



ModaPalavra e-periódico

E-ISSN: 1982-615X

modapalavra@gmail.com

Universidade do Estado de Santa  
Catarina  
Brasil

Sehbe De Carli, Ana Mery

Design de moda e tradição: a cumplicidade possível para inovar.

ModaPalavra e-periódico, núm. 12, julio-diciembre, 2013, pp. 1-22

Universidade do Estado de Santa Catarina

Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051625001>

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

redalyc.org

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

**Design de moda e tradição: a cumplicidade possível para inovar.***Fashion design and tradition: the possible complicity to innovate.***Ana Mery Sehbe De Carli**

Universidade de Caxias do Sul

sdecarli@terra.com.br

**Resumo**

O presente artigo trata dos novos valores para moda no terceiro milênio e busca bases conceituais na sustentabilidade, na economia criativa e na economia solidaria para tratar das novas práticas da moda. Traz experiências da pesquisa em desenvolvimento no curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade de Caxias do Sul (UCS) e os resultados sociais depois de trabalhos desenvolvidos, ao longo de dois anos e meio, com um grupo de artesãs.

**Palavras-Chave:** moda, artesanato, sustentabilidade social, economia criativa, economia solidaria.

**Abstract**

*This article discusses the new values for fashion in the third millennium, and aims to define conceptual bases in studies on sustainability, creative economy and solidary economy, to understand the new practices in fashion. It describes experiences in researches that are being held in the course of Fashion Design at Universidade de Caxias do Sul, social and economic results, after two and a half years of work, developed with a group of artisans will.*

**Keywords:** *fashion, artcrafts, social sustainability, creative economy, solidary economy.*

**Introdução**

A moda, no início do terceiro milênio, enfrenta novos paradigmas, que desestabilizam seu valor-base que é a novidade dos lançamentos sazonais. Há mais de um século e meio, o sistema tem trabalhado com foco em dois lançamentos por ano, para movimentar a sua economia. Mais recentemente, dois movimentos antagônicos se apresentam: um que propõe acelerar o ciclo de vida do produto, trazendo novidades para o consumo a cada 20, 30 dias, que é o *fast fashion* e o outro, que pretende desacelerar propondo valores mais atemporais para a moda, tais como: marca, tradição, qualidade, laço emocional que envolve afetivamente o consumidor e o bem adquirido, é o *slow fashion*.

Fazer moda, estar moda, por sua vez, não é unicamente apresentar novidades a cada seis ou quatro meses, é preciso questionar ou ser questionado sobre preservação do meio ambiente, desenvolvimento sustentável, gestão de projetos sociais, parcerias de solidariedade, mercados verdes, salários compatíveis, inclusão no mercado de trabalho e geração de renda para mulheres, comunidades de risco, deficientes físicos.

A moda flui e reflui da estética para a ética; da frivolidade para o engajamento; do social para o político. Lipovetsky (2004, p. 12), em análise do cenário contemporâneo, no livro *Metamorfoses da cultura liberal*, sinaliza o retorno de uma autêntica exigência ética, explicada por dois fenômenos maiores: as novas ameaças ao meio ambiente e ao ser humano e o novo contexto econômico, ideológico e político que, a partir da metade dos anos 1980, aponta para a adesão voluntária de indivíduos e grupos às causas sociais, mobilizados pela mídia, que tudo quer mostrar. Daí, a responsabilidade das empresas com o homem e seu hábitat, provocando um conjunto de mudanças organizacionais importantes nas suas estratégias. Em análises anteriores, a autora referiu esse cenário como de “boas intenções” às questões sociais e ambientais do empresariado, como a *fase da ética anunciada* para moda (De Carli, 2010, p. )

O artigo, na sequência, elucidará conceitos de sustentabilidade, economia criativa e economia solidária, que servirão de base teórica para a apresentação de algumas mudanças na forma de pensar e produzir moda, que estão sendo alinhavadas no Arranjo Produtivo Local (APL) Polo de Moda da Serra Gaucha. O APL conta com efetiva participação do Poder Público, do empresariado e da Universidade de Caxias do Sul, mais especialmente do curso de Tecnologia em Design de Moda.

O projeto de pesquisa *Moda no terceiro milênio: novos valores novas práticas*, iniciado em 2009 na UCS, e coordenado por esta pesquisadora, vem analisando novos valores comportamentais que estão promovendo mudanças nas formas de criar, produzir e consumir moda. Ao mesmo tempo, está experimentando novas práticas para a produção de moda, que priorizam a inovação, a sustentabilidade e a inclusão, com vistas ao desenvolvimento de tecnologias de gestão social nas novas economias da pós-modernidade. Essas experiências serão compartilhadas com os leitores. Vale ainda informar que o referido projeto foi premiado na categoria Grupos e no tema Arranjos Produtivos Culturais pelo Edital nº1/2011 - Apoio à Estudos e

Pesquisa em Economia Criativa 2012, realizado pela Secretaria da Economia Criativa -

Ministério da Cultura. O trabalho está disponível no site do OBEC – Observatório Brasileiro de Economia Criativa, e o link de acesso <http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/>

## Sustentabilidade

Segundo Dobrovolski (2004, p. 231), a sustentabilidade abarca três dimensões: social, ambiental e econômica. A *sustentabilidade social* refere-se ao respeito pelo trabalhador, quer no aspecto legal, quer no incentivo à empregabilidade, à inserção no mercado, à capacitação profissional, ao salário justo, à qualificação. A *sustentabilidade ambiental* trata da definição de limites de uso dos recursos naturais, para evitar sua exaustão e os decorrentes desequilíbrios dos ecossistemas, bem como tenta banir e/ou substituir agentes poluidores do meio ambiente, a fim de reduzir o impacto ambiental do sistema industrial estabelecido. A *sustentabilidade econômica* analisa e mede a eficiência dos processos produtivos, considerando as tendências de maior geração de benefícios, com o menor uso de recursos.

Além do alerta mundial sinalizado pela Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente, que trata principalmente da sustentabilidade ambiental, as universidades desenvolvem projetos de pesquisa internacionais, para enfrentar a questão sustentabilidade de forma ampla e sistêmica. Manzini e Vezzoli (2008, p. 47-50), pesquisadores do *design* para a sustentabilidade, do Politécnico de Milão, acreditam que o contexto atual requer mudanças que vão atingir todas as dimensões e todos os níveis da sociedade em que vivemos, e estas deverão ser imediatas, porque implicam transformações culturais importantes. Para orquestrar essas mudanças de base, foi criada uma rede internacional de universidades, a *Learning Network on Sustainability – LeNS*, coordenada pelo Prof. Vezzoli e financiada pelo programa UE – Ásia, da Comissão Europeia. O objetivo principal do LeNS é o desenvolvimento e a difusão do ensino e da prática do *Design de sistemas para a sustentabilidade* nas universidades, em todo o mundo.

Num cenário em que se sobressai um modelo capitalista de consumo, duas hipóteses que se apresentam parecem mais polemizar do que tentar soluções. (MANZINI; VEZZOLI, 2008, p. 47). A corrente que prega a renúncia ao consumo corre o risco de cair num fundamentalismo ecológico e retirar do cidadão a livre-escolha, para consumir e buscar seu bem-estar social. E, a outra corrente, propõe continuar a consumir como sempre e deixar a solução dos problemas ambientais a cargo dos especialistas. Essa última também se mostra inviável, porque não existe uma tecnologia do milagre. É

consenso que os recursos são escassos e alguns não renováveis, e que algumas tecnologias são extremamente poluentes e devem ser banidas ou substituídas.

Considerando a inviabilidade das duas hipóteses acima, Manzini e Vezzoli (2008, p. 49-50) afirmam que será necessário entender a economia como multiplicidade de economias, e o trabalho, como multiplicidade de atividades, facilitando dessa forma a passagem da economia de mercado e consumo para o desenvolvimento econômico sustentável.

De Masi (1999, p. 50) na caracterização das sociedades pré-industrial, industrial e pós-industrial, no quesito “setor econômico dominante”, elenca as seguintes diferenças: 1) na sociedade pré-industrial, a economia funciona de acordo com as regras naturais. A fonte de necessidades e bem-estar social são a agricultura, a pesca, a exploração das minas e das florestas, enfim o extrativismo; a natureza constitui-se como a fonte de suprimentos; 2) na sociedade industrial predomina a economia industrial, a produção, a transformação, a distribuição e o consumo de bens; 3) na pós-industrial despontam e se solidificam muitas economias, sendo difícil estabelecer uma predominante. Assim, aparece a produção de ideias e o fornecimento de serviços como: pesquisa científica, inovação, educação, saúde, comércio, transportes, cultura, lazer, atendimento a pessoas etc., que remetem a novas economias em processo de constituição.

A ideia da multiplicidade de economias aparece nas considerações de De Masi (1999) e também de Manzini e Vezzoli (2008, p. 50). Assim, a sociedade sustentável, considerada um efluente da pós-industrial, apresenta-se como um sistema complexo, com uma economia da produção, uma de mercado, mas não só estas; a economia informal e voluntária, a economia solidária, a economia criativa, a economia social, a economia do terceiro setor, a economia distribuída, a economia dos resultados e outras mais ainda irão aparecer. Para Manzini e Vezzoli (p. 50) “todas as diversas formas de atividades produtivas e economias serão reconhecidas e valorizadas: o sistema econômico da sociedade sustentável será constituído por uma multiplicidade de economias”.

Seguindo esse princípio, o estereótipo do trabalho da sociedade industrial, que concentrou homens em fábricas e escritórios e sincronizou os tempos do trabalho e do lazer, entra em crise, afirma De Masi (1999). E, Manzini e Vezzoli (2008) completam dizendo que o trabalho tradicional vai ser reduzido quantitativamente, e transformado qualitativamente, articulando-se em múltiplas atividades, caracterizadas por tempos e economias diferentes. Constatando a realidade das afirmações referentes “às economias” da sociedade pós-industrial sustentável, prossegue-se na busca de conceitos que estão em construção.

### **Economia criativa**

A sociedade pós-industrial tem na propriedade intelectual um de seus principais pilares econômicos. A inovação, a criatividade e a cultura são alguns dos principais ativos econômicos no mundo contemporâneo. Nem todos os povos dispõem de condições para a constituição de um parque tecnológico competitivo; [...] No entanto, a cultura e a criatividade são características essencialmente humanas, comuns a todos os povos. Vivemos um momento em que esses valores vão deixando de ser coadjuvantes para se tornar protagonistas no cenário econômico e, justamente por esse aspecto, a economia criativa tem sido compreendida como alavanca potencial para um novo tipo de desenvolvimento, socialmente mais justo e inclusivo. (Pesquisa *Economia e cultura da moda no Brasil* (2012, p.21-22).

Muito se fala ultimamente em economia criativa, economia da cultura, ou mesmo indústrias criativas. O fato é que as sociedades atuais passam por transformações radicais, que se processam em suas raízes. Até pouco tempo atrás essas sociedades que norteavam-se por paradigmas tradicionais, como o grande poder do Estado, as tradicionais empresas familiares, a hegemonia das multinacionais, o emprego de vida inteira, hoje, sofrem processos de transformação. É válida a afirmação de que as sociedades se tornaram mais complexas nesse cenário de transformações e, assim, explica-se a busca de novos conceitos para explicar as novas práticas. Segundo a pesquisa *Economia e cultura da moda no Brasil* (2012, p. 21-22), todos esses novos conceitos gravitam em torno de uma ideia central: o desenvolvimento de uma economia com lastro na criatividade, na inovação, na informação, na cultura, nos valores humanos, nos saberes tradicionais, adepta da pluralidade e mais respeitosa com o meio ambiente.

Economia criativa, portanto, é uma das economias que vem ocupando espaço na sociedade contemporânea de “múltiplas economias”. O conceito de Economia criativa, segundo a pesquisa *Economia e cultura da moda no Brasil* (2012, p. 21-22), reflete a mudança de paradigma de uma economia menos centrada no tradicional modelo industrial e mais ligada à geração de ideias, à criatividade, ao talento, ao desenvolvimento de projetos comuns entre uma rede de atores, o que pressupõe uma estreita aliança entre a economia e a cultura, além da possibilidade de consolidação de um desenvolvimento efetivamente sustentável.

Segundo a atual Secretária de Economia Criativa do MINC, Claudia Leitão (2011), a economia criativa engloba todas as etapas de desenvolvimento de bens e serviços, cujo insumo principal é a criatividade e o conhecimento. O valor atribuído a essa nova economia não vem dos insumos que entram na sua produção, mas na criatividade, como elemento central do processo produtivo, e do valor simbólico atribuído no consumo e fruição. O resultado, por sua vez, é produção de riqueza cultural e econômica. Leitão (2011) afirma que “o patrimônio cultural é insumo e resultado da economia criativa”.

Segundo o Edital-Prêmio Economia Criativa do Ministério da Cultura (2011), os quatro grandes setores criativos são: Patrimônio, Artes, Mídias e Criações

Funcionais. É no coração das Criações Funcionais que estão, entre outros, o artesanato, o *design* e a moda. A moda é um setor-chave nessa nova economia, como mostra o estudo desenvolvido pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan), que buscou mapear a cadeia da indústria criativa no Brasil, mostrando que essa atividade corresponde a 16,4% do PIB nacional. Entre os setores mapeados, a moda, a arquitetura e o design aparecem como o núcleo responsável pela maior parcela da indústria criativa nacional, respondendo por 82,8% do trabalho criativo no Brasil, 82,5% dos estabelecimentos e 73,9% da massa salarial. (*Economia e cultura da moda no Brasil*, 2012, p. 22).

A criação recente da Secretaria de Economia Criativa e o lançamento do Edital-Prêmio Economia Criativa mostram a vontade política e as ações práticas para fortalecimento dos setores em pauta. O objetivo da Secretaria é incentivar, proteger e valorizar a diversidade artística e cultural do País, potencializando a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável. Estratégias da Economia Criativa estão cada vez mais presentes em iniciativas que atuam junto às comunidades de artesãos, costureiras, comunidades excluídas e de risco, com o objetivo de qualificar as competências criativas; revigorar os artesanatos e as vocações regionais; formar polos criativos para desenvolvimento de novos empreendimentos; apoiar a formação de associações ou cooperativas; aumentar as possibilidades de trabalho e renda; emancipar cidadãos e cidadãs. Projetos de design, artesanato e moda, que já vinham sendo realizados em pesquisa e extensão universitária, agora poderão conseguir respaldo no Ministério da Cultura.

### **Economia solidária**

É expressão constante nos novos empreendimentos da sociedade contemporânea. A conceituação da expressão também está em construção; no momento, é possível adiantar que a economia solidária tem sua origem em “movimentos que buscam formas alternativas econômicas de sobrevivência das categorias mais pobres, grandemente relacionadas à luta contra o desemprego, a pobreza, a exclusão social (OLIVEIRA, 2010, p. 253). Esses movimentos ou processos muitas vezes constituem uma força organizacional baseada na “confiança mútua e na solidariedade, na cooperação e na autogestão”, propiciando o surgimento de um novo tipo de associações, de cooperativas, as denominadas “populares”. Para Guimarães (apud OLIVEIRA, 2010, p. 259), as cooperativas populares promovem oportunidades de conduzir trabalhadores de baixa renda, integrantes das camadas populares e excluídos dos processos de mercado, a praticarem a autogestão e elaborarem novas formas de produção, distribuição e consumo, buscando melhores condições à vida.

Essas cooperativas, mais do que resolver a questão da renda, buscam o exercício da cidadania; mais do que visar à sobrevivência econômica, buscam a inserção social e política. Por isso, a avaliação das cooperativas populares está mais focada nos resultados qualitativos do que nos quantitativos. (OLIVEIRA, 2010, p. 255).

Considerando essa afirmação, podemos assumir que as cooperativas populares são formas de gestão social, pois, segundo França Filho, na gestão social os objetivos sociais são priorizados em detrimento das finalidades econômico-mercantis; Carvalho (apud Pimentel, 2010, p.160) colabora enfatizando que, mesmo não visando em primeiro lugar ao resultado financeiro, a gestão social deve ser eficiente, eficaz e efetiva. A afirmação também é válida para as associações e cooperativas populares o que evidencia a necessidade e desenvolver suas facetas estratégicas.

### Dos conceitos à prática

Revisados conceitos acima elencados, são notáveis também as mudanças na forma tradicional de criação, produção, distribuição, uso e consumo de produtos de moda. Os paradigmas mudaram, e mudanças continuam em curso. Na Revolução Industrial, a “produção mecanizada” e em seguida “seriada” das fábricas destituiu gradativamente a economia doméstica da produção de bens. Na sequência, a “produtividade” industrial conquistada lança a produção de bens para desafios da “qualidade”, e daí para o diferencial do “design”, da “customização”. Mais recentemente, são os parâmetros do “desenvolvimento sustentável” que passam a vigorar, e outras economias e formas de trabalho surgem na sociedade pós-industrial. Sustentabilidade, economia criativa e economia solidária convergem em diversos projetos mundo afora, comprovando que novas fórmulas são necessárias para novos valores da sociedade. Algumas fórmulas que estão colhendo bons resultados serão comentadas a seguir:

A cooperativa *Manos Del Uruguai* dá trabalho e renda a 250 mulheres artesãs de zonas rurais do país vizinho, desde 1968; são 13 cooperativas que abrigam as cooperadas de 19 localidades do interior do país. A central de serviços está em Montevideu e conta com 90 funcionários encarregados do design dos produtos, abastecimento de materiais, das vendas, da capacitação nas diversas funções, na organização e no controle da produção, da logística de distribuição, etc. As cooperadas produzem e tingem os próprios fios para confecção de prendas de tricô e tear manual; são fios de lã, mesclas com alpaca, seda e linho para o mercado nacional e internacional. Suas peças, além de serem reconhecidas pelo design e pela qualidade, são identificadas pela assinatura da artesã, e pela localidade de procedência. Isso garante que cada prenda é única e tem o trabalho e dedicação de uma pessoa. Os artesãos são mantidos em suas comunidades, recebem o trabalho a ser executado e devolvem para a cooperativa central. Dessa forma, eles próprios são os multiplicadores da técnica que se mantém como a economia do lugar. Rompe-se o estereótipo do trabalho da sociedade industrial, que concentrou homens em fábricas e escritórios, padronizou e sincronizou os tempos do trabalho. A *Manos*, tem seis lojas próprias, cuidadosamente planejadas e implantadas em *shopping centers* e em zona comerciais. Possui distribuidores de fios na Europa, nos EUA, no Canadá, Uruguai e na Argentina. Em 2009, depois de longo processo de avaliação, a *Manos* foi aceita como membro da *World Fair Trade Organization* (WFTO), que opera em 70 países e abriga mais de 350 organizações comprometidas 100% com o comércio justo. Os aspectos solidários da cooperativa *Manos* são evidentes, pois cumprem a missão da cooperativa que é erradicar a pobreza através do desenvolvimento econômico sustentável, permitindo aos artesãos melhorar a qualidade de seus produtos, garantindo a permanência e multiplicação de artesãos no mercado de



trabalho. Suas peças diferenciam-se pela junção de design e artesanato. Sua organização logística, estratégica e mercadológica, que prima pela preservação e atualização do saber artesanal, tem se mostrado eficiente, eficaz e efetiva nos resultados sociais e econômicos. (<http://www.manos.com.uy/> acesso em: 03 abr. 2013) e (Garcia, 2009, p.61).

A **Coopa-Roca** é um projeto que busca integrar técnicas artesanais valiosas, das artesãs da Favela da Rocinha (RJ), aos processos industriais. A cooperativa surgiu no final dos anos 1980, com a missão de gerar renda para mulheres donas de casa que tinham por tradição familiar algum conhecimento de costura e bordado. Segundo depoimento da arte-educadora Tetê Leal<sup>1</sup>, fundadora e coordenadora executiva da **Coopa-Roca**,

O primeiro clique foi perceber que grande parte das mulheres da Rocinha são do Nordeste e dominam técnicas artesanais valiosas, o que nos levou a organizar a cooperativa. O segundo clique foi reconhecer, na moda, um mundo de oportunidades e ter consciência de que, para ampliar o impacto desse trabalho, era preciso associar as técnicas artesanais têxteis a processos industriais.

O artesanato agregado à moda, une dois segmentos da economia criativa em produtos sustentáveis nos quesitos social e ambiental. Além de valorizar o artesão, os produtos têm seu ciclo de vida prolongado, pois os defensores do consumo consciente e do *slow fashion* associam o afeto e o genuíno às prendas feitas a mão. A Coopa-Roca tem, aproximadamente, cem cooperativadas e desenvolve projetos de moda, *design* e arte, com parceiros como: Osklen, M. Officer, Irmãos Campana e outros. (De Carli, 2009, p.77).

Outro *case* levantado por De Carli (2010, p. 47) é o consórcio **Natural Fashion**, fundado em 2000, em Campina Grande, Paraíba e liderado pela empresária Maysa Gadelha. Trata-se de uma cooperativa de empreendedores que se dedicam à produção de moda, acessórios e peças de decoração confeccionadas a partir do algodão colorido. Cabe salientar, segundo informado na pesquisa *Economia e cultura da moda no Brasil* (2012, p. 98-99), que o algodão colorido existe naturalmente, e seu plantio não requer aplicação de qualquer produto químico. Ao contrário do algodão branco responsável por 25% de todo agrotóxico usado nas lavouras brasileiras, o algodão colorido é um produto orgânico por natureza. A cooperativa conta hoje com 29 cooperados e com 150 famílias dedicadas ao cultivo do algodão colorido na região. Os produtos do *Natural Fashion* têm o toque do artesanato; são ecológica e socialmente corretos, incentivam a agricultura familiar, utilizam mão de obra de cooperativas e são comercializados em todo Brasil e no Exterior.

Segundo Maysa, é a consciência de que o sistema de trabalho cooperativado é uma matriz de responsabilidades mútuas, segundo a qual é importante saber que a

---

<sup>1</sup> *Visão que constroe*. Agenda Sudameris. Concepção: Thymus Branding e Scriba Comunicação corporativa.

cooperativa pode beneficiar o cooperado à medida que o cooperado pode beneficiar a cooperativa. E arremata justificando sua confiança no negócio: “O produto é correto do início ao fim.” A Natural Fashion é exemplo de empreendimento pós-industrial, nos três quesitos acima citados: engendra-se na economia solidária, na medida em que os empresários se envolveram diretamente na recuperação da cooperativa de plantio de algodão colorido e, atualmente, garantem sua demanda; atua na economia criativa porque desenvolve peças de design e artesanato apostando na geração de ideias e na aliança entre a economia e a cultura; pratica a sustentabilidade ambiental quando opta pelo plantio de algodão colorido, que evita o impacto ambiental dos pesticidas sobre a terra e sobre a saúde dos agricultores.

**Projeto Piracema**, a designer e coordenadora Heloisa Crocco (2010, p.75-79) relata objetivos, princípios e metodologia do que busca a aproximação entre o design e o artesanato, por meio de um conjunto de ações, como: seminários teóricos, trabalhos práticos e vivências criativas, que envolvem designers, artesãos e estudantes. O objetivo é instrumentalizá-los para uma troca de saberes, trazendo para o design o conhecimento da tradição e, para o artesanato, sua ampliação como atividade sustentável. Crocco relata que as principais preocupações do projeto incluem o aperfeiçoamento da qualidade da produção artesanal, a permanência da tradição e a melhoria das condições sociais dos artesãos, promovendo a inserção competitiva do artesanato no mercado, proporcionando o desenvolvimento sustentável da atividade artesanal, pelo fortalecimento dos pequenos negócios. No relato verificam-se princípios da sustentabilidade social, da economia criativa e também da economia solidária, visto que a emancipação da comunidade também é objetivo do projeto Piracema. Crocco realizou, em diversos lugares do Brasil, oficinas, que ela denominou “Vivências”.

Segundo palavras da designer (2010, p.75-79), “o que se depreende da experiência vivida é o grau de avanço dos artesãos, que passam a ver e trabalhar em horizontes mais amplos, aperfeiçoando o fazer e se inserindo de forma mais sólida nos contextos econômico e sociocultural”. A Coleção Garupa,<sup>2</sup> parte do projeto Talentos do Brasil, iniciativa do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) em parceria com o Sebrae, apoio da Caixa Econômica Federal e ABIT, entre outros, é exemplo vivo da reflexão teórica da tradição gaúcha aliada à prática artesanal e ao potencial da indústria. Na coleção Garupa, a matéria-prima básica foi o couro, e as novas peças incorporaram materiais inusitados da região, como crina de cavalo e artesanatos como crochê, tricô, macramê, bordado, tressê e outros, contemplando saberes passados de pais para filhos.

A pesquisa *A identidade regional e a responsabilidade social, como ferramentas para agregar valor na moda da Serra Gaúcha*, coordenada pela Profa. Mercedes Lusa Manfredini, em colaboração com a Profa. Bernardete Suzin Venzon, realizada pela Universidade de Caxias do Sul, em parceria com o Polo de Moda Serra Gaúcha, com apoio financeiro do CNPQ, iniciou em 2009 e resultados significativos já podem ser conferidos. Na sua primeira etapa o objetivo foi pesquisar e analisar o

---

<sup>2</sup> Experiência apresentada no III Simpósio Nacional de Moda e Tecnologia, UCS, 2009 e noticiada no site do Sebrae [www.sebrae-rs.com.br](http://www.sebrae-rs.com.br)

patrimônio cultural da região formado pelas práticas do cotidiano, pelas técnicas e tradições, pelos seus traços culturais genuínos. As informações coletadas em imagens e entrevistas foram categorizadas em quatro temas: o morar, o rezar, o fazer, o comer. Assim o clima, a geografia, e a bagagem cultural dos imigrantes foram cuidadosamente observados no conjunto das manifestações: arquitetura, ornamentos das casas, decoração, objetos e móveis, as igrejas, os vitrais, as capelas, as festas e os costumes religiosos, a culinária, o milho, a uva, os vinhedos, as habilidades para tramar e tecer, as cestas, as rendas, os tecidos. O acervo coletado constituiu fonte de inspiração multifacetada para o setor criativo das empresas pensar a identidade e traduzi-la como diferenciação, originalidade nos seus produtos.

A segunda etapa, *Identidade regional da Serra Gaúcha como sustentação para o design*, começou no início de 2012. O grupo de pesquisa reuniu oito empresas dos segmentos: jóias, lingerie, *underwear*, tecelagem, malharia e confecção, para por em prática as descobertas da primeira parte. Walter Rodrigues integrou a equipe e auxiliou na elaboração da metodologia para acompanhar o desenvolvimento de coleções; o estilista observa: “explorar inventivamente e mercadologicamente o que está próximo não é tão simples, mas pode ser feito desde que haja decisão [...] a pesquisa oferece os fundamentos, mas cabe aos profissionais lançarem um olhar verdadeiro e investirem na criatividade para levar a produção daqui para fora com o selo da originalidade”. É desafio para o designer associar tradição e inovação, identidade e originalidade, no desenvolvimento de produtos com o diferencial da afetividade e por isso mais duráveis. O afeto que um produto pode representar evita o descarte prematuro; identidade é também sustentabilidade na moda.

Como visto nos *cases* acima, muitas “brechas” estão sendo abertas no sistema tradicional da produção industrializada de moda. Durante muito tempo, a economia industrial instalou-se em área própria, concentrando os fatores de produção (capital, equipamentos, recursos materiais e humanos) e exigindo aumento da produtividade, na sequência da qualidade e do design. Hoje, esses quesitos não bastam, as emergências solicitam das empresas desenvolvimento de produtos nos parâmetros do *design de sistemas para a sustentabilidade*, em que são analisadas e avaliadas as opções nas cinco fases do ciclo de vida dos produtos: pré-produção, produção, distribuição, uso do produto e descarte. (Vezzoli, 2010, p. 63). Na prática, é necessário: avaliar as opções, nas cinco fases, dando preferência aquelas que menos impacto geram na natureza; unir as vocações do lugar ao design na busca da originalidade; pensar solidariamente na inclusão de comunidades excluídas, se possível colaborar com a sua emancipação; reduzir o consumo de energia; utilizar energias limpas; inovar em soluções de utilização e reutilização de recursos naturais, enfim, promover muitas outras ações que estão ao alcance das pessoas físicas e jurídicas engajadas social, econômica e ambientalmente falando.

### **Experiências da academia**

Em 2009, sob a coordenação desta pesquisadora, o projeto: *Moda no terceiro milênio novos valores novas práticas*, da Universidade de Caxias do Sul, iniciou pesquisas sobre sustentabilidade econômica, social e ambiental na área da moda. Na primeira etapa, levantou experiência, analisou a responsabilidade e possíveis comprometimentos dos cursos superiores de moda com a causa sustentável. Em 2010, o projeto participou em edital da Secretaria de Ciência Inovação e Tecnologia do Estado do Rio Grande do Sul, (SCI&T) e obteve aprovação para o sub-projeto *Oficina de design de moda*, o *ProModa*, como ficou conhecido desde sua implantação.

O sucesso do *ProModa*, como tantas outras iniciativas da área, deve-se à união do setor têxtil e confecção consolidada pelo Polo de Moda da Serra Gaúcha, (APL), fundado em 2007. O Polo conta com a participação ativa do curso de Tecnologia em Design de Moda da UCS, e concentra energias do Poder Público, da iniciativa privada e da universidade, na busca de soluções para o setor da moda. O apoio financeiro que possibilitou a compra dos equipamentos necessários à confecção dos produtos veio Secretaria de Ciência Inovação e Tecnologia do Estado do Rio Grande do Sul. Os outros apoiadores foram: o Polo de Moda da Serra Gaúcha, que, além de facilitar o contato direto com as empresas, permite o acesso aos resíduos têxteis do Banco do Vestuário. A Fundação de Assistência Social, (FAS) a Coordenadoria da Mulher e a Secretaria do Desenvolvimento Econômico do Trabalho e Ação Social. Estes três últimos colaboram na divulgação da oficina e seleção dos artesãos, bem como na cedência da Assistente Social, que ministra o primeiro encontro da oficina, sensibilizando os artesãos para o trabalho em equipe. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), por sua vez, disponibiliza um consultor para palestras sobre o *empreendedor individual*, e sobre a formação de *associações* e *cooperativas*, que fortificam e representam a especialidade de grupos. As empresas privadas fornecem a matéria-prima para os protótipos e ainda participam do encontro com teor prático entre artesãos e designers.

O objetivo da oficina é testar novas práticas para a produção de moda, as quais priorizem a sustentabilidade social, com vistas ao desenvolvimento de metodologias para projetos de economia criativa, economia solidária na área da moda e do artesanato. Apresenta ainda objetivos específicos que são: 1) implantar oficinas experimentais que agreguem artesanato a produtos industriais de moda; 2) reutilizar resíduos têxteis em produtos reciclados criativos, integrando artesãos e costureiras ao mercado de trabalho; 3) proporcionar aos acadêmicos do curso de Moda da UCS cenários de criação e desenvolvimento de produtos frente aos novos valores e a práticas para moda; 4) registrar o desenvolvimento das oficinas, formando bases de dados e informações para publicação de artigos sobre economia criativa.

Em atenção aos objetivos do *ProModa*, foram desenvolvidas até o presente, março/2013, seis oficinas; foram publicados oito artigos acadêmicos em livros, revistas e anais de congressos, relatando o desenvolvimento da pesquisa.

A metodologia de desenvolvimento da oficina, já testada e aprimorada nas cinco oportunidades, tem demonstrado ser compatível com os objetivos a serem alcançados. São quatorze encontros, com duração de três horas, que ocorrem duas vezes por semana. Os assuntos com caráter teórico são abordados em cinco encontros, os temas tratados são: a identidade cultural da região; composição e aprimoramento estético; estado da arte do artesanato na moda e vice-versa; visita a museu municipal para reconhecimento das técnicas artesanais dos imigrantes; empreendedorismo, trabalho em equipe, associativismo e cooperativismo. A sequência planejada das aulas teóricas busca fornecer informações e conhecimentos básicos para a criação e o desenvolvimento de coleção de moda, valorizando as técnicas artesanais. Nas primeiras oficinas foi trabalhado o tema empreendedorismo, pelo Sebrae, e, nas demais, devido ao interesse demonstrado pelas artesãs de formar uma associação, a preferência apontou pelo tema associativismo e cooperativismo.

Para as atividades práticas são destinados nove encontros, que trabalham a pesquisa de tendência; escolha do tema de coleção, materiais e cores a serem utilizados; estudo das especialidades artesanais dos oficineiros e suas aplicações nos produtos; quadro de coleção; ficha técnica de produto; formação de custo e preço de venda; execução e apresentação dos resultados em mostra ou desfile. As atividades práticas de desenvolvimento de protótipos utilizam as referências do capítulo *Gestão do design*, de Treptow (2003, p. 91-201) e as do capítulo *Projeto de moda*, de Jones (2005, p.166-182). A equipe de trabalho é composta por: uma coordenadora, uma designer (que pode mudar de acordo com a proposta de cada oficina), uma professora de modelagem, uma técnica em costura e duas bolsistas de Iniciação Científica, acadêmicas do curso de Moda. Na lista de palestrantes convidados, figuram: uma professora de Artes, uma professora de História da Moda, um facilitador do Sebrae e uma assistente social da FAS.

No âmbito dos conteúdos teóricos das oficinas, houve atualizações, mas o cronograma básico foi mantido. Na sequência das oficinas, percebendo que as artesãs têm o perfil voltado para a atividade prática, foi possível dimensionar melhor tempo e conteúdos das aulas teóricas, a fim de manter o interesse e a motivação em bom nível.

As oficinas realizadas até dezembro de 2012 certificaram aproximadamente 70 artesãos. A meta quantitativa de desenvolver de 8 a 15 protótipos de moda-vestuário e de 8 a 15 protótipos de moda-casa por oficina foi atingida, a meta qualitativa, pode-se dizer, foi superada, tanto no aspecto de melhora da autoestima das artesãs quanto na estética dos produtos.

As quatro primeiras oficinas desenvolvidas foram relatadas em vários artigos publicados até agora; nesta oportunidade será dada prioridade ao relato da quinta oficina, realizada de maio a junho de 2012, que contou com a participação ativa e mais prolongada de experientes designers, proprietárias das empresas *Friolã* e *Carla Carlin*, atuantes no mercado da malharia e confecção femininas, respectivamente.

Incluir:

Figuras 1, 2, 3 (Vestidos)

Figuras 4, 5 (Cardigans)

Participaram da oficina quinze artesãs, que tiveram encontros teóricos mais concentrados, a fim de privilegiar encontros com designers de moda. Nessa oficina, a prioridade foi dada para o desenvolvimento de produtos de moda vestuário, relegando a moda-casa para plano secundário. Foi dado às designers liberdade para conduzirem o desenvolvimento da oficina. Elas trabalharam com as artesãs em dias distintos; foram cinco encontros dedicados à confecção com tecidos planos e cinco, a malharia retilínea. As duas designers iniciaram informando tendências gerais da moda, ressaltando o valor do artesanato associado à moda. Apresentaram uma proposta temática, os produtos e detalhes a serem trabalhadas abrindo para diálogo colaborativo com as artesãs.

Incluir:

Figuras 6, 7 (Desenvolvimento dos trabalhos)

É importante ainda lembrar que a relação com o artesão em oficinas e cursos não comporta imposições; é necessário incentivar o clima de troca de conhecimentos e respeito mútuo, reconhecendo os valores particulares no trabalho coletivo. O projeto também deve proporcionar o crescimento dos alunos bolsistas.

Os materiais necessários foram fornecidos pelas empresas de propriedade das designers. A designer de malharia forneceu um *cardigan* básico em malha, cor *off white*, para cada artesã, e a designer de vestidos e blusas, forneceu modelagem e tecido plano para as peças. Intervenções de várias técnicas, como crochê, macramê, grampada, bordado com fitas, com rolete, ponto arraiolo, *patchwork*, foram feitos nas peças. A metodologia das aulas com as designers foi: troca de informações, experimentações e orientação individualizada durante o processo. O clima das aulas foi colaborativo, o respeito e a troca de saberes foram constantes. Um fator que agilizou os trabalhos foi a padronização dos moldes, essa opção também fez o artesanato despontar como valor diferencial.

O resultado da oficina (treze *cardigans*, cinco blusas e quatro vestidos) foi exposto no Centro de Arte e Arquitetura, UCS, e na Prefeitura Municipal, por ocasião da entrega dos certificados. No aspecto humano, foi gratificante para as designers o contato com a cultura do artesanato, que traduz muito da nossa identidade; para as alunas bolsistas e professoras, a oficina mostrou as potencialidades criativas da união

moda/artesanato; para as artesãs o resultado mais importante foi o visível fortalecimento da autoconfiança e da autoestima.

Incluir:

Figuras 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15.

As designers trabalharam com as artesãs, na oficina de costura da universidade, auxiliadas por bolsistas e professoras, caracterizando, dessa forma, a integração entre indústria, artesanato e universidade na etapa de criação e desenvolvimento de protótipos de moda. Essas práticas de economia criativa e sustentabilidade social podem ter continuidade em programas do currículo ou cursos de extensão, ampliando as possibilidades de atuação dos futuros designers de moda.

### **Do ProModa a Damas & Tramas**

Algumas artesãs participaram em mais de uma oficina do ProModa, satisfeitas com as vivências e com o desenvolvimento pessoal, criaram vínculos de amizade e profissão com seus pares. Pode-se arriscar, afirmando que o ProModa promoveu o empoderamento das artesãs, ou seja, facilitou “a emancipação individual e também a consciência coletiva necessária para a superação da dependência social, buscando construir novos mecanismos de responsabilidades coletivas e de tomada de decisões compartilhadas”. Disponível em: <http://www.significados.com.br/empoderamento/> acesso em: 02 abr. 2013.

Nessa caminhada, em julho de 2012, as artesãs, incentivadas por esta pesquisadora, buscaram, no setor “Rede de Cooperação da UCS”, o apoio para a formação de uma associação. As reuniões com essa finalidade aconteceram semanalmente durante o segundo semestre, sob a orientação da professora Jocelda Fedrizzi, coordenadora da Rede. Em 24 de outubro de 2012, nasce a Associação de Artesãs da Serra Gaúcha – Damas & Tramas, com estatuto, código de ética, regulamento interno e CNPJ devidamente registrados em cartório. Segundo o estatuto:

A Associação, tem por finalidade congregar, orientar, assistir, instruir e estimular a cooperação entre as associadas no que diz respeito à organização das atividades, prospecção de novos mercados e clientes, eficiência na aquisição de produtos, mercadorias e serviços; auxílio na produção e comercialização de bens e serviços, publicidade conjunta, registro de marca e nome comercial, promoção de cursos internos e externos, avaliação de questões de natureza ambiental, logística, comercial, administrativa e jurídica, com o objetivo de proporcionar as associadas maior competitividade, lucratividade e eficiência no mercado em que estão inseridas.

Desde a sua fundação, essa associação está buscando mais visibilidade. Participou da Feira de Natal do Recreio da Juventude, *Criando com Arte*, em dezembro de 2012, e do *Integra Moda*, evento comandado pelo Polo de Moda da Serra Gaúcha, que duas vezes por ano apresenta a pesquisa de tendências de moda e comportamento para os associados. Damas & Tramas estreou no Integra Moda com estande próprio, apresentando catálogos com variado mostruário de técnicas artesanais. O encontro reuniu aproximadamente 700 pessoas, em março de 2013. A participação foi muito positiva para a Associação que se tornou conhecida no meio empresarial da moda.

No momento, as artesãs da Associação Damas & Tramas estão iniciando o curso de extensão proposto pela UCS, e coordenado por esta pesquisadora, “Aprendendo a ensinar: artesanato como preservação e fonte de renda”, que tem como objetivo ensinar as artesãs a dar aulas de artesanato, fazer planos de aulas, usar metodologias e estratégias de ensino, ou seja, prepará-las como disseminadoras da nossa cultura. Serão oito encontros no curso ministrado pela professora mestre do curso de Licenciatura em Artes da UCS, Sinara Boone, que também é ótima artesã na técnica *patchwork*.

Alinhado à atividade acima o Pólo de Moda, encaminhou o projeto *Artesanato um bem cultural a preservar* para o Financiarte, edital que financia projetos através da lei municipal de incentivo à cultura. O projeto propõe quatro cursos de diferentes técnicas artesanais (crochê, macramê, grampada, tricô, e bordados) para principiantes, com o objetivo de disseminar o conhecimento ancestral e preservar a cultura. As artesãs *seniors* da Associação Damas & Tramas, que estão cursando o “Aprendendo a ensinar”, neste momento, serão as professoras nos próximos 12 meses. Portanto, existe um plano para a preservação e valorização do artesanato local articulado pelo APL de Moda e, especialmente, pela Universidade de Caxias dos Sul, através do projeto de pesquisa *Moda no terceiro milênio novos valores novas práticas*, coordenado por esta pesquisadora.

Os resultados das seis oficinas realizadas mostram uma evolução da proposta da moda com valor agregado do artesanato. O artesanato ficou muito mais refinado e valorizou as peças de moda. A caminhada nos deu a certeza de que as oficinas devem ter continuidade, os resultados são positivos para o curso de moda, para as artesãs, para as empresas da região, enfim para o APL da Moda.

A nova etapa requer elaboração de um novo projeto e encaminhamento para os órgãos de fomento. A associação Damas & Tramas continuará tendo apoio do setor Rede de Cooperação da UCS, até junho de 2013, para elaboração do Plano de Negócios, que é necessário para atingir a próxima meta que é disputar um espaço na incubadora municipal.

O trabalho, desenvolvido com a integração do Poder Público, da Universidade, e do empresariado, tem se mostrado muito produtivo, com resultados notáveis para a sociedade. O curso de Moda, por sua vez, poderá com sucesso



implantar uma disciplina eletiva de moda e artesanato, pois a metodologia apropriada já existe e esta aprovada.

### Referências:

CROCCO, Heloisa. Projeto Piracema. In: De Carli, Ana Mery; Manfredini, Mercedes (Org.). *Moda em sintonia*. Caxias do Sul, RS: Educs, 2010.

\_\_\_\_\_. [www.sebrae-rs.com.br](http://www.sebrae-rs.com.br). Acesso em: 10 mar. 2013.

DE CARLI, A.M.S.; DE ROSS, G.E.; PARENTE, F. Transformando resíduo em benefício social - Banco de Vestuário. In: DE CARLI, A.M.; VENZON, B.S.. *Moda, Sustentabilidade e emergências*. Caxias do Sul, RS: Educs, 2012.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe *et al.* Design e artesanato: novidade e tradição, um diálogo possível. *Revista Redige*, [ECONOMIA CRIATIVA](#) – Seção de Iniciação Científica, v. 2, n. 2, 2011.

DE CARLI, A. M. S. *Moda, uma pratica de múltiplas economias*. In: DE CARLI, A.M.; VENZON, B.S. *Moda Sustentabilidade e emergências*. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2012.

----- . Moda no terceiro milênio novos valores e novas práticas. In: DE CARLI, A.M.S.; MANFREDINI, M. (Org.). *Moda em sintonia*. Caxias do Sul, RS: Educs, 2010

----- . Sustentabilidade: uma prática no ensino de moda. *Dobras*. v. 3, n. 6. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, junho 2009

----- . Oficina de protótipos moda e artesanato: teoria e resultados práticos. *8º Colóquio de Moda* – Senai – Cetiqt, Rio de Janeiro – 17 a 19 de setembro de 2012.

----- . Oficina de protótipos: moda-vestuário, moda-casa. *7º Colóquio de Moda* – Rede de Moda, Paraná, Maringá – 11 a 14 setembro 2011.

----- . Novos valores e novas práticas para o design de moda: parcerias artesanato/indústria. *6º Colóquio de Moda* – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 13 a 15 de setembro, 2010.

----- . Oficina de Design de Moda, projeto 7134, convênio SCT 18/10, Processo 162-2500/10-vigência: 01/07/2010 a 01/07/2013. Nome original do projeto: *Oficina de Pesquisa e desenvolvimento de Design Sustentável: moda vestuário e moda casa*.

DOBROVOLSKI, Ricardo L. Perfis de desenvolvimento sustentável: quantificação e análise espacial para o Rio Grande do Sul. In: ROMEIRO, Ademar Ribeiro. *Avaliação e contabilização de impactos ambientais*. Campinas: Unicamp, 2004.

DE MASI, Domenico. *A sociedade pós-industrial*. São Paulo: Ed. do Senac, 1999.

*ECONOMIA E CULTURA DA MODA: Perspectivas para o Setor*. Pesquisa organizada pelo Iniciativa Cultural – Instituto das Indústrias Criativas e pelo Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPQ), juntamente com a Secretaria Executiva e a Secretaria de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, com o intuito de subsidiar a formulação de diretrizes e políticas para a ação pública no Setor da Moda no Brasil.

Estatuto da Associação de Artesãs da Serra Gaúcha Damas e Tramas. 2012.

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho. Entrevista: Economia solidária. (Administração – estudos organizacionais) VeraCidade revista da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano, Habitação e Meio Ambiente, Ano IV, n. 4, Mar. 2009 ISSN 1981545X.

Disponível <[http://www.veracidade.salvador.ba.gov.br/v4/index.php?option=com\\_content&view=article&id=8&Itemid=3](http://www.veracidade.salvador.ba.gov.br/v4/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=3)>. Acesso em: 7 mar. 2012.

FRAGA, Ronaldo. Disponível em: <<http://revistatpm.uol.com.br/revista/117/paginas-vermelhas/ronaldo-fraga.html#0>>. Acesso em 1º mar. 2012.

\_\_\_\_\_. Disponível em: <[http://finissimo.com.br/2012/02/27/estilista-ronaldofraga-concede-mega-entrevista-a-revista\\_tpm-nos-fizemos-um-resumo-veja-aqui/](http://finissimo.com.br/2012/02/27/estilista-ronaldofraga-concede-mega-entrevista-a-revista_tpm-nos-fizemos-um-resumo-veja-aqui/)>. Acesso em 7 mar.2012.

GARCIA, Carol. Tramando visibilidades. In: *Dobras*, v. 3 n. 7. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, outubro 2009.

JONES, Sue Jenkyn. *Fashion design*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

LEITÃO, Claudia. -----Conferência proferida na abertura do IV Simpósio Nacional de Moda e Tecnologia. realizado na Universidade de Caxias dos Sul, em 27, 28,29 de junho de 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. *Metamorfoses da cultura liberal*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

Prêmio Economia Criativa. Edital n. 2 de 29 de dezembro de 2011. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2012/02/16/premio-economia-criativa/>. Acesso em 7 mar. 2012

MANOS DEL URUGUAY. Disponível em: <http://www.manos.com.uy/> Acesso em 03 abr. 2013.

MANFREDINI, M.; RELLEA, E.; VENZON, B. Design e identidade sustentável: valores locais como base para inovação. Caxias do Sul, RS: São Miguel, 2012.

MANZINI Ezio; VEZZOLI, Carlo. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis*. São Paulo: Ed. da USP, 2008.

MORACE, Francesco. Globalização e o futuro brasileiro. In: SENAI/CETIQT. *Globalização da economia têxtil e de confecção brasileira*. Rio de Janeiro: Senai/Cetiq, 2008.

OLIVEIRA, Benedito Anselmo Martins de. Significados acerca das cooperativas populares e suas interfaces com a economia solidária. In: FERREIRA, M. A.; EMMENDOERFER, M. L.; GAVA, R. (Org.). *Administração pública, gestão social e economia solidária*. Viçosa, MG: UFV, 2010.

Observatório Brasileiro de Economia Criativa (OBEC). Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/> Acesso em: 04 abr. 2013.

TALENTOS DO BRASIL. Disponível em:

[http://www.cooperunica.com.br/cgi-bin/portal.cgi?flagweb=pgn\\_quemsomos](http://www.cooperunica.com.br/cgi-bin/portal.cgi?flagweb=pgn_quemsomos) Acesso em: 03 Abr. 2013

TREPTOW, Doris. *Inventando moda*. Brusque, SC: D. Treptow, 2003.

VEZZOLI, C. *Design para sistemas sustentáveis*. Salvador: Edufba, 2010.

Figuras



Figura 1, 2, 3: Vestidos com técnicas de bordado, patchwork e detalhe de flores aplicadas. Confeção Carla Carlin.



Figura 4, 5: Cardigans em malha retilínea bordado, flores de crochê e flores de fitas. Malharia Friolã.



Figura 6: Artesã com a designer Rafaela Tomazzoni



Figura 7: Artesãs com designer Carla Carlin





Figura 8: Detalhe de crochê no decote da túnica  
Confeção: Carla Carlin



Figura 9: Detalhe de crochê nas costas da túnica  
Carla Carlin



Figura 10, 11, 12: Detalhe, cardigans com bordado flores de crochê, de sutache e patchwork  
Friolã



Figuras 13, 14, 15: detalhes de bordado, flores, e crochê nos vestidos – Carla Carlin  
Fotos: BenHur