



ModaPalavra e-periódico

E-ISSN: 1982-615X

modapalavra@gmail.com

Universidade do Estado de Santa
Catarina
Brasil

Santos da Silva, Célia M; Araújo, M. Socorro
Relação teoria–prática no processo ensino-aprendizagem na criação de coleção de moda
em projeto de extensão universitária
ModaPalavra e-periódico, núm. 11, enero-junio, 2013, pp. 86-106
Universidade do Estado de Santa Catarina
Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051624003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc



Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Relação teoria–prática no processo ensino-aprendizagem na criação de coleção de moda em projeto de extensão universitária

Santos da Silva, Célia M ¹. Msc. Universidade Federal do Piauí-UFPI
celiasantos@ufpi.edu.br

Araújo, M. Socorro ². Msc. Universidade Federal do Piauí-UFPI
msdesign@gmail.com

Resumo

O trabalho apresenta a mediação docente no processo ensino-aprendizagem e a relação teoria-prática na realização das três etapas do projeto de extensão universitária: concepção e criação, desenvolvimento de coleção e apresentação de desfile de moda. Realizado em parceria com o corpo docente e discente do Curso de Moda, Design e Estilismo da UFPI e Centros Produtivos de Confecção assistidos pela SEMDEC, o trabalho configurou-se em uma rica troca de saberes entre os participantes.

Palavras chave: mediação, extensão universitária e produção de moda.

Abstract

This paper presents the teaching mediation in the teaching-learning process and the relationship between theory and practice in performing the three steps of the university extension project: idea and creation, development and the presentation of a collection fashion show. Developed in a partnership with the teaching staff and students of the Course of Fashion, Design and Styling Centers of UFPI and Productive Garment centers assisted by SEMDEC, this work set in a rich exchange of knowledge among its participants.

Keyword: mediation, university extension, fashion production.

Introdução

As novas concepções da globalização alteram de modo muito veloz as tecnologias e o conhecimento demandado no contexto do processo produtivo e profissional. Tais mudanças

¹ Professora Assistente da UFPI- Mestre em Design Têxtil e Marketing. Guimarães-Portugal

² Professora Assistente da UFPI- Mestre em Design e Marketing do Vestuário. Guimarães-Portugal

refletem no mundo da educação para que o ensino se adeque à dinâmica do setor produtivo e às expectativas da sociedade; neste sentido, compete ao Ministério da Educação e Cultura-MEC estabelecer as diretrizes necessárias à composição do perfil educacional de cada categoria profissional.

A formação do curso de moda no Brasil, norteadas pelas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design, que, por sua vez, consolidam-se na Resolução CNE/CES nº 05, de 08 de março de 2004, embasa a configuração dos projetos pedagógicos desse campo de atuação. De acordo com o MEC (2006), alunos do Bacharelado em Design de Moda devem ter, ao concluírem a sua formação acadêmica, o seguinte perfil:

[...] capacitação para a apropriação do pensamento reflexivo e da sensibilidade artística, para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas, culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades, bem como as características dos usuários e de seu contexto socioeconômico e cultural (MEC, (§ 3º).

A partir da observação do que é necessário e de acordo com as diretrizes estabelecidas pelo MEC, percebemos nessa proposta elementos que enfocam conteúdos formativos, que não apenas preparam indivíduos para a compreensão e experimentação dos conceitos fundamentais da linguagem gráfico-visual, estética e funcionais dos elementos do design de moda, como também visam preparar profissionais que aprendam e ensinem a partir de ações originadas por desafios, problemas e projetos.

Ao analisar a abrangência do conceito de educação que pauta o processo ensino-aprendizagem, necessário à construção do perfil profissional dos bacharéis em design e moda, recorre-se a Buscaglia:

A educação é um conjunto de elementos que mantêm entre si uma inter-relação funcional com um propósito específico, pois ela além de levar a pesquisa e à descoberta, acarreta mudanças provocando novos problemas que devem ser resolvidos, recomeçando o ciclo. Pesquisa, descoberta, mudança, homem e sociedade. Podemos então dizer que a educação realimenta todo o sistema social injetando na sociedade novos problemas e novos resultados, recomeçando, assim, o ciclo, que cada vez mais leva o homem a estudar, sendo assim um fenômeno próprio do ser humano (Buscaglia *apud* SENAI, 2009, p.9).

Nesse enfoque, este trabalho apresenta reflexões e resultados da mediação docente em projeto de extensão universitária, decorrente do processo de ensino/aprendizagem dos alunos

do Curso de Moda, Design e Estilismo da Universidade Federal do Piauí-UFPI e grupos produtivos de confecção assistidos pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo-SEMDEC-PI, em que se mostra a importância da relação teoria-prática e os muitos saberes adquiridos pelos participantes durante as três etapas de realização do projeto de criação de design de moda. A primeira etapa refere-se à concepção e criação da coleção, a segunda, diz respeito ao desenvolvimento, e a última, ao desfile.

Concorda-se com White (2001, p.232) ao considerar que o educador deve vislumbrar aquilo que seus aprendizes “podem tornar-se, reconhecendo o valor do material com que trabalha”. Além disso, ter interesse pessoal em cada aluno independente de suas dificuldades, procurando desenvolver o mais possível “todas as suas faculdades”.

No seu livro Educação, White (2001, p. 232) chama atenção para o poder da aplicação da aprendizagem nas experiências práticas da vida; a este respeito, considera que se deve ensinar o poder da aplicação, de tal modo que, “disto, muito mais do que do gênio ou talento, depende o êxito. Sem a aplicação, os mais brilhantes talentos pouco valem, enquanto pessoas de habilidades naturais muito comuns têm realizado maravilhas mediante esforço orientado”.

No processo ensino-aprendizagem, o papel principal do docente é de facilitador e mediador, neste sentido, seu objeto de desejo e empenho deve considerar aprendizagens que desenvolvam habilidades de autonomia, pró-atividade, solução de problemas, metacognição³ e auto-avaliação, (SENAI, 2009). Tais qualidades são essenciais aos profissionais ante aos novos desafios imperativos de uma sociedade em mudança.

Projeto de Extensão Universitária parceria com Centros de Produção do Vestuário: espaço de múltiplas trocas de saberes

Um projeto para criação de produtos do vestuário de moda requer pesquisa, criatividade, execução de processos produtivos e comunicação na sua elaboração. Considere-se, todavia, mesmo com participação de profissionais qualificados, por si só não é simples.

³ Metacognição, segundo Depresbiteris (1998), é o conhecimento que as pessoas têm de seus próprios processos de pensamentos, assim como suas habilidades para controlar esses processos mediante sua organização, realização e modificação.

Quando a execução de tal projeto envolver a extensão universitária e nele estiver inserido um grupo de alunos que ainda estão construindo o seu saber, ou seja, possui mais conhecimento teórico que prático, e um grupo parceiro que já produz vestuário, mas que apresentam na sua condição real de trabalho problemas tais como a falta de planejamento, de pesquisa de tendências e materiais, de ficha técnica, de modelagens adequadas e condições técnicas para avaliar a qualidade do produto, em razão da desqualificação profissional a questão, para além de difícil, é também de grande desafio no exercício da prática docente.

De acordo com Perrenoud (1999), toda prática educativa envolve uma aposta teórica e existem incertezas quanto a sua aplicação, porém, um dos maiores desafios é a conquista do maior número de parceiros para avançar o máximo possível.

O conhecimento acadêmico pode ser oferecido a partir de três metodologias: ensino, pesquisa e extensão. Em se tratando de extensão, de acordo com Cerqueira (s.d. p.3) é perceptível “que ela produz conhecimento a partir da experiência e assim tem uma capacidade de narrar sobre o seu fazer”, que pressupõe a participação de três sujeitos: o aluno, o professor e a comunidade. Neste encontro, Cerqueira (s.d. p.5) considera que existe a probabilidade de “aliar outros saberes, de criar um novo senso comum e de ampliar a capacidade de reflexão sobre as práticas, porque nelas se constituem, ou seja, são constituídas pelas experiências”.

Consideramos, de acordo com Cerqueira (s.d. p.4), a extensão um processo de ensinar e aprender “emancipatório”, pois os sujeitos envolvidos são estimulados a “pescarem seus próprios peixes”, contestarem e criticarem os novos saberes, serem capazes de ação, intervenção e desenvolvimento dos projetos próprios, em que, segundo Demo (2000), o professor participa como um orientador do processo de questionamento dos sujeitos envolvidos.

Design e Moda: espaço de intervenção, mudança e desenvolvimento de saberes

Segundo Navalon (2008, p. 39), para a criação e desenvolvimento de uma coleção de moda, o designer precisa de um conjunto de referências que tenham relação com a questão da roupa. Neste sentido, todos os elementos necessários à construção do vestuário são fundamentais, dentre os quais o corpo, a imagem, a cultura, o mercado produtor e

consumidor, os processos produtivos, a comunicação e comercialização e tudo o que atinja “os objetivos de sua existência: o uso”. O desenvolvimento deve ser feito de modo planejado, seguindo algumas etapas e processos:

Coletar informações, realizar pesquisas, organizar referências, eleger cores, tecidos, desenhar croquis, estampas, planejar a coordenação entre as peças, pertencem ao universo dos processos criativos em design de moda. A construção destes se dá através da elaboração de fichas técnicas, estudos de modelagens, confecção de peças-piloto e definição final de tecidos, e aviamentos, que, por sua vez, orientam a produção das peças. (NAVALON, 2008, p. 40)

Compreendemos que ao serem trabalhados elementos da moda com os grupos produtivos, estes também podem ter novas aprendizagens, mudança e ressignificação relativa ao comportamento e à ideologia. Nas palavras de Barnard (2003, p.38), o estudo da moda implica no estabelecimento de forças ideológicas e sociais em contínuas interlocuções, isto porque, de acordo com os estudiosos deste fenômeno, Simmel, Flügel, Polhemus e Procter, “a moda é um produto de uma sociedade com mais de uma classe no seu interior, e onde o movimento ascendente entre as classes é tão possível quanto desejável.”

Lipovetsky (1989) considera que a moda como fenômeno característico das sociedades ocidentais modernas, detém um campo fecundo de novos movimentos ideológicos e discursivos, devido a sua disposição de fazer apresentar as diferenças e o novo, desse modo é capaz de ser democrática e, portanto, propensa a aceitar mudanças.

A função da moda como agente de mudança e ressignificação pode ser bem mais compreendida nas ideias de Sant’ Anna (2007):

O vestir é campo privilegiado da experiência estética, permitindo na apropriação dos objetos da vestimenta o usufruto de uma infinidade de signos que operam a subjetividade de cada sujeito, diariamente. A moda por sua vez, é o que está subterrâneo a esse ato, como agenciador que impulsiona, qualifica, seleciona e ressignifica a ação do parecer (SANT’ ANNA, 2007, p. 73).

Projeto de extensão para criação de coleção e desfile de moda, parceria Universidade Federal do Piauí - UFPI Centros Produtivos/ SEMDEC

Em 2011, foi criada uma parceria entre o Curso de Moda, Design e Estilismo da UFPI e a SEMDEC. A parceria permitiu que um grupo de estudantes do terceiro bloco orientasse empreendedores dos Centros de Produção de Confecção em Teresina-PI, quanto ao

desenvolvimento de design de vestuário. É importante enfatizar que todas as etapas foram coordenadas e orientadas pelas autoras que subscrevem.

O trabalho foi realizado em três etapas: a primeira etapa refere-se à concepção e desenvolvimento da coleção, sob a responsabilidade de oito alunos do Curso de Moda da UFPI; a segunda diz respeito à produção que aconteceu em sete Centros de Produção, tendo alguns processos desenvolvidos em laboratório da universidade; e a terceira etapa corresponde ao desfile.

A iniciativa tem logrado êxito e foi confirmada com o amadurecimento mostrado na terceira coleção desfilada no Piauí Fashion Week - PFW, no dia 09 de maio de 2012, no Blue Tree Rio Poty Hotel. A primeira coleção foi apresentada em 04 de maio de 2011, no PFW e a segunda, na Semana da Moda de Teresina, realizada em 21 de setembro de 2011, no Piauí Center Moda. As coleções possuem design com inspiração nos aspectos da cultura local.

Etapas de realização do trabalho: oportunidade de práxis docente no processo de ensino-aprendizagem teórico e prático

A metodologia demandou uma série de reuniões, de cujas conclusões determinou-se a melhor prática a adotar-se. Logo da primeira reunião dos alunos com os membros dos Centros de Produção de Confeção, assistidos pela SEMDEC, foi levantada a necessidade de conhecer as habilidades técnicas, a capacidade de produção e a qualidade dos produtos, a partir do que estabeleceu-se os limites e a possibilidade de trabalho com materiais e técnicas diversificadas, pois foi de fundamental importância respeitar as limitações técnicas, culturais e sócio-econômicas dos agentes produtores, de tal sorte que logo de imediato diagnosticou-se as vocações de cada grupo e facilmente percebeu-se a potencialidade e diversificações. Viu-se os que trabalhavam com tecido plano, com malha, trabalhos manuais como bordados diversos e crochês, bonecos de pano, outros com calçados, bolsas e acessórios, daí, de posse de tais informações, foram idealizadas, criadas e desenvolvidas as coleções.

Antes de iniciar as pesquisas de mercado, como pesquisas de tendências nas formas e cores da estação, foram acordados alguns parâmetros para a coleção. Esta deveria ser extremamente comercial quanto às formas, volumes e cartela de cores e teria como prioridade o conforto, a saber: *termofisiológico*, onde teriam uma preocupação com o clima, daí, quanto

à escolha dos tecidos planos e malhas, estes deveriam ter na composição fibras ‘respiráveis’; para o conforto *tátil*, fazer uso de materiais suaves quanto ao toque com a pele e evitar tecidos e aviamentos ásperos, que machucassem a pele; para o *ergonômico*, pensar em *shapes* de fácil usabilidade e precisão nas modelagens e, por fim, o *psicológico*, que, sendo este totalmente subjetivo, remete ao bem-estar emocional, no qual o consumidor sentir-se-á seguro, confortável em adquirir o produto e por este contemplar, além dos valores estéticos e simbólicos, os quesitos de conforto, já mencionados.

Outrossim, torna-se necessário ressaltar outro parâmetro não menos importante - a cultura local - como fonte de inspiração/referência para a criação de todas as coleções. Nesta ocasião, os alunos já têm um ‘norte’, iniciando-se, assim, um processo de concepção mental.

- **Primeira etapa: concepção e criação da coleção**

A concepção é o primeiro passo em todo projeto de coleção de vestuário de moda. Na definição do dicionário Aurélio, concepção é “o ato de conceber ou criar mentalmente, de formar ideias, especialmente abstrações. Maneira de conceber ou formular uma idéia original, um projeto, um plano, para posterior realização. Noção, idéia, conceito, compreensão”.

Como nos indica Marx (apud Vigotsky, 1998, p. 6):

A aranha realiza operações que lembram o tecelão, e as caixas suspensas que as abelhas constroem envergonham o trabalho de muitos arquitetos. Mas até mesmo o pior dos arquitetos defere, de início, da mais hábil das abelhas, pelo fato de que, antes de fazer uma caixa de madeira, ele já a constrói mentalmente. No final do processo do trabalho, ele obtém um resultado que já existia em sua mente antes de ele começar a construção. O arquiteto não só modifica a forma que lhe foi dada pela natureza, dentro das restrições impostas pela natureza, como também realiza um plano que lhe é próprio, definindo os meios e o caráter da atividade aos quais ele deve subordinar sua vontade.

Partindo do exposto, entendemos que existe um processo de criação mental e que este justifica-se num ato interno da mente. Na realidade, tudo o que queremos obter, antes de conseguirmos, já o criamos e o planejamos, mentalmente. A criação mental, como uma aptidão, é basicamente natural, inerente ao ser humano e envolve conhecimento adquirido. A concepção, como processo cognitivo, pressupõe conhecimento que envolve processos individuais de criatividade, trabalhando mentalmente um conteúdo que já está embutido. Isto significa que muito antes do aluno começar a esboçar a coleção, já se inicia uma operação

mental de criação, mesmo sendo sutil e invisível; entretanto, em um projeto de design de moda, a criação mental dá-se sob uma “tensão psíquica⁴” e envolve processo cognitivo.

Nesse momento, o processo cognitivo usa o conhecimento em um sentido mais amplo: o aluno faz uso da memorização de informações, relacionando-as com a compreensão, aplicação, análise, síntese e avaliação dos conhecimentos adquiridos em sala de aula; faz também a interdisciplinaridade e análise metodológica legítima e necessária de todo aporte teórico apreendido e que precisa ser utilizado na concepção e criação do novo produto. Assim, inicia-se uma visão sistêmica, pois é impossível idealizar/conhecer o todo sem conhecer particularmente as partes.

Para a elaboração da coleção faz-se necessária a utilização dos princípios em design de moda, os conhecimentos sobre roupa, corpo, imagem, cultura e expressão; por sua vez, “a interconexão entre as questões históricas, sociais, culturais com os processos de criação, desenvolvimento e produção é o que determina a natureza do design de moda voltado para o vestuário” (NAVALON, 2008, p. 36).

Foi importante rever o conceito de coleção, o que colaborou para determinar a coerência entre todas as peças e acessórios, o tema, o público e o evento no qual será apresentado o produto. De acordo com Rech (2002, p. 68), coleção é “um conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético e/ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas épocas do ano”.

Treptow (2005) considera que a coerência entre todos os elementos da coleção tem relação direta com o tema escolhido e deve condizer com o perfil do consumidor e com a imagem da marca que se queira passar.

Os temas escolhidos para o desenvolvimento das três coleções estão ligados à cultura popular do Estado do Piauí. De acordo com Santos, (2006, p. 44-50) “a cultura é a dimensão da sociedade que incluiu todo o conhecimento num sentido ampliado e todas as maneiras como esse conhecimento é expresso [...] é uma dimensão do processo social da vida de uma sociedade”.

⁴ Ostrower (1987, p. 27) define *tensão psíquica* como: “Noção de renovação constante do potencial criador [...] Aspecto relevante para a criação. No homem, em função de sua percepção consciente, o fenômeno não seria apenas de ordem física, e sim se faria sentir em representações psíquica. Ainda mais quando se compreende o agir humano com um agir intencional”.

A primeira coleção teve inspiração nas lendas piauienses, como "Cabeça de Cuia" e "Não se Pode"; a segunda, na arquitetura de Teresina, e a última, na Literatura de Cordel, presente no Estado do Piauí. A inclusão de conteúdos culturais traz em si uma possibilidade criativa de originalidade e ainda, sobremaneira, valoriza o contexto simbólico do projeto.

A pesquisa dos temas trouxe grande aprendizagem e valorização da cultura local. Monteiro *et all* (2007), considera que o resgate da cultura popular e as práticas tradicionais próprias da cultura local abre novos caminhos no desenvolvimento de produtos.

Após um vasto conteúdo teórico pesquisado, iniciaram-se os primeiros esboços da coleção, momento em que teve início a ‘concretização/materialização’ das ideias que, normalmente, surgem como verdadeiras ‘tempestades’; acreditamos ser estas uma confirmação de que ninguém é criativo do nada. Segundo Baxter (2000), é necessário seguir as etapas da criatividade, tais como a inspiração inicial⁵, preparação⁶, incubação e iluminação⁷ e verificação⁸ e neste sentido, para cada uma das três coleções, determinou-se um total de vinte *looks*, contudo, foram desenhados quarenta e cinco para a eleição dos melhores.

Desenhar os modelos da coleção trouxe para o grupo potencialidades perceptivas e criativas, pois de acordo com Puls (s.d. p.1), o “desenho é um método de trocas de conhecimento e de expressão criativa”. Esta atividade tem origem no reino da imaginação, universo em que o conhecimento adormecido e as imagens guardadas vêm à tona e que, somadas à percepção, colaboram na criação dos desenhos. A este respeito Arnheim (1986) afirma que a percepção visual é uma atividade cognitiva e o desenho é um meio de manifestação de raciocínio em que o perceber e o pensar são atos que estão entrelaçados.

Esse processo foi um momento muito rico na aprendizagem dos alunos; a aplicação de técnicas de desenho e de ilustração usadas na criação de todos os croquis, além de propiciar meios de interagirem com os processos cognitivos e perceptivos, permitiu o aperfeiçoamento do estilo e criou a preocupação de tornar os traços e detalhes compreensíveis e de fácil interpretação na etapa da modelagem das peças.

⁵ A inspiração inicial surge da necessidade de solucionar um problema (Baxter, 2000, p. 52).

⁶ Preparação consiste na pesquisa. A mente fica mergulhada nas ideias e mesmo quando não se trabalha em nível consciente, a mente continua a processar essas ideias (Baxter, 2000, p. 53).

⁷ Na incubação a ideia adormece na mente. Em um momento em que a mente está despreocupada em solucionar o problema, as ideias surgem, o que vem caracterizar a Iluminação (Baxter, 2000, p. 56).

⁸ Na verificação as ideias são julgadas e é feita uma seleção das melhores (Baxter, 2000, p. 67).

- **Segunda etapa: desenvolvimento da coleção**

Muitos processos foram realizados nessa etapa, porém a ênfase será para os três considerados de maior relevância na aprendizagem dos alunos e do grupo: a pesquisa para a compra das matérias-primas - tecidos, aviamentos e acessórios usados na coleção -, a execução da modelagem industrial e a montagem das peças. Vale ressaltar que a modelagem não foi executada apenas para as peças de roupas, mas, também, para os acessórios – bolsas, pastas, *clutches* e calçados.

Na pesquisa de materiais, a escolha do tecido para a coleção foi feita considerando não apenas a preferência estética do grupo, mas, também, a adequação do tecido aos modelos, custo e mercado. Para a coleta das amostras dos tecidos foram visitados alguns armazéns e ao ser encontrado algum tipo de tecido que estimulasse o imaginário do grupo, uma amostra entre 10 a 20 centímetros quadrados foi solicitada, juntamente com algumas informações primordiais, como referência, nome do fabricante, composição, largura e cores disponíveis.

A posse de tais amostras possibilitou a escolha dos tipos de tecidos usados na coleção, sendo fator importante na decisão o caimento, a adequação aos modelos, o clima, as combinações de cores, o custo e o cálculo do consumo aproximado para cada *shape*.

Ainda nessa etapa, um dos processos de maior importância e responsabilidade é a execução da modelagem industrial, pois faz a adaptação do produto ao usuário de modo a viabilizar a produção em escala industrial. De acordo com Menezes e Spaine (2010, p. 83), o processo de modelagem industrial “determina por meio de suas características as formas, volumes, caimento, conforto que se configuram ao redor do corpo e deve, portanto analisar detalhadamente a morfologia do corpo e seus movimentos realizados”.

Esse processo não é muito simples, visto que a modelagem plana industrial é responsável pela consolidação da idéia no produto. O tecido, aviamento, estudo das modelagens e pilotagem, nesse processo, se interrelacionam para dar vida ao produto.

Para os dois grupos, de alunos e de produção, essa etapa foi uma das mais difíceis em função da inexperiência em desenvolver os moldes e testá-los, avaliando a sua viabilidade de execução e caimento. O grupo de produção, na sua maioria, foi constituído por membros com pouca experiência na interpretação de desenho técnico e no uso de tabela de medidas, daí foi

fundamental a participação do docente, no que tange ao acompanhamento, supervisão, elaboração e correção dos moldes feitos pelos alunos; por outro lado, verificou-se que os demonstravam dificuldades em fazer relação interpretativa entre a estrutura do “corpo”, no desenho de moda, e a estrutura do molde, que representava o corpo da usuária.

Durante a execução das modelagens, foi chamada a atenção para a importância de alguns fatores primordiais na execução dos moldes, como o caimento, conforto, usabilidade, movimento, diferenças físicas, flexibilidade, necessidades estéticas, facilidades de vestir e despir e a importância de conhecer os tipos de maquinários usados na montagem das peças.

O conhecimento de maquinário e tipos de costuras é muito importante para que seja obtido o resultado idealizado na montagem das peças criadas e durante esta etapa ficou confirmado que é fundamental a montagem de peça piloto bem como a prova de roupa. Esse processo permite, de acordo com Navalon (2008, p. 83), “ajustes no qual o designer efetua correções, apresentando soluções para problemas de modelagens, de caimento dos tecidos, de costuras e ou de acabamentos”.

O processo de montagem das peças foi um momento que oportunizou a superação de obstáculos, consistentes nos problemas decorrentes da dificuldade em acompanhar todo o fluxo, pois as operações foram executadas nos grupos de produção em bairros diferentes e distantes, o que acarretou o não cumprimento do cronograma. Em função disto, a prova de roupa ocorreu um dia antes do desfile, o que gerou estresse, mas, ao mesmo tempo, possibilitou tomada de decisões importantes e em tempo hábil - situações comuns no dia a dia desses profissionais -, que constituem premissas absolutas/incondicionais no cotidiano e somam conhecimentos para o futuro profissional de design/ futuro designer.

- **Terceira etapa: desfile de apresentação da coleção**

A apresentação da coleção na passarela significa o *gran finale* para o grupo de criadores, ocasião em que suas criações serão recebidas por uma platéia ávida por novidades e pelo ‘espetáculo’ do desfile. Aqui a roupa inicia uma comunicação com o público-alvo por meio da performance das modelos, jogos de luzes, trilha sonora, adereços e cenários e anuncia o conceito da coleção, portanto, configura uma das etapas de maior importância, pois é nesse evento que a sociedade conhece o trabalho desenvolvido e sua realização requer um

planejamento e um projeto de execução; esse é sem dúvida um instante de muita ‘euforia’ e ‘tensão’.

Para a apresentação dos desfiles foram utilizados materiais promocionais que consistem em *release* e, ainda, um brinde para os convidados das duas primeiras filas da platéia. Para a confecção dos *releases* optou-se por não usar o formato A4, mas uma proposta de formas diferenciadas com o intuito de deixá-los mais atrativos. Quanto aos brindes colocados nas duas primeiras filas da platéia, estes foram desenvolvidos a partir do elemento ícone de cada coleção. A concepção e criação desses conteúdos foram pré-definidas ainda na primeira etapa, entretanto, mesmo seguindo uma metodologia projetual, confirmou-se ao que Baxter (2000), afirma com muita propriedade:

A mente humana explora algumas idéias no nível conceitual, enquanto ao mesmo tempo, está pensando em detalhes de outras. As idéias surgem aleatoriamente e, de várias maneiras. Não é possível delimitá-las em etapas pré-definidas. Até chegar ao projeto final as idéias foram e voltaram diversas vezes, num processo iterativo (BAXTER, 2000, p. 13).

As etapas do projeto, na prática, não acontecem em uma sequência linear, pois as ideias surgem o tempo todo e muitas vezes podem proporcionar melhoras de forma significativa; em função disto, algumas mudanças foram realizadas por apresentarem melhorias ao projeto. O *release* da terceira coleção - Nas Rimas de Teresina -, que tem a literatura de cordel como inspiração, teve o texto elaborado pelos alunos, porém, posteriormente foi adaptado para o formato de cordel por um cordelista local, ou seja, utilizando-se das técnicas de rima.

Em relação à trilha sonora das três coleções, decidiu-se utilizar músicas de compositores locais, sendo todas elas retrabalhadas/remixadas com a devida autorização dos seus autores e dentro de uma linguagem auditiva voltada para desfiles em passarela, o que resultou em elogios por vários espectadores. Percebeu-se o quão impactante foi para o desfile a escolha de músicas que faziam referências à cidade e à cultura local, tornando claro o conceito da coleção.

Toda a produção e organização das etapas do desfile foram de responsabilidade dos alunos, porém a SEMDEC foi responsável por custear todas as despesas necessárias a sua realização. Sem a parceria, seria inviável o custeio de toda a matéria-prima - tecidos,

aviamentos e acessórios -, usados na elaboração das peças, do espaço para realização do evento, da maquiagem, dos modelos, dos *releases* e lembranças entregues ao público presente.

O comprometimento do grupo de alunos em todas as etapas foi decisivo para que a coleção criada, planejada e produzida fosse demonstrada de modo a ter visibilidade e reconhecimento.

Esta vivência acrescentou grande aprendizagem prática aos grupos envolvidos na resolução de questões e detalhes peculiares à produção de desfile, tais quais: como fazer, local de apresentação, quantidade de modelos, características físicas, prova de roupas, coordenação dos *looks*, maquiagem, cabelo, acessórios, calçados, iluminação, trilha sonora, cenário, conteúdo para o *release* e elaboração de brindes para serem entregues aos convidados especiais. Todas estas questões precisam ser bem resolvidas, pois estão intrinsecamente relacionadas à concepção, criação, desenvolvimento e apresentação da coleção.

Moda anda sempre de ‘mãos dadas’ com a mídia e através dela os eventos da área são noticiados. No momento da divulgação, fomos bastante procurados para conceder entrevistas aos vários canais de mídia – televisão, rádios e jornais - e na oportunidade os alunos representaram com propriedade e falaram com eloquência sobre a coleção, a fonte de inspiração, sobre o curso e sobre os anseios, no exercício da futura profissão. A visibilidade que a mídia proporciona, juntamente com o desfile da coleção, gera para esses alunos a oportunidade para estágios e até uma efetivação no mercado de trabalho.

É oportuno ressaltar que a participação da equipe – alunos, centro de produção e docentes -, nos eventos Piauí Fashion Week e Piauí Center Moda, vem confirmar a coragem e a responsabilidade para assumir um grande desafio, visto que os eventos supracitados não são voltados para concurso de ‘novos talentos’, mas se tratam de grandes empreendimentos, próprios de profissionais já reconhecidos no mercado e voltados para o lançamento das suas coleções, conforme as estações – primavera/verão e outono/inverno.

Considerações Finais

Sem dúvida alguma, podemos afirmar que o resultado do projeto culminou em um grande triunfo. Consideramos este trabalho uma oportunidade singular para os três grupos – discentes, centros de produção e docentes, cuja operacionalização exigiu reflexões teóricas de

conteúdos importantes e resultou num inestimável aprendizado, notadamente quanto aos processos e em especial nos momentos em que demandou tomadas de decisões rápidas e precisas.

O trabalho desenvolvido em todas as três etapas permitiu uma verdadeira troca de experiências e saberes entre os envolvidos - alunos, grupos produtivos e professoras.

Considera-se que o desenvolvimento do projeto de extensão para a criação do vestuário de moda, com alunos e grupos de centros produtivos, pressupõe mudança de muitos conceitos e práticas das duas partes, visto que ambos precisam estar dispostos a quebrar paradigmas em favor do binômio ensino-aprendizagem, de que participam. De um lado, teve-se um grupo que detém o conhecimento teórico/acadêmico e do outro o que domina a experiência, ainda que empírica, e ambos compartilharam o ensinar e o aprender, mediante trocas de competências. Tal intercâmbio proporcionou grandes mudanças e exerceu um profundo impacto positivo, à medida que promoveu novos aprendizados, oportunidade de crescimento, enriquecimento de valores e permitiu vislumbrar novos horizontes.

É importante enfatizar, conforme Monteiro et al (2007, p. 2), que a “integração do design em empreendimentos populares deve ser feita não em confronto com a formação cultural de cada um, mas no âmbito de um processo pedagógico mediado”. Um projeto dessa natureza deve ser pensado, na sua concepção, considerando que a inclusão do design em centros produtivos populares depende da aceitação de conceitos e valores pessoais cujo reconhecimento “permite resgatar a capacidade de encontro e de estabelecimento de vínculos relacionais solidários” Monteiro et al (2007, p. 2).

Para o grupo de alunos do curso de moda da UFPI, a participação com razão e sensibilidade e da *experiência* dos grupos de Centros Produtivos de Confecção, assistidos pela SEMDEC, permitiu uma aproximação na complexa relação entre determinação e ação. A experiência - conhecimento construído no cotidiano -, proporciona ao sujeito que a detém contribuir, mediante trocas de competências, no processo de aprendizagem em outras atividades laborais que não apenas as de costurar e/ou de fazer artesanato e tais conhecimentos são fundamentais para a qualificação, a especialização, a perpetuação cultural, como fator crucial para a geração da renda mantenedora da comunidade e, em caráter muito especial, para o aprendizado prático dos alunos, firmando essa troca de saberes vivenciais como atributo de alta relevância na formação os alunos da UFPI, especialmente por serem

eles detentores, tão somente, do conhecimento científico, porém, ainda absolutamente hipossuficientes quanto à efetividade do método e, enfim, do fazer, propriamente.

Nessa relação díspare entre o conhecimento científico e empírico, diga-se, por ser oportuno, que este, pela sua condição costumeira, tão somente, não o desqualifica nem tão pouco descaracteriza o status do saber pela tradição, pois, em tese, o científico advém do empirismo e constitui o seu DNA, daí ser imperioso levar a mais especial consideração o conhecimento de “raiz” para que o resultado esperado num empreendimento alcance a dimensão que se propõe, considerados os conceitos, objetivos e metas.

Entendeu-se que, como em toda e qualquer atividade, o empreender requer um fluxo longo e rigoroso; do planejamento à execução, muitos são os fatores a considerar e distintos são os tratamentos dispensados, eis porque ser essencial conhecer as diferenças para melhor lidar com cada estrato. A definição do meio de atuação e do estrato social com quem se vai trabalhar, a aquisição das fontes de financiamento, a montagem da infra-estrutura, o conceito e mensuração da capacidade de produção, o marketing, a comercialização e a manutenção da relação pós-venda etc são requisitos indispensáveis para o empreendedor e não diferentemente foi para os alunos, agentes produtores e docentes, ainda que a empreitada tenha sido de caráter experimental e de formação. Da propositura tem-se consolidado o resultado e absorvida foi a lição – do conhecimento à prática sob a visão das partes -, afora a relação técnica e até afetiva que se formou com a comunidade, eis a sagração da filosofia pedagógica do projeto de extensão, uma das maiores marcas da Universidade no contexto social, pois não é de maior importância o simples criar e repassar conhecimentos, não for a disseminação solidária no seio da sociedade com vistas ao bem-estar social, e este foi o fim último da proposta que se empreendeu como louvor e sucesso.

Esse foi o escopo do projeto de extensão para a criação de design de vestuário de moda, com alunos e grupos de centros produtivos, que permitiu a troca simultânea de conhecimentos e firmou-se um processo aberto, em que a prática, a teoria e as partes envolvidas transformaram-se, ou seja, evoluíram e/ou construíram novos valores. Particularmente aos grupos de produtores de confecção, foi da maior valia a compreensão do processo de concepção, criação e de desenvolvimento de uma coleção de moda, à proporção que passaram a entender, por exemplo, que atributos básicos como as formas e as cores não estão dispostas no contexto, aleatoriamente, daí a necessidade de estabelecer normas, formas

de tratamento e critérios adequados, além dos conhecimentos técnicos de modelagem, pesquisa em busca de fonte de inspiração, atenção a uma metodologia etc; do grupo de alunos, a aprendizagem prática e a lida na relação interpessoal profissional proporcionaram um profundo amadurecimento, posto que a mudança de postura foi de cristalina percepção pelos demais colegas e professores do curso, no decorrer do semestre. A performance desses alunos está bem além aos dos demais e destaque se faz ao entedimento que compulsoriamente adquiriram em relação aos conceitos da eficiência⁹ e eficácia¹⁰, indispensáveis para otimizar suas atividades diante da quantidade excessiva de tarefas que o curso de design demanda. A experiência do projeto deu-lhes uma contribuição sem igual para a sua futura atuação profissional.

Incontestável também foi o grande valor que a experiência agregou à práxis docente, pois proporcionou intervenções de orientação educacional e pedagógica, com ênfase na necessidade de obtenção de conhecimentos peculiares da área técnica, da qual os docentes estavam envolvidos, e no método apropriado à execução da prática pedagógica mais adequada à promoção do conhecimento de ambas as partes. Ademais disto, o projeto desenvolvido oportunizou aos professores uma avaliação, à luz do efetivo exercício, da capacidade de seus discentes na pragmática dos conhecimentos já adquiridos.

Ficou evidenciado que a participação em projetos com grupos produtivos do vestuário implica em muito estudo, conhecimento teórico e prático, responsabilidade social e comprometimento ético por parte de docentes e alunos durante o processo. Verificou-se que, além de conhecimentos sobre o design de moda, é importante trabalhar saberes sobre empreendedorismo, pois os grupos parceiros esperam dessa relação a oportunidade de valorização e visibilidade comercial da produção local e para tanto é atributo incondicional a obtenção de conhecimentos que possam ajudá-los a produzir peças com qualidade, diferencial competitivo e potencial de mercado que lhes assegure melhor condição de vida.

Como qualquer ramo da árvore do conhecimento, no ensino de moda a relação entre teoria e prática deve pautar todo o processo do ensino/aprendizagem, pois essa ação potencializa a conexão entre o pensar e o agir, tanto do educando quanto do educador, tornando-se espaço de construção coletiva de conhecimento.

⁹ Atingimento dos resultados com uso de recursos possíveis (CHIAVENATO,1994).

¹⁰ Atingimento dos resultados com uso de recursos disponíveis (CHIAVENATO,1994).

Ao fim, concluiu-se com a excelência do aprendizado e com o resultado exitoso para todas as partes – alunos, membros dos Centros Produtivos e docentes -, notadamente pela importância do intercâmbio cultural (conceitos, costumes e tradição), de conhecimentos (científico e empírico) e operacionais (práticas e *modus operandi*), certificando-se os alunos participantes do projeto de extensão em parceria UFPI/SEMDEC que o processo de desenvolvimento de coleção de vestuário de moda decorre necessariamente de um método e dele a indissociável interação dos processos cognitivo, criativo e projetual. Não diferentemente, evidente também ficou que a criatividade não é apenas *insights* aleatórios, mas tem como condição *sine qua non* todo o potencial intelectual, misto do indispensável conhecimento que se adquire a partir da carga curricular acadêmica, de pesquisas indispensáveis para a criação de cada coleção, de uma metodologia apropriada aos projetos de design e de referências e/ou aprendizados experimentados ao longo da existência.

Referências

ARNHEIM, R. **Arte e percepção visual uma psicologia da visão criadora**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1994.

BARNARD, M. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto – Guia prático para design de novos produtos**. 2ª Edição. São Paulo: Blucher. 2000.

CERQUEIRA L. M. **A universidade, a extensão universitária e a produção de conhecimentos emancipadores**. Disponível: <http://www.anped.org.br/reunioes/27/gt11/t1111.pdf>. Acesso em: 17 de Maio de 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos na Empresa: pessoas, organizações e sistemas**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1994.

DEMO, P. **Educar pela Pesquisa**, 4ª ed. Campinas: Autores Associados, 2000. Coleção contemporânea.

DESPRESBITERES, L. **Avaliação da aprendizagem do ponto de vista técnico- científico e filosófico e político**. São Paulo: FDE, 1998.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MENEZES, M. S.; SPAINE, P. A. A. **Modelagem plana industrial do vestuário: diretrizes** para a indústria do vestuário e o ensino-aprendizado. Projética, Londrina, V. 1, N. 1,

P.82-100, DEZ. 2010. Nº INAUGURAL.

MEC. **Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia**. Brasília: MEC, 2006. Disponível em <http://catalogo.mec.gov.br>. Acesso em 12/04/2012.

MONTEIRO, B. G.; JUNIOR, R. S. B.; LANGENBACH, M. L.; GONÇALVES, M. V.; SILVA, A. A. L.; MARQUES, T. D.. **Design em empreendimentos populares**. Foz do Iguaçu: XXVII Encontro nacional de engenharia da produção, 2007. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2007_TR630470_9568.pdf. Acesso em 17 de Maio de 2012.

NAVALON, E. **Design de Moda: Interconexão Metodológica**. Dissertação (Mestrado em Design) – São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2008.

OSTROWER, Fayga, Criatividade e processos de Criação. Petrópolis: Vozes. 1987.

PERRENOUD, P. **Avaliação: da excelência à regulação das aprendizagens entre duas lógicas**. Porto Alegre: ARTMED, 1999.

PULS, L. M. **A percepção na perspectiva do ensino-aprendizagem do desenho de moda à mão livre**. V Jornada de Iniciação Científica Anais do XIX Seminário de Iniciação Científica/Ceart-UDESC, revista de pesquisa v. 4 nº 1. Disponível Em: www.ceart.udesc.br/revista_dapesquisa/volume4/numero1/moda/apercepcaona.pdf. Acesso em 06 de abril de 2012.

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

SANT'ANNA, M. R. **Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo: Estação das Letras Editora, 2007.

SANTOS, J. L.. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SENAI. **Metodologia SENAI para a formação profissional com base em competências: norteador da prática pedagógica**. Brasília: SENAI/ DN, 2009.

TREPTOW, D. **Inventando moda: planejamento de coleção**. Brusque: D. Treptow, 2005.

VIGOTSKI, L. S. **A formação social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores**. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/vygotsky-a-formac3a7c3a3o-social-da-mente.pdf> Acesso em 11 de Março de 2013.

WHITE, E. G. **Educação**. São Paulo: Casa Publicadora Brasileira, 2001.

RESUMO DO CURRÍCULO

Célia Maria Santos da Silva, professora Assistente na Universidade Federal do Piauí - UFPI do Curso de Moda, Design e Estilismo, ministra as disciplinas de Desenho de Observação, Design de Moda I, Design de Detalhes e Acessórios e Ecodesign e no curso de Artes Visuais

Ano 6, n.11, jan-jun 2013, pp. 86 – 106. ISSN 1982-615x

104

da UFPI, ministra Desenho de Modelo Vivo, Oficina de Pintura I e Desenho Artístico. É Delegada de Moda no Conselho Nacional de Política Cultural do MinC - 2010-2012. Atua como professora-pesquisadora do PARFOR, no Curso de Artes Visuais da UFPI, onde ministra Desenho de Observação, Modelo Vivo, Desenho Anatômico, Psicologia e Percepção da Forma, Multimeios (Fotografia) e Arte e Meio Ambiente. Atuou também como professora do Curso de Design de Moda, na Faculdade de Saúde, Ciências Humanas e Tecnológicas do Piauí - NOVAFAPI, ministrando as disciplinas de Materiais e Processamentos Têxteis, Técnicas de Criação e Informática Aplicada à Criação, Pesquisa e Desenvolvimento de Produtos. Mestre em Design Têxtil e Marketing pela Universidade do Minho, em Portugal (2009), com projeto Arte e Moda Processos Artesanais na Indústria de Beneficiamento e Acabamento Têxtil no Jeans. Projeto contemplado pelo Programa AIBan - Programa de Bolsas de Alto Nível da União Européia para América Latina. Paralelo ao mestrado atuou como jornalista de moda para o website www.gbljeans.com.br nas feiras Première Vision Paris-FR, Denim by Première Vision Paris-FR e Bread and Butter Barcelona - ES e pesquisa de tendência de moda nas cidades europeias, como Londres, Paris, Milão, Barcelona, Berlin, Antwerpia, Lisboa, entre outras. Nos projetos inclui-se à pesquisa *in loco* na lavanderia portuguesa Acquacolor e a participação na criação e elaboração do figurino da telenovela portuguesa Morangos com Açúcar. Especialista em Design Têxtil e Marketing pela Universidade do Minho (2007) e em Design Têxtil em Moda pela Faculdade Católica do Ceará (2007), onde ministrou as disciplinas de Tecnologia Têxtil e Tecnologia Têxtil Aplicada. Graduada em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará (2000). Tem experiência na área de design têxtil e design de superfície em moda, atuando como designer têxtil nas indústrias - Santana Textile e Cotece S.A., principalmente na criação e desenvolvimento de tecidos planos e malhas, estamparia, com ênfase no beneficiamento e acabamento têxtil em artigos do vestuário em jeans e em malhas. Trabalhos apresentados em congressos: Extension project partnership between ufpi/semdec: espace of mediation of teaching praxis. In: 8º Colóquio de Moda - 5ª Edição Internacional, 2012, Rio de Janeiro; O vestuário de moda sob a ótica da *Gestalt* com o discurso de Roland Barthes. In: 1ª Semana Acadêmica de Moda, 2011, Teresina; A arte como ferramenta de criatividade no design de moda sustentável. In: Colóquio de Moda, 2011, Maringá-PR.; The Design and the Education The teaching of mathematics through the use of games. In: ITC & DC 4th International Textile, Clothing & Design Conference Magic World of Textiles, 2008, Dubrovnik-Croatia; Fashion Clothing for Disabled Persons. In: CIM - 1st International Congress of Fashion, 2008, Madri. CIM - La Moda, un espacio de Innovación y cultura, 2008. Vestuário Especial para Desabilidade Física. In: P&D - 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2008, São Paulo. Concepção do vestuário para Clima Glacial. Actas de Diseño, 2007. Portadores de Desabilidade Física sob a Perspectiva do Design. Actas de Diseño, 2007.

Maria do Socorro de Araújo: professora Assistente na Universidade Federal do Piauí - UFPI do Curso de Moda, Design e Estilismo. Possui graduação em Bacharelado e Licenciatura em Economia Doméstica pela Universidade Federal do Ceará (2001-2003), Especialização e Mestrado em Design e Marketing do Vestuário - University of Minho (2008-2009). Atuou como docente no Centro de Formação Profissional Jessé Pinto Freire do Serviço

Nacional de Aprendizagem Comercial SENAC Departamento Regional do Ceará, no qual ministrou disciplinas de modelagens e elaborou materiais didáticos (1993-1996) Foi professora substituta do curso de Economia Doméstica e Estilismo e Moda Universidade Federal do Ceará-UFC (2002-2004). Atuou como docente de curso técnico, consultora de qualidade e desenvolvimento de modelagens para empresas de confecção do setor de CAD, orientadora pedagógica e auditora interna de qualidade do Serviço Nacional da Aprendizagem Industrial - SENAI/ Centro de Formação Profissional Ana Amélia Bezerra de Menezes e Souza (2004-2011). Tem experiência na área de desenvolvimento do produto com ênfase em modelagem, atuando principalmente nos seguintes temas: modelagem, ergonomia, design, moda, design inclusivo, cultura popular, ética e meio ambiente. Desenvolveu os protótipos e colaborou no desenvolvimento das modelagens 1ª coleção da empresa WeAdap – *Inclusive Design and Engineering Solutions*, tal empresa é uma ‘*spin-off*’ que nasceu no seio da Universidade do Minho em Guimarães- Portugal. O seu objetivo é atender às necessidades específicas das pessoas com necessidades especiais, nomeadamente as que se deslocam em cadeiras de rodas, e comercializar vestuário e produtos inclusivos. A empresa apresentou a sua primeira coleção no dia 31 de Janeiro de 2009 no I Congresso Internacional sobre a Deficiência em Braga. Teve a tese Design de Vestuário para Desportista Deficientes Motores, publicada na University of Minho, Uminho, Portugal (2009), tal trabalho, resultou da finalização do mestrado financiado pelo Programa AlBan - Programa de Bolsas de Alto Nível da União Europeia para América Latina. Tem o trabalho “Design centrado no utilizador: proposta de desenvolvimento de vestuário desportivo para pessoas com necessidades especiais motoras” apresentado e publicado em Anais no XX Congresso de Economia Doméstica, VIII Encontro Latino Americano de Economia Doméstica, I Encontro Intercontinental de Economia Doméstica. Em 2012, apresentou e publicou o trabalho “Design de vestuário adaptado a jogadores de basquetebol deficientes motores: aspectos benéficos da satisfação de necessidades especiais no XV Encontro de ciências sociais do norte e nordeste e pré-alas Brasil 04 a 07 de setembro de 2012- UFPI e o trabalho Extension project partnership between UFPI/SEMDEC: espace of mediation of teaching praxis, apresentado no VIII Colóquio de Moda – 5º Congresso Internacional Rio de Janeiro.