre a oferta e o formato dos trabalhos de conclusão de curso, apresenta-se aqui mais um entrave e contradição. Nesses casos, é colocado como obrigatório aos alunos o desenvolvimento de uma coleção de moda, normalmente de vestuário ou acessórios, em que alguns *looks* devem ser materializados.

Nesse caso, os alunos não são incentivados pelas ementas a proporem soluções inovadoras, que considerem serviços de moda, por exemplo.

Assim, recomenda-se que para essa estratégia seja revisto o formato dos TCCs de curso, possibilitando que os alunos desenvolvam pesquisas que produzam uma gama maior de resultados, para além da proposta de coleções de moda.

### 3.7. ESTRATÉGIA 7: Perfil de público-alvo: estudo de formas alternativas de consumo

Acredita-se fundamental inserir no desenvolvimento dos projetos de moda do cursos superiores, estudos que deem conta de formas alternativas de consumo, para além da posse, como preconizam autores como Manzini; Vezzoli (2008) e Vezzoli, Conti, Macri e Motta (2022). No entanto, esse estudo incentiva ainda mais o consumo e vai contra o que a academia incentiva, em termos de desmaterialização, de consumo e posse.

Assim, a ideia desta estratégia é pesquisar possibilidades de formas alternativas de consumo, como o aluguel de peças de vestuário e acessórios, o acesso de peças de segunda mão, de modo que os projetos desenvolvam não apenas produtos, mas também serviços que viabilizem o acesso a estes.

## 4. Considerações finais

Este trabalho apresenta uma proposição de estratégias para o ensino de sustentabilidade em cursos de Design de Moda, a partir de um processo de pesquisa bibliográfica, com o levantamento de grupos de pesquisa em ensino e sustentabilidade de moda, publicações na área em eventos e periódicos, além da pesquisa aplicada, que contou com a participação de professores e alunos das regiões Sul e Sudeste do Brasil.

A partir dos resultados das etapas anteriores, foi possível identificar lacunas e desenvolver estratégias que podem qualificar o ensino de sustentabilidade nos cursos de Graduação em Design de Moda, considerando pilares que perpassam a formação de professores, a revisão dos projetos políticos pedagógicos dos cursos, o desenvolvimento de serviços de moda como alternativas aos produtos, entre outros.

Cabe ressaltar ainda que os cursos superiores enfrentam um entrave, apresentado nos projetos políticos pedagógicos dos cursos, pautado na exigência das disciplinas de projeto e nos trabalhos de conclusão de curso em apresentar produtos confeccionados em detrimento a incentivar projetos criativos de novos serviços e modelos de negócios mais sustentáveis que atendam aos três pilares da sustentabilidade (ambiental, social e econômico).

Como mencionado no início da apresentação desta pesquisa, a ideia é fornecer um guia para que os cursos, considerando coordenadores, núcleos docentes estruturantes e demais professores possam pensar na incorporação dessas estratégias de forma gradual.

Para estudos futuros, recomenda-se que sejam realizadas novas pesquisas, considerando os resultados obtidos a partir da implantação dessas estratégias nos currículos das universidades.

## Referências

- Hertenstein; J. H; Platt M. B.; Veryzer, R. W. (2013). What Is “Good Design”? An investigation of the complexity and structure of design. *Design Management Journal*, v. 8, n. 1, pp. 8-21.
- Köhler, A. R.; Bakker, C.; Peck, D. (2013). Critical materials: a reason for sustainable education of industrial designers and engineers. *European Journal of Engineering Education*, v. 38. pp. 441-451.
- Andrews, D. (2015). The circular economy, design thinking and education for sustainability. *Local Economy*, 30(3), 305-315.
- Moreno, M.; De Los Rios, C.; Rowe, Z; Charnley, F. A. (2016). Conceptual Framework for Circular Design. *Sustainability*, v. 8, pp. 1-15.
- Lima, B. L. Martins, S. B. (2022). Sustainability In Fashion Design Courses:: strategies and tools for teaching.. In: *FASHION & SUSTAINABILITY*, 1. Lisboa. Book of Abstracts. Lisboa: Lusófona University, 2022. v. 1, pp. 22-23.
- Lima, B. L. Martins, S. B. (2023). Estratégias para o Ensino de Sustentabilidade em Cursos de Design de Moda. In: *Colóquio de Moda*. São Paulo: Abepem, 2022.
- Lima, B. L. Martins, S. B.(2023). Teaching Perspective: teaching fashion for sustainability in fashion design courses. *Advances In Fashion And Design Research II*, [S.L.], pp. 373-384.
- Gwilt, A. *Moda sustentável: um guia prático*. 1st ed. Gustavo Gili, São Paulo (2014).
- Fletcher, K; Goose, L. *Moda e sustentabilidade: design para mudança*. Senac, São Paulo (2011).
- Ludwig, A. (2023). O Perobal. Banco de Resíduos Têxteis é premiado em concurso no Rio Grande do Sul. Available at: <https://operobal.uel.br/premios/2023/09/01/banco-de-residuos-texteis-e-premiado-em-concurso-no-rio-grande-do-sul/> (Accessed: Outubro 2024).
- Manzini, E.; Vezzoli, C. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais*. 2nd ed. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo (2008).
- Vezzoli, Carlo; Conti, Giovanni Maria; Macrì, Luca; Motta, Martina. *Designing Sustainable Clothing Systems: the design for environmentally sustainable textile clothes and its product-service systems*. Milão: Franco Angeli (2022).



# Parasuli come progetto di upcycling indipendente e delocalizzato di moda in Italia

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.17>

**Maria Cristina Falsone<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli,  
mariacristina.falsone@unicampania.com*

## Abstract

Questo contributo esamina il caso studio di PARASULI, <sup>1</sup>un progetto di upcycling che trasforma ombrelloni da spiaggia dismessi in capi spalla. La proposta è nata da una *call to action* rivolta a organizzazioni non profit che hanno coinvolto attivamente la comunità locale nel recupero del materiale. La metodologia combina tecniche di riuso ed operazioni sartoriali per scomporre un oggetto utilizzato per scopi pratici in un oggetto di moda. La riflessione inoltre esplora il ruolo del fashion designer indipendente in un contesto non esclusivamente limitato ad un territorio centrale di moda e l'importanza del contributo di una comunità in un processo di design.

## Keywords

Upcycling; zero waste; fashion designer indipendente; attivismo.

---

<sup>1</sup> Chi scrive è l'autore di questo progetto.

## 1. Il contesto

L'upcycling è un termine frequentemente utilizzato nella progettazione di abbigliamento e nelle discussioni della produzione circolare. La storia dell'upcycling è la storia di come i designer, le produzioni e gli operatori tessili locali rispondono ai problemi globali della moda attraverso azioni coordinate e individuali. Le loro azioni sono informate dai movimenti globali dello *slow fashion*. Fletcher (2008) definisce l'*upcycling* come il processo di trasformare materiali di scarto o prodotti inutilizzati in nuovi di maggiore qualità o valore ambientale. L'*upcycling* può trasformare i rifiuti tessili in prodotti di valore che si definisce come pratica chiave per ridurre i rifiuti e promuovere la sostenibilità. L'*upcycling* si afferma come importante pratica della moda ed è qui inteso come forma di subcultura in relazione al fenomeno vintage che ha interessato il sistema del XXI secolo. Modificare un indumento usato, era una pratica comune, una consuetudine sartoriale molto diffusa nel passato per rinnovare soprattutto capi fuori moda. *Rags 1970* è stata un'importante rivista americana indipendente che documentava e praticava nuove forme di abbigliamento negli anni '70, in opposizione alla massificazione americana sorta alla fine degli anni '50 durante lo sviluppo capitalistico del secondo dopoguerra. Modificare un indumento usato, era una pratica comune, una consuetudine sartoriale molto diffusa nei secoli passati per rinnovare soprattutto capi fuori moda. *Rags 1970*, per esempio, è stata un'importante rivista americana indipendente che documentava e praticava nuove forme di abbigliamento negli anni '70, in opposizione alla massificazione americana sorta alla fine degli anni '50 durante lo sviluppo capitalistico del secondo dopoguerra. L'*upcycling* è un fenomeno attuale nel campo della moda, in continua evoluzione ed attualmente visibile soprattutto nelle produzioni di moda prêt-à-porter e nelle sperimentazioni tessili. Negli ultimi anni è considerato un megatrend ed una pratica attuale di moda sostenibile che riduce la necessità di nuove materie prime e diminuisce l'impatto ambientale dell'industria della moda che si delinea come un termine popolare nel design contemporaneo e un approccio al design della moda che offre la possibilità di commentare e migliorare l'attuale sistema globale di moda insostenibile. (Black, 2012). Questo processo non si limita al tanto necessario riciclo di tessuti di seconda mano, ma, a differenza del riciclo, aumenta il valore di questi materiali scartati e spesso stigmatizzati, creando nuovi e utili modelli di ispirazione. Black evidenzia come i designer contemporanei stiano adottando tecniche di *upcycling* per trasformare vecchi capi di abbigliamento e scarti tessili in nuovi prodotti di alta qualità, promuovendo così un'economia circolare. Questo approccio non solo prolunga la vita utile dei materiali, ma incoraggia anche un cambiamento culturale verso un consumo più consapevole e responsabile. Il processo di upcycling porta a creazioni uniche e innovative, e stimola la creatività dei designer ed in particolare offre ai consumatori prodotti con un valore aggiunto sia estetico che etico. Questo processo non è solo una soluzione pratica ai problemi ambientali dell'industria della moda, ma anche un'opportunità per ridefinire il concetto di lusso e sostenibilità nel settore. Infatti i processi creativi sono fondamentali per il successo dell'*upcycling*. I designer devono essere in grado di vedere oltre il materiale di scarto e riconoscere il potenziale nascosto in ogni materiale. Questo approccio a questo processo richiede una

combinazione di competenze tecniche, immaginazione e innovazione che offre una visione di come i processi creativi e innovativi possano trasformare i tessuti di scarto in prodotti di alto valore. Il suo lavoro sottolinea l'importanza del design non solo come strumento estetico, ma come mezzo per promuovere la sostenibilità e creare un impatto positivo sull'ambiente e sulla società (Early, 2015).

Un oggetto che deve essere etichettato come moda prima di raggiungere lo stato di consumo: deve essere riconosciuto come moda (Kawamura, 2005). Dalla sperimentazione al prodotto finale l'*upcycling* è dunque uno strumento utile per un fashion designer: può allungare la vita di un prodotto e ne definisce una nuova estetica innovativa. L'innovazione infatti è al cuore dell'*upcycling*: innovare significa non solo trovare modi nuovi e sostenibili per utilizzare i tessuti di scarto, ma anche creare prodotti che siano di moda e funzionali soprattutto aggiungendo un nuovo valore allo scarto attraverso la nuova vita del design. Questo valore aggiunto può essere estetico, funzionale o emotivo. I prodotti upcycled non solo recuperano materiale che sarebbe considerato rifiuto, ma lo trasformano in pezzi unici che raccontano una storia. Questo approccio aumenta il loro valore percepito e può contribuire a creare una connessione più profonda tra il consumatore e il prodotto. L'*upcycling* come pratica radicata nel movimento del *fai-da-te (DIY)*, enfatizza il riutilizzo delle risorse locali per creare oggetti di maggior valore, promuovendo il ritorno del ruolo di "prosumer") all'interno di un modello di produzione collaborativa. La metodologia progettuale di un fashion designer legata all'*upcycling* è quindi la capacità di sperimentare con nuove tecniche di lavorazione e design e dare nuova vita ai materiali destinati al rifiuto. La definizione del termine *upcycling* è stata formulata negli anni '90 e deriva dalla combinazione delle parole inglesi "up" (su) e "recycling" (riciclo). La prima apparizione documentata del termine risale al 1994, quando Reiner Pilz, un ingegnere meccanico tedesco, lo utilizzò in un'intervista con Thornton Kay, pubblicata nella rivista "SalvoNEWS". Pilz ha introdotto il concetto di "upcycling" come una pratica superiore al riciclo tradizionale, sottolineando la differenza tra la semplice trasformazione dei materiali in nuovi prodotti di qualità inferiore (downcycling) e la creazione di prodotti con un valore maggiore o migliorato a partire dai materiali di scarto. I prodotti upcycled recuperano materiale che sarebbe considerato rifiuto e li trasformano in pezzi unici che raccontano una storia. Questo aumenta il loro valore percepito e può contribuire a creare una connessione più profonda tra il consumatore e il prodotto. L'*upcycling* come una strategia fondamentale per massimizzare l'utilizzo dei materiali disponibili, eliminando completamente la produzione di rifiuti nel processo di creazione. Questo approccio innovativo non si limita semplicemente a trasformare vecchi capi di abbigliamento o scarti tessili in nuovi prodotti, ma si estende a una filosofia più ampia di progettazione e produzione che mira a sfruttare ogni parte del materiale in modo creativo ed efficiente (Rissanen, 2016). Ripensare a questa pratica, enfatizza il riutilizzo delle risorse locali per creare oggetti di maggior valore, promuovendo così il ritorno al ruolo di prosumer all'interno di un modello di produzione collaborativa e favorendo la condivisione di competenze e materie prime, per la generazione di benefici sociali ed economici. Questa esperienza come strumento da parte dei designer da un lato si definisce come pratica critica e

dall'altro come pratica simbolica in risposta al consumismo di massa perché promuove sostenibilità, creatività e collaborazione comunitaria.

## 2. Il caso studio

Questo paper approfondisce la nascita del progetto PARASULI ideato da chi scrive. PARASULI è una collezione di *upcycling* di capi spalla riciclati da ombrelloni da spiaggia sviluppata a partire da una call to action, un invito ad un'azione collettiva con un'associazione non profit che si occupa della tutela delle spiagge locali di Agrigento (territorio di provincia siciliano dove è nato il progetto). L'invito suggeriva da un lato un'azione collettiva di protezione di un luogo e dall'altro un'azione da parte di un designer attraverso la creazione di un prodotto di moda da un oggetto recuperato. Dopo la call, il designer è stato contattato da locali che hanno aderito all'iniziativa prestando il loro contributo. Tra questi alcuni hanno portato la copertura del proprio ombrellone (la cui struttura era in disuso) ed hanno chiesto la personalizzazione di un capo. Questa collaborazione è stata fondamentale perché ha permesso al designer di entrare in contatto diretto con chi ha aderito all'azione ed espresso il desiderio di contribuire personalmente. Subito dopo la progettazione del primo prototipo, il designer ha deciso di presentare una collezione sotto un'etichetta che riflettesse appieno i valori della sua identità. Questo percorso ha evidenziato l'importanza della collaborazione nei progetti di moda, poiché, la moda come processo sociale non è il risultato del lavoro di un singolo individuo, ma piuttosto di un collettivo di persone coinvolte nella sua produzione, rendendola un'attività collettiva (Kawamura, 2005). Le collaborazioni possono assumere molte forme, tra cui partnership tra designer, brand, artisti e persino consumatori, rappresentando un mezzo cruciale per l'innovazione, la sostenibilità e la democratizzazione della moda. Queste riflessioni hanno spinto l'autore a considerare il proprio ruolo di fashion designer e a interrogarsi sul significato del termine, ponendosi le seguenti domande:

Queste riflessioni hanno spinto l'autore a considerare il proprio ruolo di fashion designer e a interrogarsi sul significato del termine, ponendosi le seguenti domande:

*Chi è un fashion designer indipendente? Quale sono i contributi dei designers in una comunità?*

Per comprendere meglio queste domande nel contesto della moda italiana è utile ripensare alla figura del fashion designer che è stata importante per la sua storia nella seconda metà del XX secolo. Il fashion designer infatti ha sempre giocato un doppio ruolo: è stato centrale nel sistema moda, anche se dal ha gradualmente iniziato a perdere potere. Pur non richiedendo un'abilitazione specifica, è profondamente influenzato da dinamiche di legittimazione e riconoscimento nel mondo della moda. Gli stilisti non solo creano immagini attraverso le loro collezioni, ma costruiscono e curano attentamente la propria immagine e il proprio brand.



**Figure 1**  
Call to Action,  
PARASULLI, novembre  
2022.

Questa doppia funzione di creazione e costruzione dell'immagine è cruciale nel contesto contemporaneo della moda.

Oggi, l'importanza di un network di supporto e collaborativo attorno al fashion designer è cresciuta considerevolmente. Questo network include non solo altri designer, ma anche media, influencer, buyer e consumatori. La connessione e l'interazione all'interno di questo network possono influenzare notevolmente la carriera e il successo di uno stilista. Tuttavia, l'espansione e la complessità di questi network possono anche comportare una perdita di controllo e di potere per lo stilista individuale. Il mito dello "stilista geniale" e autonomo, che opera in isolamento per creare opere straordinarie, viene messo in discussione. La realtà odierna dimostra che il successo di uno stilista dipende sempre più dalla capacità di navigare e gestire le dinamiche di un ampio e articolato network, piuttosto che solo dalla pura genialità creativa. La riflessione attuale si concentra, quindi, sul bilanciamento tra la creatività individuale e le influenze e pressioni esterne generate dal network professionale e mediatico. La figura dello stilista diventa così un nodo all'interno di una rete complessa, dove il riconoscimento e il potere sono il risultato di interazioni e strategie molto più ampie rispetto al passato (Kawamura, 2005). Il fashion designer è una figura lontana dall'idea di genio e fama ma molto vicina a contesti geografici lontani dalle grandi

capitali della moda, anonimi e decentrati (Vaccari, 2014). L'obiettivo delle riflessioni è quello di offrire un'alternativa al modello agiografico della storia della moda, che si basa sulla singolarità delle esperienze di alcuni fashion designer. In questo contesto, lo stilista è visto come una figura sia centrale che decentrata. Specificare il proprio ruolo come progettista della moda è stato il primo passo critico e problematico per definire la prospettiva futura del progetto dell'autrice. Nel capitolo "Iper locale, quasi globale" del libro *What If? Prove di Futuro Moda*, si esplora il ruolo della moda in relazione alla marginalità provinciale, considerata come un nuovo territorio per la creazione di un Made in Italy autentico. L'Italia, con il suo insieme di province, rappresenta un territorio autentico e collegato, soprattutto in relazione al sapere artigianale. Il progetto PARASULI è un esempio di come l'autore ed il progettista affronta sfida tematiche di attivismo vicinie a *Fashion Revolution* il movimento della "Rivoluzione della moda" formato da attivisti che credono in una diversa industria della moda capace di rispettare i diritti umani e l'ambiente in tutte le fasi del ciclo produttivo.

La visione del progetto PARASULI si basa su alcune azioni: Ricercare, Riattivare, Scomporre e Ricomporre, con l'obiettivo di dare valore a ciò che lo ha perso. Il progetto mira a riattivare un segmento della moda attraverso una produzione indipendente, con un oggetto che rappresenta un elemento di moda come il capospalla. Durante la progettazione, il primo prototipo ha suggerito come questi capi potessero essere parte di un'intera collezione. Il cartamodello è stato sviluppato a partire da una giacca maschile dal taglio workwear, trasformata in base alla necessità progettuale della struttura dell'ombrellone. Le forme sono state scomposte e sono stati accostati diversi pesi e grammature delle stoffe, dei pattern e dei colori disponibili per la copertura dell'ombrellone e la collezione. L'approccio zero waste è evidenziato dal recupero dell'intero tessuto in eccesso, utilizzato per creare cappucci removibili che fungono da accessori intercambiabili. Oltre alla sua attenzione al recupero e alla sperimentazione artigianale, PARASULI racconta un immaginario legato alle vacanze estive, creando un oggetto che evoca un racconto.

### 3. Riflessioni conclusive

Il paper ha cercato di dimostrare come il progetto PARASULI dimostra come materiali di scarto, quali gli ombrelloni da spiaggia dismessi, possano essere trasformati in capi di moda distintivi e sostenibili, promuovendo così principi di economia circolare e design responsabile. La ricerca e l'implementazione di tecniche innovative sono state fondamentali per esplorare il potenziale dei materiali di scarto e per sviluppare un metodo di design che integra creatività e rigore scientifico. Un aspetto cruciale del progetto è il coinvolgimento della comunità di Agrigento. La partecipazione attiva di questa comunità ha non solo fornito materiali preziosi, ma ha anche contribuito a instaurare un senso di appartenenza e responsabilità condivisa verso la sostenibilità ambientale. Questo dimostra che il design della moda può essere concepito come un'impresa collettiva, capace di generare impatti positivi sia a livello locale che globale. Il progetto illustra un modello di consumo moda che promuove una maggiore consapevolezza e responsabilità ambientale. Attraverso il recupero e la

riutilizzazione dei materiali di scarto, il progetto contribuisce alla riduzione dei rifiuti e alla creazione di prodotti caratterizzati da un valore estetico e simbolico aggiunto. In conclusione, PARASULI stimola una riflessione critica sulla concezione e il consumo della moda, proponendo un modello che valorizza le risorse locali, minimizza gli sprechi e coinvolge attivamente le comunità. Questo approccio offre un contributo significativo alla costruzione di un futuro in cui la moda è sinonimo di responsabilità ambientale e innovazione sociale.



**Figure 2**  
PARASULI SS 2024.

## Referenze

Black, S., 2012. *The Sustainable Fashion Handbook*. Londra: Thames & Hudson.

Earley, R., 2015. *Upcycling Textiles: Adding Value through Design*. Londra: Routledge.

Fletcher, K., 2008. *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. Londra: Earthscan.

Kawamura, Y., 2005. *La moda*. Milano: Il Mulino.

Rissanen, T., & McQuillan, H. (2020). *Zero Waste Fashion Design*. Bloomsbury Publishing.

Vaccari, A., 2014. *La moda nei discorsi dei designer*. Roma: Carocci Editore.

Vaccari, A. e Franzo, P., 2018. *What If? Prove di futuro moda*. Milano: Edizioni Clima.

# Passaportes Digitais de Produtos, uma reflexão para aplicação às pequenas e médias empresas de Moda

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.18>

**Adrielle Morais<sup>1</sup>, João Oliveira<sup>2</sup>, Ana C. Broegas<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Departamento de Engenharia Têxtil,  
Universidade do Minho, Guimarães, Portugal,  
aadriellemorais@gmail.com

<sup>2</sup> CITEVE – Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário de Portugal,  
Vila Nova de Famalicão, Portugal,  
joliveira@citeve.pt

<sup>3</sup> Departamento de Engenharia Têxtil,  
Universidade do Minho, Guimarães, Portugal,  
cbroega@det.uminho.pt

## Resumo

Os Passaportes Digitais de Produtos (Digital Product Passport – DPP) foram apresentados pela União Europeia como uma das respostas para aumentar a circularidade das indústrias, visando facilitar o acesso às informações associada a um produto desde a produção da matéria-prima ao seu descarte. As Pequenas e Médias Empresas no setor têxtil representam uma parcela significativa na Europa e desempenham um papel crucial na economia e inovação do setor. A adoção dos Passaportes Digitais de Produtos poderá representar um desafio para as empresas do setor, mas também fortalecerá a competitividade, promovendo uma economia mais sustentável e circular. Focando nas Pequenas e Médias Empresas portuguesas, o estudo examina como estas podem preparar-se para a implementação dos Passaporte Digital de Produto, enfatizando a importância do *ecodesign* e a necessidade de otimizar processos produtivos, desde a escolha de materiais até a logística, para atender às novas exigências. Assim, é indicada uma lista de Critérios de Insumos que possibilita a implementação do Passaporte Digital de Produto nas Pequenas e Médias Empresas. Com isso, é necessária uma revisão da metodologia de produção, seguindo os princípios de *ecodesign* e a implementação de um sistema de contagem para um Passaporte Digital de Produto eficiente.

## Palavras-chave

Passaporte Digital de Produto; *ecodesign*; empresas de moda; sustentabilidade; indústria têxtil e vestuário.

## 1. Introdução

O Passaporte Digital de Produto (*Digital Product Passports – DPP*) é uma das respostas da União Europeia na tentativa de aumentar a circularidade na produção e no consumo de produtos. A partir de 2027, os DPP serão introduzidos gradualmente, com a indústria têxtil sendo uma das áreas prioritárias para sua implementação (GS1, 2022).

Por outro lado, o setor têxtil é composto na sua maioria por pequenas e médias empresas (PME), devendo este começar a preparar-se para a implementação destes passaportes e para o impacto desde nos processos de produção, de criação, de logística, entre outros.

Este trabalho tem como objetivo avaliar, sob a perspetiva deste pequeno e médio produtor de moda, como se preparar para a chegada do passaporte digital de produtos de moda.

### 1.1. O mercado têxtil em Portugal e EU – Pequenas & Médias empresas de confeção

A Indústria Têxtil e de Vestuário (ITV) desempenha um papel fundamental na economia da União Europeia (UE), contribuindo significativamente para a geração de empregos, inovação e sustentabilidade. A ITV é uma das principais fontes de emprego na UE, com mais de 160 mil empresas entre os setores Têxtil, Vestuário, Couro e Calçado (TVCC), representando mais de 1,5 milhões de empregos na EU (Banco de Portugal, 2022). Entretanto, mais de 99% das empresas dos setores TVCC são pequenas e médias empresas (PME) (Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2024).

Este setor é também um motor de inovação, desenvolvendo constantemente novos materiais e tecnologias para melhorar a eficiência e a sustentabilidade de seus produtos e processos. O impacto económico é vasto, com a indústria contribuindo significativamente para o PIB europeu e sendo uma importante fonte de exportações (Direção-Geral da Atividades Económicas, 2018).

Portugal, por sua vez, é um dos principais produtores de TVCC na Europa, sendo uma indústria vital para a economia do país. A exemplo do que acontece na Europa, as empresas das indústrias TVCC em Portugal variam em tamanho, mas, segundo os dados de 2022, 99,37% destas eram PME, representando um volume de negócios de 79,1% e empregando 86,06% das pessoas no setor (Banco de Portugal, 2022).

As PME de Confeção de moda em Portugal são numerosas e desempenham um papel essencial. Existem milhares de PME que contribuem para a diversidade e inovação no setor, muitas vezes especializando-se em produtos de alta qualidade e design inovador. Essas empresas são fundamentais, não só para a economia portuguesa, mas também para a manutenção e desenvolvimento de técnicas tradicionais de produção têxtil, que são parte integrante do património cultural do país. Estas são

responsáveis por uma grande parte das exportações têxteis do país, ajudando a fortalecer a economia nacional e a posicionar Portugal como um importante abastecedor no mercado global de moda. Além disso, as PME são vitais para a criação de empregos e desenvolvimento económico em diversas regiões, contribuindo para a coesão social e económica do país.

Por estes motivos, este trabalho foca-se nas PME do setor do vestuário em Portugal, ao analisar e propor sugestões para a implementação dos Passaportes Digitais de Produtos neste segmento. Espera-se assim contribuir significativamente para a preparação e adaptação das PME às novas exigências, fortalecendo a sua competitividade no mercado global e promovendo uma economia mais circular e sustentável.

## 1.2. Sustentabilidade da Indústria Têxtil e Vestuário

A má gestão dos recursos do planeta provocou a perda da sua capacidade de regeneração necessária para manter a biodiversidade e, conseqüentemente, a qualidade de vida dos seres humanos (Langley et al., 2023). O ecossistema do planeta não se consegue mais regenerar dentro dos prazos previstos, uma vez que a humanidade tem usado mais de 74% dos seus recursos naturais disponíveis (“Earth Overshoot Day,” 2021). O aumento da população mundial, a concorrência económica internacional, o consumo rápido e elevado, e a produção em formato linear são alguns dos principais fatores que comprometem o consumo dos recursos naturais de forma desequilibrada (Comissão Europeia, 2022).

O consumo de têxteis na União Europeia tem apresentado resultados alarmantes quanto à sustentabilidade. Ao se analisar o ciclo de vida global dos produtos têxteis, esses resultados tornam-se alarmantes, desde o consumo de recursos hídricos, a ocupação do solo e o uso de produtos químicos com impactos negativos no ambiente, até as emissões dos transportes uma vez que a maioria dos têxteis utilizados na UE são importados de longas distâncias (Langley et al., 2023).

Numa comunicação do Comité Económico e Social Europeu, prevê-se que até 2030, é esperado um aumento de 63% no consumo de produtos têxteis na UE, totalizando cerca de 102 milhões de toneladas. Uma estimativa preocupante, visto que, em média, 5,8 milhões de toneladas são descartadas por ano na UE (Comissão Europeia, 2022).

Na UE, cerca de 81% dos têxteis são de vestuário, ou seja, grande parte deste resultado provém do conceito de moda rápida (*fast fashion*), em que as peças são cada vez mais precocemente descartadas e substituídas por novas tendências. A moda rápida propõe uma variedade de modelos com preços muito baixos, contribuindo para a rotatividade e descarte de produtos (Comissão Europeia, 2022).

A relação da indústria têxtil com a sustentabilidade é cada vez mais estreita. A adoção de práticas de ecodesign e a implementação de um Passaporte Digital de Produto são exemplos de como o setor está se adaptando às demandas por maior

transparência e responsabilidade ambiental. O DPP irá simplificar o acesso a informações específicas dos produtos relacionadas à sustentabilidade, circularidade e conformidade legal, permitindo que os consumidores façam escolhas mais informadas e conscientes (European Parliament, 2024).

### 1.3. Legislações aplicadas

União Europeia (EU) tem buscado promover legislações com o foco na sustentabilidade. A indústria têxtil vem sendo submetida a diversas regulamentações para diminuir o impacto ambiental gerado, buscando aumentar a rastreabilidade e a transparência no ciclo de vida dos produtos.

A Diretiva 2008/98/CE, conhecida como a Diretiva-Quadro, redige a gestão de resíduos dentro da União Europeia. Ela estabelece os princípios básicos de manejo de resíduos, priorizando a prevenção, a reutilização e a reciclagem sobre a eliminação e promove uma orientação preferencial para resíduos (Cruz, 2017). Em Portugal, a diretiva foi transposta para a legislação nacional através do Decreto-Lei n.º 73/2011, que define as bases para o sistema nacional de gestão de resíduos, responsabilizando os produtores e gestores pela destinação adequada dos resíduos (Diário da República, 2011).

A Lista Europeia de Resíduos (LER) foi adaptada na Portaria n.º 209/2004. Assim, esse é um dos principais reguladores referente a indústria têxtil e tem como objetivo a classificação de resíduos têxteis de acordo com os códigos estabelecidos na LER, auxiliando a identificação, o manejo e a contabilização de diferentes tipos de resíduos (Diário da República, 2004).

Dentro da UE, as empresas têxteis seguem legislações que as obrigam a fazer uma triagem dos resíduos gerados ao longo da cadeia de abastecimento, como o Decreto-Lei n.º 152-D/2017. A triagem tem grau de complexidade, dependendo do porte e capacidade técnica de cada empresa. Depois deste processo a legislação impõe que sejam entregues a operadores licenciados, que ficarão responsáveis pelo manejo desses resíduos, podendo ser valorizados ou eliminados adequadamente (“Plano Estratégico de Gestão de Resíduos Industriais [PESGRI]”, 2016).

A valorização, conforme estabelecido pela Portaria n.º 209/2004, pode envolver operações de reciclagem ou reutilização, designadas pelo código de operação R13, referente ao armazenamento de resíduos para valorização futura. Considera os resíduos como matérias-primas para novos produtos, desenvolvendo uma economia circular (Diário da República, 2004).

### 1.4. *Ecodesign*

Para o desenvolvimento de uma economia circular, foi criado o regulamento de Design Ecológico para Produtos Sustentáveis que visa reduzir o impacto ambiental dos produtos (European Commission, 2024). O foco está em criar produtos mais duráveis,

de melhor qualidade, fácil reparação, reutilização e reciclagem, dando ênfase ao *ecodesign* como uma possibilidade de alcançar o resultado esperado tanto em termos de desempenho físico do produto desenvolvido na União Europeia, quanto de transparência na informação, com a aplicação do Passaporte Digital de Produto (GS1, 2022).

O *ecodesign* tem um papel importante na transição para a economia circular, considerando o desenvolvimento do produto com o objetivo de reduzir o impacto ambiental ao longo do seu ciclo de vida. Este tem em consideração algumas características importantes para um produto sustentável, como a durabilidade, que pode reduzir a frequência de reposição, garantindo um tempo de vida útil equivalente à proposta de qualidade exigida e à fiabilidade dos produtos; capacidade de atualização e reparação, permitindo a fácil recuperação, manutenção e renovação do produto; reutilização, com um design que permita a reciclagem de matérias têxteis e aviamentos e a reciclagem do produto no final da sua vida útil, incluindo a necessidade de redução de químicos ou materiais tóxicos e a possibilidade de uma produção com redução da pegada de carbono e hídrica. Os princípios do *Cradle to Cradle* (C2C), ISO 14062 e ISO 14001 são também fundamentais para o *ecodesign* (European Commission, 2024).

O ciclo de vida de um produto afeta diretamente o seu desenvolvimento. É necessário fazer escolhas em relação ao tipo de fibras e misturas, aos aviamentos e aos tipos de produtos/acabamentos químicos, pois interferem na reutilização e na reciclagem do produto. Atualmente, apenas 1% de todo o têxtil do mundo é reciclado e, dentro da União Europeia, somente 20% dos têxteis são reaproveitados, geralmente com perda de valor (Comissão Europeia, 2022). Assim, há uma enorme quantidade de resíduos, que na sua maioria são descartados em aterros a céu aberto em países mais pobres (Cicconi, 2020).

Assim, o *ecodesign* define requisitos de conceção ecológica e de acesso a dados para produtos. Os Passaportes Digitais de Produtos (DPP) terão um papel crucial nisso, ao proporcionar transparência e rastreabilidade ao longo de toda a cadeia de valor. Estes permitirão que as informações detalhadas sobre a composição, origem, manutenção e descarte dos produtos estejam acessíveis, facilitando a reutilização, reparação e reciclagem (European Commission, 2024).

## 2. Passaporte Digital de Produto

O conceito do DPP foi introduzido pela União Europeia (UE) com o objetivo macro de transformar a produção industrial linear em uma produção industrial circular (Comissão Europeia, 2022) e exposta de forma transparente. O DPP consiste numa reunião de informações da produção de uma peça, desde a matéria-prima até a venda, e em torná-las públicas e de fácil acesso. O objetivo é possibilitar que o consumidor faça uma escolha de consumo baseada em dados de sustentabilidade uniformizados, proporcionando um desenvolvimento sustentável na compra e utilização dos produtos (Adisorn et al., 2021).

Para alcançar este objetivo, é necessário um enorme esforço de promoção e aperfeiçoamento da rastreabilidade, transparência e interoperabilidade das informações ao longo de toda cadeia de valor e o ciclo de vida do produto. Até aos casos de reparo, manuseio final do produto, o DPP deve garantir e promover essa rastreabilidade. Portanto, vai além da produção circular, abrangendo toda a economia, possibilitando a transmissão de informações como de gestão dos resíduos, da vida útil do produto, reutilização, atualização, reparação e reciclagem dos descartes finais (BCG, 2023).

Assim, o DPP conseguirá unir informações de requisitos de *ecodesign* aos dados dos produtos, alcançando o resultado de conceção ecológica. Este não funcionará como uma ferramenta de rastreabilidade apenas, mas dependendo da necessidade de informações mais detalhadas poderá ter informações rastreadas (Adisorn et al., 2021). Pode ter informações como pegada de carbono, pegada hídrica, utilização de produtos químicos na sua produção, entre outras. Estas informações são relevantes para a conscientização de consumo e devem ser medidas em todo o processo produtivo e estar refletidas no DPP final do produto (Parlamento Europeu, 2024).

Ao recolher e centralizar informações cruciais, o DPP simplificará a comunicação entre diferentes partes interessadas, desde fabricantes até consumidores finais, promovendo uma maior transparência e responsabilização em toda a cadeia de produção. Este sistema não só facilitará a tomada de decisões mais informadas e sustentáveis, mas também ajudará a garantir que os produtos atendam aos padrões legais e ambientais exigidos (European Commission, 2024).

## 2.1. A aplicação prática do DPP

O conjunto de dados a serem disponibilizados pelo DPP serão definidos de acordo com especificações da Comissão Europeia (CE) e estarão disponíveis por meios que podem ser acedidos eletronicamente. Esse conjunto de informações pode ser referenciado por itens, lotes ou modelos de produto (CIRPASS, 2024).

As informações constantes deverão ser de duas vertentes que se complementam: "O quê" e "Como". As informações que caracterizam o produto e distinguem o modelo, lote e item deverão existir para todos os grupos de produtos de forma horizontal, sendo informações "padrões" para qualquer grupo com DPP. As informações específicas para cada grupo de produto deverão ser baseadas em legislações direcionadas para aquele grupo específico e deverão refletir os aspetos de produção, logística, desempenho e fim de vida, mostrando ao consumidor todas as informações relevantes (European Commission, 2024).

As informações deverão ser divididas dentro da cadeia de produção entre modelo, lote e item, além de produtos específicos que deverão ter o seu identificador exclusivo. Esses dados serão disponibilizados de acordo com a necessidade de conhecimento. Dependendo do setor ou do tipo de produto, a granularidade da informação pode variar. Na indústria têxtil, por exemplo, o nível de detalhamento pode chegar até o lote, sem grandes prejuízos para o controle da informação, exceto em casos de

alta-costura ou produções muito pequenas, onde pode ser necessário trabalhar no nível do item. Assim, deve-se informar o identificador do produto, identificador do operador da instalação, identificador de registo (não público) e identificador económico (European Commission, 2024).

## 2.2. Produção – cadeia de abastecimento

A cadeia de abastecimento da moda é complexa e envolve várias etapas. A eficiência e a sustentabilidade dessa cadeia são essenciais para garantir que as empresas de moda possam atender às expectativas dos consumidores em termos de qualidade, inovação e responsabilidade ambiental. Cada etapa do processo, desde as matérias-primas até a distribuição do produto final, desempenha um papel crítico na garantia da qualidade e sustentabilidade do produto (Rodrigues Nassimbem et al., 2023).

A utilização do Passaporte Digital de Produto pode ser extremamente benéfica na garantia de qualidade, permitindo o acesso a informações detalhadas sobre materiais e práticas de produção sustentáveis. Portanto, o passaporte de um produto de moda deverá ser um “acumulado” de informações de todos os componentes daquele produto durante toda a cadeia produtiva (Adisorn et al., 2021).

Entretanto, para este trabalho utilizaremos a cadeia complexa em três etapas fundamentais: produção dos materiais, design e produção da peça. Esta divisão permite uma melhor compreensão do papel dos principais intervenientes no processo e qual a sua contribuição para o DPP do produto de moda.

Considerando as empresas de confecção, a fase de produção dos materiais não está enquadrada, ou seja, as informações referentes a essa fase do processo já estariam disponíveis para a empresa, ao adquirir os materiais. O processo de desenvolvimento de um produto de moda, dentro das empresas de confecção começa, então, na fase de design, onde designers de moda trabalham na produção de esboços e protótipos. Esta etapa envolve a pesquisa de materiais, técnicas de produção e a consideração de fatores ambientais para garantir que o design não só seja esteticamente agradável, mas também sustentável (Calvi et al., 2019). O DPP facilitará a escolha de materiais com menor impacto ambiental, ajudando os designers a tomar decisões informadas (Adisorn et al., 2021).

A produção das peças de moda pode ser realizada internamente ou terceirizada para fabricantes especializados. A produção inclui várias etapas, como o corte dos moldes no tecido, a costura, a aplicação de acabamentos/estampas e a inspeção da qualidade. Cada uma dessas etapas deve ser cuidadosamente gerida para garantir a eficiência e a minimização de resíduos e de impactos (Silveira Horn et al., 2013). A integração de tecnologias avançadas e práticas sustentáveis é essencial para otimizar a produção. Isso inclui o uso de máquinas de corte automatizadas para reduzir o desperdício de tecido, a implementação de sistemas de gestão de energia para diminuir o consumo energético e a adoção de processos de tingimento/estamparia/acabamentos ecológicos sobre as peças para reduzir a poluição hídrica. O DPP também terá um

papel destacado nesta fase. Herdando as informações das etapas anteriores, será possível verificar o desempenho da produção em vista dos indicadores gerados na etapa de design.

O uso do Passaporte Digital de Produto ajudará, portanto, a garantir que todas as práticas ao longo da cadeia sejam transparentes, rastreáveis e alinhadas com os princípios de sustentabilidade.

### 3. Trabalho empírico

Para alcançar uma resposta positiva à aplicação de um DPP a um produto é necessário seguir alguns pontos importantes.

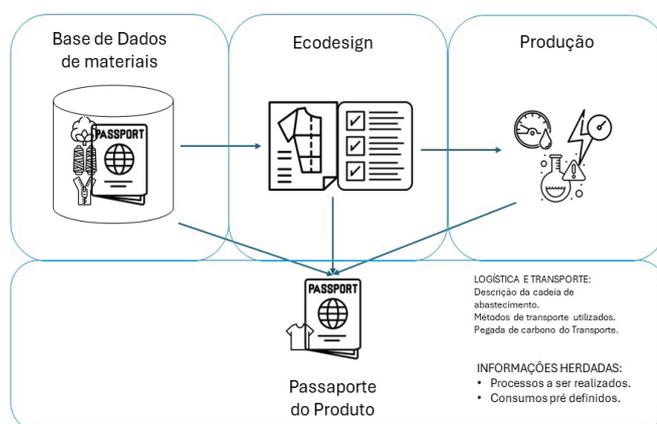
Partindo do próprio design e concepção do produto, existem alguns requisitos como: Princípios de design de moda para a sustentabilidade nomeadamente design de peças multifunções, personalizáveis; *one-size-fits-all*, *zero waste patterns*, com menos consumo de material ou otimização do mesmo, etc.; Seleção dos materiais, que deve ser pensado através do ciclo de vida do produto, permitindo estender a vida útil dos mesmos, ou a sua fácil reciclagem, assim como uma fácil identificação das matérias-primas e fácil desmontagem e reutilização; Preferir materiais biológicos, ou pelo menos monomateriais (de uma só composição). Em caso de utilização de mistura de matérias-primas, deseja-se que sejam facilmente separáveis respeitando os ciclos naturais e/ou técnicos dos materiais (segundo os princípios da economia circular).

O próprio sistema de produção precisa otimizar os consumos, nomeadamente hídricos, de energia, de matérias, etc., só assim é possível reduzir as emissões e garantir uma boa gestão de recursos. A redução de emissões, deve ser uma preocupação não só na produção, mas principalmente nos transportes, que devem ser inovadores (utilização de energias renováveis). A tecnologia é um aliado na eficiência e sustentabilidade, sendo importante transmitir uma mensagem ecológica e de difusão da importância do design sustentável.

Estes pontos são importantes para o desenvolvimento dos produtos mais sustentáveis dentro da TVCC. No entanto, no âmbito do DPP é importante entender que dentro de uma indústria de moda, os produtos passam por várias etapas a serem analisadas. Neste artigo é abordada uma etapa importante para todo o processo de desenvolvimento do produto que é a produção de vestuário.

Enfatizando a indústria de moda, ela pode ser dividida em dois pontos importantes: o desenvolvimento do produto e a cadeia de abastecimento (Figura 1). Considerado que as informações gerais da matéria-prima do produto já tenham o seu DPP, a este ponto é necessário o desenvolvimento do DPP do design do produto até à sua venda. O desenvolvimento do produto pode ter algumas ordens alteradas, mas para este estudo será considerado o exemplo com as seguintes fases: Planeamento de Coleção, Conceito e Pesquisa de Mercado (baseado também no conhecimento do público-alvo), Seleção de Materiais e Aviamentos, Desenvolvimento do Produto,

(modelação do protótipo, corte do protótipo e aprovação). Estes são os processos dentro de um desenvolvimento de design que acresce as regras de pensar de uma forma sustentável. Depois de todo o processo de design e aprovação da coleção, vem o processo de produção, que passa por escalonamento de moldes (para os diferentes tamanhos), processo de planeamento e otimização do plano de corte e o respetivo corte (dos colchões de entendimento), preparação para a costura, e a costura propriamente dita, acabamentos (corte de linhas, passagem a ferro), controlo de qualidade, embalagem, expedição e logística de transporte. Para além disto, o processo de produção precisa levar em consideração (contabilizando) todos os gastos e economias com resíduos, gastos energéticos e de responsabilidade social.



**Figura 1**  
 Panorama do DPP para PME. Fonte: Próprio Autor.

Na indústria da moda (do vestuário e confeção em particular) é importante que as leis da União Europeia estabeleçam e divulguem as diretivas sobre a sustentabilidade de uma forma clara, visto que são pontos em que as PMEs precisam de orientação para acompanhar o mercado e os critérios em relação aos resultados pretendidos com o Passaporte Digital de Produto.

### 3.1. Critérios para avaliação de boas práticas (DPP da linha de produção)

Para esta parte foi pensada uma lista de identificação de entradas e saídas ao longo de um processo produtivo, (que poderá ser usada como *checklist*), considerados critérios orientadores para a avaliação dos insumos\* do processo de produção de uma confeção, com os pontos a serem acompanhados e analisados (quantitativamente), de forma a compor as informações para o DPP (Tabela 1).

**Tabela 1**

Lista de critérios de insumos para contabilizar no DPP (*checklist*).

**1. Planeamento: Design e Criação**

Entrada no sistema	Processo	Saída do sistema
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energia elétrica;</li> <li>- Ar (climatização);</li> <li>- Consumo de economato;</li> <li>- Custos administrativos e de mão-de-obra especializada</li> </ul>	Planeamento de coleção, Pesquisa de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emissões atmosféricas;</li> <li>- Geração de resíduos sólidos (retalhos e embalagens diversas, etc.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energia elétrica;</li> <li>- Ar (climatização);</li> <li>- Consumo de economato;</li> <li>- Consumo de matéria-prima e aviamentos;</li> <li>- Custos administrativos e de mão-de-obra especializada</li> </ul>	Design e Criação da Coleção	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emissões atmosféricas;</li> <li>- Geração de resíduos sólidos (retalhos e embalagens diversas, etc.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energia elétrica;</li> <li>- Ar (climatização e ar comprimido);</li> <li>- Consumo de papel, cartão, (consumíveis), plástico, etc.;</li> <li>- Consumo de matéria-prima (fios, tecidos, aviamentos, etc.);</li> <li>- Custos administrativos e de mão-de-obra especializada</li> </ul>	Desenvolvimento do Produto (Modelagem e Prototipagem)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emissões atmosféricas;</li> <li>- Geração de resíduos sólidos (retalhos de tecidos, papel, embalagens diversas);</li> <li>- Geração de efluentes líquidos (lavagem de peças).</li> </ul>

**2. Produção e Cadeia de Suprimentos**

Entrada	Processo	Saída
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energia elétrica;</li> <li>- Ar (climatização, ar comprimido);</li> <li>- Consumo de papel;</li> <li>- Consumo de Matéria-prima (fios, Tecidos, aviamentos);</li> <li>- Custos administrativos e de mão-de-obra especializada</li> </ul>	Preparação ao Corte e Corte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emissões atmosféricas (caldeira e climatizador interno);</li> <li>- Geração de Resíduos (de matéria-prima, aviamentos, retalhos, papel, embalagens diversas, etc.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energia elétrica;</li> <li>- Ar (climatização e ar comprimido);</li> <li>- Consumo de matérias-primas, plástico;</li> <li>- Custos administrativos e de mão-de-obra especializada</li> </ul>	Produção do produto Confeção e acabamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emissões atmosféricas;</li> <li>- Geração de Resíduos sólidos (de matéria-prima, aviamentos, retalhos e embalagens diversas, etc.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energia elétrica;</li> <li>- Ar (climatização e ar comprimido);</li> <li>- Consumo de papéis;</li> <li>- Consumo de produtos acabamento de peças (químicos, água, etc.);</li> <li>- Custos administrativos e de mão-de-obra especializada</li> </ul>	Beneficiamentos (lavagens, estamparias, processos químicos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emissões atmosféricas;</li> <li>- Geração de resíduos sólidos (retalhos e embalagens diversas, etc.);</li> <li>- Geração de efluentes líquidos (lavagem de peças).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Matéria-prima (tecidos e aviamentos)</li> <li>- Consumo de papel, cartão, plástico, etc.;</li> <li>- Consumo de água</li> </ul>	Indicação de reaproveitamento dentro da produção	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reutilização possíveis e criação de novos produtos com matéria-prima</li> </ul>

### 3. Controle de Qualidade e Distribuição

Entrada	Processo	Saída
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energia elétrica;</li> <li>- Ar (climatização e ar comprimido);</li> <li>- Consumo Matéria-prima (fios e tecidos), plástico;</li> <li>- Custos administrativos e de mão-de-obra especializada</li> </ul>	Acabamento (aplicação de aviamentos, limpeza e separação)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emissões atmosféricas;</li> <li>- Geração de resíduos sólidos (retalhos e embalagens diversas, etc.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transporte;</li> <li>- Custos administrativos e de mão-de-obra especializada</li> </ul>	Distribuição	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emissões atmosféricas;</li> <li>- Geração de resíduos sólidos (retalhos e embalagens diversas)</li> </ul>

\*Os insumos são bens ou serviços utilizados na produção de um outro bem ou serviço, tais como matérias-primas, bens intermediários, uso de equipamentos, capital, horas de trabalho, etc., necessários para produzir mercadorias ou serviços. É tudo aquilo que entra no processo (*'input'*), em contraposição ao produto (*'output'*), que é o que sai.

Diante desta lista de critérios, o desafio passa por encontrar a forma de quantificação e recolha destes parâmetros, de modo a poderem ser tratados informaticamente, para poderem integrar o DPP.

## 4. Considerações finais

A confeção de moda pode ser considerada o início e o fim do processo de desenvolvimento do produto, sendo muitas vezes responsável por dar início ao pedido de produção e por guiar toda a cadeia até à finalização do produto de moda. Portanto, as confeções desempenham um papel crucial na implementação do desenvolvimento de produto de moda.

A implementação do DPP nas Pequenas e Médias Empresas (PME) de confeção de moda é viável e essencial. Para isso, é necessário que estas empresas revejam as suas metodologias de produção, seguindo princípios de *ecodesign*, como o uso de mono matéria-prima numa mesma peça, adotem um sistema que permita obter informações precisas de consumos e descartes, separação de resíduos por secções e por tipologia dos materiais e o entendimento dos ciclos químicos e biológicos dos materiais. E que possam simultaneamente integrar esses dados com informações anteriores de toda a cadeia de abastecimento, destacando a importância e a necessidade dessa integração para a implementação do DPP.

Um sistema eficaz que deve incluir a monitorização de entradas e saídas, a quantificação de desperdícios e gastos com materiais, a pesagem de resíduos têxteis, e a orientação para o destino correto destes desperdícios. A informatização deste processo é fundamental para uma contabilização precisa e para a integração dos dados.

A Lista de Critérios de Insumos (*Checklist*) permitirá, através de um sistema informatizado, indicar as entradas e saídas de gastos e estabelecer modos de contagem eficientes. Este processo precede a informatização destas informações, permitindo a centralização dos dados e facilitar a disponibilização de informações relevantes.

Este estudo aborda as informações de forma geral, que as PME devem considerar durante a produção. No entanto, ainda está em discussão o tipo de informação que deverá ser fornecida ao cliente final, o formato desta e as tecnologias necessárias para a disponibilizar. Essas questões estão fora do escopo deste trabalho uma vez que a informação disponível ainda é muito escassa.

As prospetivas futuras deste trabalho passam por fazer um estudo de caso onde já se deem os primeiros passos na implementação e análise digital dos dados coletados de uma forma contínua, e que forneça uma orientação ativa para a implementação do DPP. Estes estudos permitirão um aperfeiçoamento constante dos processos de recolha de dados na produção, contribuindo para a sustentabilidade e eficiência da indústria da moda.

## Agradecimentos

Este trabalho foi financiado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional através do Programa Operacional Competitividade e pela Fundação Nacional para a Ciência e Tecnologia de Portugal (FCT) no âmbito dos projetos UID/CTM/00264/2020 do Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil (2C2T) nas suas componentes Base (<https://doi.org/10.54499/UIDB/00264/2020>) e programática (<https://doi.org/10.54499/UIDP/00264/2020>).

## Referências

Adisorn, T., Tholen, L., Götz, T., 2021. Towards a Digital Product Passport Fit for Contributing to a Circular Economy. *Energies* 14, 2289. <https://doi.org/10.3390/en14082289>

Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2024. Parceiros sociais europeus das indústrias têxtil, vestuário, couro e calçado fixam prioridades para o próximo mandato da UE [WWW Document]. URL <https://atp.pt/pt-pt/parceiros-sociais-europeus-das-industrias-textil-vestuario-couro-e-calcado-fixam-prioridades-para-o-proximo-mandato-da-ue/> (accessed 6.30.24).

Banco de Portugal, 2022. Análise setorial da indústria dos têxteis e vestuário [WWW Document]. URL <https://bpstat.bportugal.pt/conteudos/publicacoes/1292> (accessed 6.30.24).

BCG, 2023. Enabling circularity through transparency\_Introducing the EU DPP (2).pdf.

- Calvi, G.C., Furlan, A.P., Linke, P.P., 2019. Moda E Sustentabilidade: O Que Pensam Futuros Profissionais Da Área De Design. *Modapalavra e-periódico* 12, 146-170. <https://doi.org/10.5965/1982615x12262019146>
- Cicconi, P., 2020. Eco-design and Eco-materials: An interactive and collaborative approach. *Sustainable Materials and Technologies* 23, e00135. <https://doi.org/10.1016/j.susmat.2019.e00135>
- CIRPASS, 2024. Intersectorial e setorial roteiros específicos de DPP.
- Comissão Europeia, 2022. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité das Regiões.
- Cruz, H.I.S.S., 2017. Sustentabilidade na moda: estudo da interface entre os resíduos limpos da indústria têxtil e vestuário e as indústrias criativas. Universidade do Minho, Guimarães, Portugal.
- Diário da República, 2011. Ministério do Ambiente e do Ordenamento do Território.
- Diário da República, 2004. Ministérios da Economia, da Agricultura, de Desenvolvimento Rural e Pescas, da Saúde e das Cidades, Ordenamento do Território e Ambiente.
- Direção-Geral da Atividades Económicas, 2018. Indústria Têxtil e Vestuário Sinopse 2018.
- Earth Overshoot Day [WWW Document], 2021. . Earth Overshoot Day. URL <https://overshoot.footprintnetwork.org/> (accessed 7.10.24).
- European Commission, 2024. Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR).
- European Parliament, 2024. Digital Product Passport in the textile sector.
- GS1, 2022. The-DPP-ApparelTextile-Industry-Briefing-Document (1).pdf.
- Langley, D.J., Rosca, E., Angelopoulos, M., K amminga, O., Hooijer, C., 2023. Orchestrating a smart circular economy: Guiding principles for digital product passports. *Journal of Business Research* 169, 114259. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114259>
- Parlamento Europeu, 2024. O impacto da produção e dos resíduos têxteis no ambiente.
- Plano Estratégico de Gestão de Resíduos Industriais (PESGRI). [WWW Document], 2016. URL <https://apambiente.pt/> (accessed 8.24.24).
- Rodrigues Nassimbem, R., Piva Linke, P., Do Bem, N.A., 2023. Consumo de vestuário: análise das motivações do consumidor fast fashion e slow fashion. *REAMD* 7, 1-21. <https://doi.org/10.5965/25944630732023e3595>

Silveira Horn, B., Meyer, G.C., Ribeiro, V.G., 2013. Reflexões sobre o uso de metodologias de projeto de produto no desenvolvimento de coleção de moda. *ModaPalavra* 6, 155-177. <https://doi.org/10.5965/1982615x06122013155>

## **Mini artigos**



# Vestir al enemigo: El antagonista pagano en la pintura de Bernat Martorell (1427-1452)

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.19>

**Guadaira Macías Prieto<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Universitat de Barcelona, [guadairamacias@ub.edu](mailto:guadairamacias@ub.edu)*

## Resumen

Para muchos artistas góticos la moda, que denota la pertenencia a un contexto social determinado –clase, edad, género–, fue una estrategia habitual para construir a sus personajes, también desde el punto de vista moral. Este estudio analiza como Bernat Martorell (doc. 1427-1452), uno de los pintores más destacados del final de la Edad Media en el Reino de Aragón, define al magistrado pagano, enemigo del santo cristiano, pero aun así custodio de la ley y representante del orden establecido, mediante ropas, tocados y accesorios que delatan su condición hostil sin renunciar a su alta posición social. El antagonista pagano de san Jorge, Lucía, Vicente o Eulalia viste las ropas de un elegante prohombre catalán del siglo XV híbridadas con los tocados, en parte imaginados, de un notable musulmán. De este modo, la vestimenta contribuye de forma radical a actualizar la historia lejana y reforzar la alteridad coetánea, identificando al enemigo de siglos atrás con el Otro presente y actual.

## Palabras clave

Moda; alteridad; islam; gótico; pintura; Bernat Martorell.

## 1. La moda en la pintura gótica: realidad y símbolo

El estudio de los usos en el vestir a lo largo de la baja edad media presenta la dificultad derivada de los escasos restos conservados, la complejidad terminológica –por lo que respecta tanto a las prendas como a los materiales– y de descripciones a menudo vagas en las fuentes documentales y no siempre realistas en las literarias (Blanc, 1995). También en la pintura nos enfrentamos al complejo encaje entre realidad y ficción. A lo largo de los siglos XIV-XV vemos como en la representación de la vestimenta se superponen sin excluirse los valores simbólicos –del color, el material o la hechura– y el interés creciente por la captación de la realidad material y, por tanto, de las ropas y complementos tal como existieron y fueron usados. Ambos aspectos conviven en la pintura del barcelonés Bernat Martorell (documentado entre 1427 y 1452), uno de los artistas más relevantes de su época en la Corona de Aragón (Molina, 2003; Ruiz, 2005).

## 2. Identidad y mensaje a través de la vestimenta en Martorell

En la pintura de Martorell, enraizada en el gótico internacional pero capaz de incorporar, en su última etapa, acentos del nuevo realismo flamenco, observamos un particular interés por remarcar la clase social o la edad a partir de prendas que parecen tener un notable anclaje en los usos vestimentarios coetáneos. Los colores sobrios y las tocas cubren a las viudas, mientras que los prohombres visten suntuosas ropas largas ribeteadas de piel y se representan con minuciosidad los brocados y bordados de las vestiduras litúrgicas (para las que Martorell proveyó diseños). Pero el interés simbólico no es ajeno a los intereses del artista: así, los sayones y verdugos que torturan a los mártires revelan su condición marginal y su pobreza moral a través de la pobreza material de sus cuerpos cubiertos por harapos. En la caracterización de los magistrados paganos de quienes emanan las condenas de esos mismos santos, por su parte, coexisten también el interés por la representación de la realidad y un elaborado mensaje simbólico.

### 2.1. De magistrado pagano a juez musulmán: una cuestión de tocados

A la hora de caracterizar a estos personajes Martorell parece tener dos objetivos: actualizar al enemigo pagano, vinculándolo con adversarios de la cristiandad más familiares para sus espectadores, y reflejar, a la vez, tanto la alta categoría social del personaje como su radical antagonismo respecto al santo. Para ello, por un lado, renunciará a su notable capacidad caricaturesca –patente en los verdugos– para ofrecernos imágenes de hombres nobles y reflexivos, que visten las ropas elegantes propias de la clase alta del segundo cuarto del siglo XV, ostentan insignias de poder político y militar como cetros o espadas y cargan abultadas bolsas limosneras o escarcelas, símbolo de su capacidad económica. Por otro lado, sin embargo, estos

personajes se cubrirán con tocados orientalizantes: turbantes y capirotos decorados con grafías pseudoárabes y otros símbolos que indican su radical alteridad, la pertenencia a una fe enemiga.

Aunque la “orientalización” y la “islamización” serán recursos empleados puntualmente por otros artistas catalanes y tendrán un cierto peso en la escuela pictórica valenciana del gótico internacional –probablemente debido a su contexto histórico– en Martorell constituyen una estrategia consistente a lo largo de toda su carrera. El artista recurre a la islamización del mundo pagano en algunos de los calvarios que coronan sus retablos o en escenas como el enfrentamiento entre los cristianos de Siponto y los paganos de Nápoles del *Retablo de san Miguel* de la Poblade Cérvoles (Macías 2012b, Museo Diocesano de Tarragona), pero con mayor asiduidad en las comparencias de los mártires ante los magistrados. Entre los conjuntos de la década de 1430 destacan –pese a la dificultad para ordenar cronológicamente la producción martorelliana– el magnífico y disperso *Retablo de san Jorge*, probablemente procedente de la capilla del Palacio de la Generalitat de Barcelona (Macías y Cornudella 2012, conservado en el Musée du Louvre, The Art Institute de Chicago y Philadelphia Museum of Art); el *Retablo de santa Lucía* (Macías, 2012a, dos compartimientos en el MNAC y el resto en colección privada) o el *Retablo de san Vicente* de Menàrguens (MNAC, 015797-CJT). Tanto Magnencio, el personaje que vigila el cumplimiento de las torturas impuestas a san Jorge (Macías, 2022; Didi-Huberman, Garbetta y Morgaine, 1994), como el cónsul Pascasio que se enfrenta a Lucía o el pretor Daciano que condenará a san Vicente visten largas ropas ribeteadas de piel, suntuosos cinturones y escarcelas con flecos dorados y ostentan la espada, símbolo de su poder para ejercer la justicia. Estas ropas, que encajan con las que podía vestir un rico prohombre barcelonés durante el segundo cuarto del siglo XV (Maranges, 1991, Aymerich, 2011), y que, por tanto, resultaban familiares a los espectadores de la época, ayudándoles a la decodificación del mensaje, se combinan, en todos los casos, con tocados que incluyen un turbante blanco o de tejido claro, a veces listado, muy diferente al «mazzocchio» o «cappuccio a foggia» italianos o al «chaperon» habitual en ámbito francés y Norte-europeo (Beaulieu y Baylé, 1956) y un remate cónico, cuyo vínculo con el mundo islámico queda reforzado por la escritura pseudoarábiga que los decora (Fig.1). En algunos casos se añaden a los turbantes y capirotos, que también caracterizan a los integrantes del séquito de los jueces, bestezuelas vinculadas al mal –dragones y escorpiones– y símbolos del mundo hebreo, como la estrella de David. De hecho, Martorell también emplea los turbantes islamizantes para caracterizar a los judíos que insisten a Pilatos en condenar a Cristo en obras como la Predela de la Pasión de la catedral de Barcelona.

**Figura 1**

Detalle del Martirio de san Vicente del retablo de Menàrguens (MNAC, 015797-CJT); Detalle de un martirio de san Jorge (Musée du Louvre, RF1572); Detalle del Martirio en la hoguera de santa Lucía (MNAC, 200795-000).



En el original Juicio de san Jorge, por otra parte, donde el santo, de espaldas al espectador, pasa casi desapercibido frente al emperador Diocleciano entronizado, este aparece tocado con un sombrero cónico que, a diferencia de los de sus cortesanos, no se decora con grafías de inspiración árabe, sino con tres diademas que remiten a la triple tiara propia del papa, de quien el emperador pagano se convierte así, visualmente, en contrafigura (Fig. 2).

**Figura 2**

Detalle del emperador del Juicio de san Jorge (Musée du Louvre, RF1572) y detalle de san Pedro del compartimiento central del retablo de Púbol (Museu d'Art de Girona, MD289).



En definitiva, prendas y accesorios, inspirados en la realidad coetánea, pero reformulados imaginativamente, ayudan a Martorell a actualizar el relato y a expresar de manera consistente la alteridad radical de los enemigos de la fe cristiana. La moda se convierte en su pintura en una estrategia artística fundamental para expresar una visión particular del mundo: maniquea y jerárquica, pues interesa definir con precisión no solo el carácter perverso de los enemigos, sino también su estatus social y su capacidad de agencia.

## Referencias

Aymerich, M. (2011). *L'art de la indumentària a la Catalunya del segle XIV*, tesis doctoral, Universitat de Barcelona. Accesible en: <http://hdl.handle.net/10803/35680>

Beaulieu, M y Baylé, J. (1956). *Le costume en Bourgogne. De Philippe le Hardi à la mort de Charles le Téméraire (1364-1477)*. París: Presses Universitaires de France.

Blanc, O. (1995). "Histoire du costume: l'objet introuvable", *Médiévales*, 29, pp. 65-82.

- Didi-Huberman, G., Garbetta, R. y Morgaine, M. (1994). *Saint George et le Dragon: versions d'une légende*. Paris: Adam Biro.
- Macías, G. (2012)a. "Bernat Martorell. Dos compartiments d'un retaule de santa Llúcia" en Cornudella, R. (dir.) *Catalunya 1400. El gòtic internacional*. Barcelona: MNAC, pp. 198-201
- Macías, G. (2012)b. "Bernat Martorell. Retaule de sant Miquel" en Cornudella, R. (dir.) *Catalunya 1400. El gòtic internacional*. Barcelona: MNAC, pp. 204-207
- Macías, G. (2022). "Jutges malfactors i reus lleials: estratègies de caracterització en la pintura de Bernat Martorell" en *La Justícia a la Catalunya Medieval, VII Seminari d'Estudis Medievals*. Hostalric: Ajuntament d'Hostalric, pp. 164-178.
- Macías, G. y Cornudella, R. (2012). "Bernat Martorell i la llegenda de sant Jordi: del retaule als brodats", *Locus Amoenus*, 11, pp. 19-53
- Maranges, I. (1991). *La indumentària civil catalana, segles XIII-XV*, Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.
- Molina, J. (ed.) (2003). *Bernat Martorell i la tardor del gòtic català: el context artístic del retaule de Púbol*. Girona: Museu d'Art de Girona.
- Ruiz, F. (2005). "Bernat Martorell" en Ruíz, F. (coord.) *Pintura II. El corrent internacional, L'art gòtic a Catalunya*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, pp. 228-246.



# Artistic research as hacking: Analysing similarities of modes and methods through the observation of the experimental fashion project *T-Typo*

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.185.20>

**Martina Alia Mascia<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> IUAV University of Venice, [mamascia@iuav.it](mailto:mamascia@iuav.it)

## Abstract

The article connects hacker culture with artistic research in fashion, highlighting how both areas share methods of producing and disseminating knowledge. Three key connecting points are highlighted: the unfinished thinking; the exploration phase through trial-and-error; the undisciplined use of tools. These shared elements are further emphasized by analyzing the experimental fashion project *T-typo*, which employs an artistic research methodology resulting in a form of hacking design practice. In *T-typo*, the shared key features between hacking and artistic research are identified and observed from a fashion design perspective.

## Keywords

Hacker culture; artistic research; methodology; fashion design; critical thinking.

## 1. Introduction

Although widely used in institutional settings, meaning art institutions, academies, and universities, artistic research is an approach characterized by a “methodological openness” and by the absence of a pattern for validation (Serig, 2012). It embraces ambiguity and “unfinished thinking” (Borgdoff, 2011), indicating that the focus is more on the insights you get from the creative process and from the confrontation with other researchers, rather than on the finished piece of art.

The dissemination of “bits of knowledge” and research paths is indeed constitutive of the methodology, as it allows researchers to exchange feedback and generate a proliferating network (Bazzichelli, 2006) of research and resources.

Similarly, hacker culture is not just about “doing things differently”; it is a way of operating that grows within the community rather than with the singular hacker and that works with an open-source ideology. In hacker culture, documentation is indeed pivotal to share bits of code with other peers, as it allows them to acknowledge the frictions (Groten, 2019) and bugs in the process. Knowledge exchange constitutes an important, generative tool within the phenomenon.

By briefly isolating three key features shared by hacker culture and artistic research, this article aims to highlight that a hacker attitude can also be found in experimental fashion design projects that employ artistic research as their main methodology. The experimental fashion project *T-typo* is used as a case study to further highlight this methodological resonance.

The three key features listed below are strictly intertwined and outline the two methodologies as ways of doing and researching that use “existing functions, subsystems and parts by creating patchwork and crossover techniques” (Von Bush, 2008, p. 63), and that thrive on collective effort.

### 1.1. The unfinished thinking

Differently from product-driven design research, where the goal is to come to a finished product, artistic research embraces an unfinished (Borgdoff, 2011), sometimes ambiguous approach to research, conceived as an ongoing process that encounters milestones rather than final results. This approach contributes to making the research an open path in continuous evolution, where other people can jump in and provide new understandings and developments. The sharing aspect is intrinsic in both hackers’ and artistic researchers’ attitudes, which, far from being monologues, are in constant dialogic dynamism (Loveless, 1989).

That is why, to share the research with the community, there is a need for evidence and documentation. Documentation makes it easier for other people to access, intervene, modify, and keep disseminating the research started by somebody else. The research conducted by the individual feeds on the confrontation with its own

ecology of interest. In that sense, both the artistic researcher and the hacker somehow share the ownership of their research with their peers.

## 1.2. The exploration phase through trial-and-error

As highlighted by theorist Janneke Wesseling (Wesseling, 2016), in artistic research the research questions pursued by the artist-researcher emerge directly from their practice. It is a methodology focused on discovery rather than hypothesis testing, which is why defining the starting point by formulating research questions is less useful than undertaking an exploration phase. In such an approach, the outcomes of the exploration phase widely embrace serendipity and the unknown and are closely related to qualitative aspects such as materials, tools, and methods employed.

For this reason, resistance encountered throughout the process of making provides insights to the researcher and play an important role in the advancement of the research. Likewise, hackers are used to the frustration of the trial-and-error phase. Hackers' approach to coding, programming, and reverse engineering is one of trial-and-error, a patient strategy that is "a direct result of encountering resistance, over and over again. (...) It is the thin line between frustration and pleasure that is important to understand when describing a hacker's mode of production" (Groten, 2019, p. 239).

## 1.3. The undisciplined use of tools

Artistic researchers appropriate, mix, and reverse engineer (Von Bush, 2008) different research methods and approaches, which results in a set of methodological strategies tailored on their practice. This multi-method approach makes the artist-researcher a "bricoleur" (Serig, 2012, p. 128), an (un)disciplined practitioner.

Artist-researchers often appropriate methods both from established and experimental research contexts and move fluidly between them. This liminal attitude resonates with hackers, which often "plugs" into (informatic) systems to redirect their functions (Von Bush, 2008, p. 59) actively intervening and (un)making digital tools and platforms.

Both methodologies employ a hands-on engagement, and often use tools and materials improperly to generate new insights, making them "available for other meanings, other appropriations, other play" (Ploeger, 2022, p. 207). This (un)disciplined approach, especially in artistic research, fosters the development of practices that re-use and re-elaborate pre-existing materials and tools, questioning conventional ways of designing.

As highlighted by Otto von bush, hacker culture "is more about using existing functions, subsystems and parts by creating patchwork and crossover techniques, rather than creating something entirely new or truly unique" (Von Bush, 2008, p. 63).

To observe the concrete application of the above-mentioned key features in fashion, the experimental fashion project *T-typo* will be briefly analysed. The project employs an artistic research methodology, moving across fashion, publishing, and creative writing.

#### 1.4. *T-typo*

*T-typo* is a constantly growing repository of printed garments founded by Martina Alia Mascia and Alice Alloggio, functioning as a research tool and creative space for experimental writing and publishing. Most of the contents printed on the garments contained in the repository are text-based. The pieces of the collection are used for historical and material research and loaned to whomever is interested in using them. The pieces are also employed for workshops and collective activations that focus on exploring the garment as a “writing prop”. Specifically, we select the piece to be collectively activated based on its potential for redesign, re-signification, and discussion. Once the piece is selected, we may suggest creative writing strategies or textile print techniques, but we no longer have control over the design process.

Whether through digital means or hands-on engagement, participants are invited to expand upon the published content of the piece – cut-up, fold-in, collage, scanner art, digital interventions, creative writing. In the *T-typo* activations, participants engage in an undisciplined crossover of DIY techniques from both garment-making and book-making, utilizing tools and methods from both disciplines.

The content printed on the garment is collectively altered and the reader-wearers simultaneously engage with the texts *written* by others, generating a flux of correspondences and transforming the garment into a wearable network. The new piece is “collectively built upon” (Von Bush, 2006, p. 29), and so is its authorship. The initial prompt is hacked by appropriating and altering its brand naming and aesthetic, and each participant contribution blurs into each other’s in a co-dependent semiotic relationship. Just like hackers, participants in the project rearrange bits of text and images to create a new page, a garment with a new semantic value.

Moreover, in *T-typo* the outcomes of the making process are not intended as definitive endpoints but rather as single steps in a wider net (Bazzichelli, 2006, p. 72) of creative experimentation. The aim of the project is to generate a network of reader-wearers open not only to participate in the process individually, but also to engage in a broader (text)ile dialogue where each one can access to the work of everyone else.

The practice of *T-typo* unfolds through the methodology of artistic research, promoting a transdisciplinary approach to making and thinking. The project can be conceived as a “hacked” way of designing and doing fashion, where existing materials are re-designed (Von Bush, 2008, p. 63) to offer a different perspective on both the disciplines of fashion and publishing. By “improperly” using an existing textile production, the *T-typo* garments take on a new use and function. The pieces are garments, publications, and examples of collective authorship.

This feature prompts a reflection on the impact that adopting an artistic research approach can have in fashion design, raising questions on whether its methodological openness could be beneficial for the creative process. Most of traditional fashion schools are fixated with the achievement of concrete result, overlooking the importance of intertwining conceptual and material thinking.

Being critical-reflexive and speculative in its nature, artistic research challenges conventional ways of designing, re-focusing the goal on the creative process rather than the finished product, allowing for exploration, trial and error.

Although not always leading to the development of finished products, this type of research promotes interdisciplinarity and critical thinking through a multi-method approach, generating cross-disciplinary interactions. A hacked form of research that challenges and expands established research methodologies is perhaps what we need in a moment where (industrial) fashion should limit over-production and refocus its priorities.

## References

- Bazzichelli, T. (2006). *Networking: La rete come arte*. Milano: Costa&Nolan.
- Borgdorff, H. (2011). "The Production of Knowledge in Artistic Research." *The Routledge Companion to Research in the Arts*. New York: Routledge. 44-63.
- Groten, A. (2019). 'Hacking & Designing Paradoxes of Collaborative Practice' L., Borgers, L., Chiappini. (ed). *The Critical Makers Reader*. (Un)learning technology. Amsterdam: Institute of Network Cultures, pp. 237-244.
- Loveless, R. L. (1989). 'Fare network: il mito della rivoluzione nelle comunicazioni'. In Tozzi, T. (Ed). *OPPOSIZIONI 80*. Milano: THX 1138 Amen Prod.
- Ploeger, D. (2022). 'Unmaking'. Wesseling, J., Cramer, F. (Ed). *Making Matters. A Vocabulary for Collective Arts*. Amsterdam: Valiz, pp. 205-211.
- Serig, D. (2012). 'Doing Artistic Research'. *Teaching Artist Journal*, 10 (2), 121-129.
- Von Busch, O. (2008). *FASHION-able: hacktivism and engaged fashion design*. Thesis for the degree of Doctor of Philosophy in Design at the School of Design and Crafts (HDK), Faculty of Fine, Applied and Performing Arts University of Gothenburg. Göteborg: Art Monitor.
- Von Busch, O., Palmås, K. (2006). *Abstract Hacktivism: The Making of a Hacker Culture*. London: OpenMute.
- Wesseling, J. (2016). *Of Sponge, Stone and the Intertwinement with the Here and Now*. Amsterdam: Valiz.



Este livro congrega os trabalhos apresentados no 7.º Congresso Internacional de Moda e Design - CIMODE 2024, nas categorias de artigos completos do “tipo 2” e mini artigos.

Este volume dos Estudos em Moda e Design oferece uma visão inter e transdisciplinar da pesquisa no campo da prática, do ensino e da cultura do Design e da Moda em torno do tema “Paisagens Culturais e Produtivas da Moda”.

“Paisagens Culturais e Produtivas da Moda” olha o design e a moda como uma expressão cultural e produtiva que reflete valores de sustentabilidade, inclusão e inovação em múltiplos níveis de design e experimentação.



UMinho Editora



Universidade do Minho

ISBN 978-989-9074-66-8



9 789899 074668 >