

SUBSÍDIOS TEÓRICOS-METODOLÓGICOS PARA LEITURA E ANÁLISE A PARTIR DA ESTÉTICA DE ARTEFATOS DA MODA SUSTENTÁVEL

THEORETICAL-METHODOLOGICAL SUBSIDIES FOR READING AND ANALYSIS FROM THE AESTHETICS OF SUSTAINABLE FASHION ARTIFACTS

RÊGO FILHO, Washington Pinto; Mestre; Universidade Federal do Paraná

washingtonfilho@ufpr.br

LEITE, Marta Karina; Doutora; Universidade Federal do Paraná

martaleite@utfpr.edu.br

Resumo

O design de moda, na contemporaneidade, é atravessado por questões projetuais que trazem a sustentabilidade como foco. O projeto de coleção de moda sustentável leva à confecção de artefatos, mas também da produção de imagens e conceitos. O objetivo deste artigo foi compreender visualmente e analisar imagens da moda sustentável divulgadas em meio eletrônico. Para tanto, adaptou-se uma metodologia que propõe a criação de uma ferramenta para a análise das imagens. Como resultado, encontrou-se através de revisão bibliográfica narrativa as bases para adaptação do método conforme os preceitos do design sustentável e do projeto de moda. Ainda que algumas dimensões da sustentabilidade sejam complexas para visualização estética, a ferramenta possibilitou análises de quatro imagens bem como a classificação em níveis de informação.

Palavras Chave: design; moda sustentável; análise de imagens.

Abstract

Fashion design, in contemporary times, is permeated by design issues that bring sustainability as a focus. The sustainable fashion collection project leads to the making of artifacts, but also the production of images. The objective of this article was to visually understand and analyze images of sustainable fashion published electronically. Therefore, a methodology was adapted that proposes the creation of a tool for analyzing images. As a result, the basis for adapting the method according to the precepts of sustainable design and fashion design was found through a narrative bibliographic review. Although some dimensions of sustainability are complex for aesthetic visualization, the tool made it possible to analyze four images as well as classify them into levels of information.

Keywords: design; sustainable fashion; image analysis.

1 Introdução

O design de moda, na contemporaneidade, é atravessado por desafios que podem ir de encontro a seus preceitos. Pois, este setor ainda está profundamente ligado ao pensamento fabril, da alta produção e massificação de artefatos (Avelar, 2011). Entende-se que o desejo pelo novo e a efemeridade estética (Lipovetsky, 2009) são características que situam nos principais aspectos de como a moda tradicionalmente se apresenta e determinam sua força motriz. Ainda, enxerga-se neste campo a estruturação de etapas, processos e ferramentas na constituição dos seus artefatos.

Observa-se que o design se insere em discussões que levam à compreensão de contextos sociais diversos, bem como pode promover estratégias de redução de impactos ambientais aliados a preceitos econômicos no desenvolvimento de produtos (Ceschin e Gaziulusoy, 2020). Assim, aponta-se para a necessidade de reflexões sobre as práticas utilizadas para alcançar uma moda sustentável.

Ao tratar de conceitos sobre sustentabilidade na cadeia produtiva da moda, Santos *et al.* (2016) afirmam que processos podem ser redesenhados para alcançar uma melhor eficiência, como por exemplo, o caso da reciclagem de fibras. É neste ponto de convergência entre as temáticas: Design, moda e sustentabilidade, que se observa as imagens oriundas da prática projetual da moda. Esta, ainda que guiada por preceitos da sustentabilidade, leva à confecção e divulgação – portanto, induz o consumo – de artefatos.

Levanta-se o questionamento sobre a possibilidade de compreender e analisar visualmente padrões estéticos, dos artefatos divulgados em meio eletrônico, que representem uma moda sustentável. Desse modo, este estudo concentra-se em investigar as imagens de duas marcas de moda que desfilaram no ano de 2023 durante a sétima edição do evento Brasil Eco Fashion Week. A escolha se deu pela temática do referido evento se pautar por “Eco, Inovação e Desenvolvimento Sustentável”. O Brasil Eco Fashion se apresenta enquanto uma plataforma para promoção de boas práticas, voltada à pequenas marcas de moda e enfoca suas ações nos atributos que abrangem sustentabilidade, educação, empreendedorismo e desfiles abertos ao público¹. Justifica-se a importância da compreensão, leitura e análise de tais referências visuais pelo potencial teórico a ser levantado, bem como a possibilidade de amplificar os estudos que envolvem design sustentável, gerando reflexões mais aprofundadas.

Para tanto, lançou-se mão de uma adaptação do método proposto por Da Silva Ranson e Prado (2024) onde os autores propuseram caminhos teórico-metodológicos para análises de imagens ativistas. Assim, direcionou-se o percurso metodológico na busca por imagens e vídeos da moda sustentável, bem como suas particularidades. Previamente às análises, por meio de uma revisão bibliográfica narrativa, procurou-se os subsídios para a compreensão das coleções de moda desfiladas. Ao final, articula-se a proposição de um modelo que instrumentalize as análises imagéticas para pesquisas na área.

Cabe ressaltar que o debate aqui proposto não configura uma ação definitiva, mas uma oportunidade de explorar as possibilidades de investigação do tema por meio de parâmetros previamente estabelecidos.

Salienta-se que o artigo constitui as abordagens iniciais de uma pesquisa de doutorado,

¹ Conforme material institucional. **Brasil Eco Fashion**. Disponível em: <<https://brasilecofashion.com.br/>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

cuja temática é Design de Moda Sustentável, em desenvolvimento no PPGDesign da UFPR na linha de Sistemas de Produção e Utilização.

2 Design para sustentabilidade

É indissociável pensar a prática projetual dos desafios para a mudança climática. Assim, observa-se perspectivas que visem soluções para redução de consumo, que incorporem uma mudança de estilo de vida por entre as esferas que o design possa alcançar (Ceschin e Gaziulusoy, 2020).

Encontra-se muitas oportunidades para articular preceitos da sustentabilidade, uma vez que, cabe à figura do designer interpretar o mundo para projetar soluções. Neste sentido, Vezzoli *et al.* (2021) trabalham com a perspectiva de que existem outras maneiras para a atuação, que o design não pode se esquivar do paradigma consumista e assim procurar pela promoção do bem-estar, de noções como equidade social, além de reduzir significativamente os impactos ambientais através de suas práticas projetuais. Os autores ainda destacam que a centralização de economias, atual modelo econômico, pode impactar e fragilizar a resiliência de sistemas ambientais, uma vez que, são movidas pelo foco extremo em eficiência.

Um dos conceitos mais difundidos no design para a sustentabilidade é a consideração das três principais dimensões, sendo elas: ambiental, econômica e social. A dimensão ambiental é a mais visada e discutida, dada a urgência em encontrar um equilíbrio na lógica de exploração dos recursos naturais e na produção de artefatos, e nesse sentido, pode-se adotar ações para *ecodesign* ou sistemas de produto-serviço (Sampaio *et al.*, 2018).

Quanto à dimensão econômica, esta trata da evolução e desenvolvimento econômico, de maneira justa e ética, o que, comumente, pode conflitar com seu viés ortodoxo que é baseado em exploração de recursos e quantitativos métricos (Santos *et al.* 2019). Ainda, faz-se necessário considerar aspectos da própria sociedade em meio ao esforço para a sustentabilidade.

A dimensão social pode ser compreendida pela visão e definição de Chaves (2019, p.16).

A definição de sustentabilidade social contempla a satisfação das necessidades humanas básicas, a manutenção e a otimização do bem-estar atual e futuro, a valorização da cultura e a melhora da qualidade de vida por meio da redução da desigualdade social.

Sendo assim, aponta-se para ideias que promovam o fortalecimento de conceitos como equidade, coesão social, igualdade de gênero, bem como, atenuar mazelas sociais.

Após a reunião dos principais conceitos que situam e possibilitam o entendimento do design pela perspectiva sustentável, a seguir, discute-se o design de moda.

2.2 Caracterização de uma coleção de Moda

Devido à complexidade de sua cadeia produtiva, a moda buscou maneiras de organizar sua produção em um sistema baseado numa lógica industrial conhecida como *prêt-à-porter*, ou pronto para vestir. Para Avelar (2011) é neste momento que a moda estrutura a massificação de produtos. Aqui é onde o projeto de moda se insere e se faz necessário para que ideias sejam convertidas em artefatos físicos.

Coleções de moda podem ser compreendidas como um conjunto de roupas e acessórios que foram produzidos em uma determinada época, geralmente, a fim de atender uma determinada estação do ano e que possuem afinidade estética entre si. Segundo Frings (2012),

para o planejamento de uma coleção de moda o designer deve deter informações e competências diversas, tais como: ser capaz de analisar o mercado, conhecer concorrentes e traçar um perfil de público. Estas coleções precisam de uma coerência, portanto, é necessário a adesão uma metodologia para o processo de criação (Treptow, 2013 p.38).

O principal aspecto que une diversas criações sob a condição de coleção de moda é o elemento de estilo, sendo este inclusive, reconhecido como a “assinatura” do designer. Para tal, Jones (2005, p. 99) diz que “criar é uma questão de misturar elementos conhecidos de uma maneira nova e estimulante para gerar combinações de produtos diferentes”. Nesse sentido, os elementos de estilo de uma coleção podem ser os padrões de repetição por meio da variação entre decotes, cores, modelagem das peças, assim como o próprio tecido que a compõe. Segundo Treptow (2013), o designer não deve se limitar e assim buscar nas pesquisas realizadas as soluções para garantir a unidade visual do projeto de coleção de moda.

Alguns outros aspectos influenciam o processo de criação de coleções de moda como temas, segmentos específicos do mercado, e o perfil do próprio consumidor. Para que o processo não comece de um ponto qualquer, existem processos de elaboração de *briefings*, que compilam dados anteriores ao desenvolvimento do projeto de moda e informam sobre o contexto geral de uma coleção e a leitura – consequentemente, interpretação - de imagens sob a forma de painéis semânticos, comumente chamados de *moodboards* (Renfrew, 2010).

Ainda que detenha uma abordagem simplificada sobre as etapas de desenvolvimento, Jones (2005) evidencia uma certa preocupação para com os tipos de pesquisa a serem executadas na construção de um briefing, além do cuidado para as tomadas de decisões artísticas que servirão de base para o desenho da coleção.

Figura 1 – Comparativo entre metodologias para coleção de moda

AUTORES	METODOLOGIA						
TREPTOW (2003)	1.Reunião de Planejamento	2.Cronograma da Coleção	3.Parâmetro da Coleção	4.Dimensão de Tendência	5.Pesquisa de Tendência	6.Briefing da Coleção	7.Inspiração
	8.Cartelas: cores, tecidos e aviamentos	9.Esboços	10.Reuniao de Definição	11.Modelagem	12.Aprovação das Peças	13.Graduação e Ficha Técnica	14.Produção
JONES (2005)	1.Briefing	2.Inspiração	3.Apresentação				
RENFREW (2010)	1.Estilista; Inspiração; Visualização; Briefing	2.Estilista; Gerente Comercial	3.Estilista; Stylist	4.Estilista; gerente comercial compradores varejo	5.Estilista; Produtor de Desfile	6.Estilista; Gerente Comercial e Assessor de Imprensa	
	7.Estilista; Assessor de imprensa (pós-desfile)	8.Estilista; Gerente Comercial	8.Estilista; Início da próxima coleção				

Fonte: Adaptado de Pedron e Juliano (2017)

Percebe-se que, independentemente da sequência, o processo de desenho da coleção de moda não culmina apenas na confecção do artefato físico em si, é necessário considerar o aspecto de apresentação do projeto e da coleção. Comumente, o desfile de moda é o espaço para a promoção e divulgação baseadas em marketing que não necessariamente estão alinhados ao projeto inicial. A partir destas ações, tais imagens podem comunicar ações sustentáveis.

2.3 Práticas para moda sustentável

Após a compreensão geral de como se desenvolvem as coleções, faz-se necessário apontar os preceitos da sustentabilidade na moda. Este pode ser um dos maiores fatores de choque entre vieses, pois, a lógica industrial neste setor ocorre desde a produção de fibras até a maneira de distribuição destes artefatos (Fletcher e Grose, 2019). Sob a perspectiva de analisar os impactos ambientais e o que é necessário para mudanças ocorrerem nos consumidores, Santos *et al.* (2016) apontam para cinco níveis que o design possa alcançar a sustentabilidade. Estes níveis vão desde as melhorias nos fluxos das cadeias de insumos até a promoção de estilos de vida baseados em consumo consciente.

Melhorar de fato a qualidade ambiental e social existe uma visão mais abrangente e complexa da responsabilidade, na qual a rápida regeneração da fonte material de uma fibra é almejada não de forma isolada, mas como parte de uma estratégia mais ampla de produção segura e engenhosa de peças de vestuário adequadas, com planos coerentes para futura reutilização (Fletcher e Grose, 2019, p. 15).

Portanto, há caminhos para se pensar a constituição de uma moda que impacte da menor maneira possível os recursos naturais. Frequentemente, peças do vestuário passam por beneficiamentos que modificam a estrutura de uma fibra ou produzem resultados estéticos nos tecidos, estes podem causar danos ambientais devido ao uso de componentes químicos. Conforme Fletcher e Grose (2019), neste caso, pode-se utilizar tingimentos naturais em diferentes estágios de produção para agregar valor ao produto sem ampliar os impactos.

Olha-se para os processos de confecção e aponta-se para os resíduos, não apenas como uma possibilidade de fim inerente, mas como uma oportunidade de re-integrá-los às criações. Assim, apresenta-se os conceitos de *green design* que segundo Ceschin e Gaziulusoy (2020) é a orientação projetual com foco na redução de materiais, de também pensar toda a cadeia produtiva e o ciclo de utilização de um artefato. Os autores ainda consideram que o design de produtos, que desde o início, estão sob o conceito de emocionalmente durável (*emotionally durable design*), ou seja, dotado de atributos extrínsecos que retardam seu processo de descarte.

Neste sentido, Cietta (2017), argumenta que produtos sustentáveis, orientados pelas manualidades do artesanal, são considerados híbridos, pois além de carregarem valor estéticos, levam consigo traços da valorização cultural.

Retoma-se aqui, a integração e uso de resíduos para o desenvolvimento de produtos da moda, Lucietti *et al.* (2019) apontam a técnica do *up-cycling* como maneira de ressignificar materiais por entre as etapas de coleção de moda. Diferentemente da reciclagem, onde o resíduo passa por intensas transformações físico-químicas, observa-se que *up-cycling* é uma maneira de aproveitar materiais têxteis já descartados para que se tornem novas peças de roupa. Como consequência, sobretudo, estes processos geram resultados estéticos.

Técnicas como remodelar, recortar e recoser peças inteiras ou pedaços de roupas, junto com retalhos, tecidos vintage e aviamentos, são usadas para produzir peças únicas, às vezes confeccionadas manualmente e outras vezes com tecnologia de ponta. Essas peças desafiam a tendência geral de diminuir o valor de materiais já usados e são um indício de que o *upcycling* - isto é, agregar valor por meio de reparação criteriosa - também é possível (Fletcher e Grose, 2019, p. 134).

Pode-se pensar nas peças de roupas também no sentido de representarem uma fonte de tecido, que permitem uma atualização e não apenas a utilização final. Do todo, a intercambialidade de tecidos, fibras e aviamentos podem gerar padrões estéticos para coleções de moda sustentáveis e inserir peças de pós-consumo na cadeia produtiva.

Sob outro aspecto, há o conceito de transparência na moda. Assim, Jestratijevic *et al.* (2022) abordam a questão como parte das estratégias das empresas de moda manterem ou resguardarem sua reputação, para tanto, ocorre ao tornar público os indicadores sobre o que fazem a respeito dos insumos, das condições de trabalho, da gestão de resíduos.

Como forma de situar a figura do designer de moda, *Rêgo Filho, Leite e Moura* (2023, p.285) afirmam que há um longo caminho para que a costura sustentável seja possível, que o profissional deve compreender tais conceitos e ser transparente como forma de evitar *greenwashing*, ou seja, se apoderar do discurso sustentável mas não o praticar de fato.

Postas as relações sobre design de moda e sustentabilidade, retoma-se que este estudo busca analisar as imagens da moda. Pensa-se, também, nas imagens como um desdobramento das ações de transparência para sustentabilidade. Portanto, apresenta-se os conceitos encontrados.

2.4 Imagens da moda

Como visto, o processo de criação de coleção de moda leva à divulgação destes artefatos, seja por meio de desfiles de moda ou editorial fotográfico, nos mais diversos meios. Segundo Treptow (2013 p.189), as equipes de design e marketing devem trabalhar em conjunto para que o consumidor tenha acesso às informações acerca de tendências e o que esperar dos conceitos principais da marca. Ainda, as ações de marketing culminam em determinados eventos específicos do setor, tais como, feiras ou organização em semanas de moda.

O desfile de moda é uma das ações que visa a promoção do conceito da marca de moda, da proposta comercial das peças, onde normalmente é contada uma história que amarra visualmente a sequência de roupas. Desse modo, “alguns looks apresentados nem chegarão às prateleiras das lojas, mas servem para transmitir o tema da coleção ou causar impacto” (Treptow, 2013, p.192).

Aqui, compreende-se o papel da mídia no processo de divulgação da coleção de moda, assim como das marcas que produzem. O jornalismo de moda é responsável por propagar as novidades da passarela, assim, estes profissionais assistem ao desfile e o interpretam sob perspectivas artísticas ou comerciais (Jones, 2005). Esta interpretação pode não refletir de fato os conceitos adotados pelo designer.

A partir deste contexto, abre-se espaço para pensar as divulgações de moda por meio das imagens como um campo a ser explorado. Tal exploração já ocorre nos estágios iniciais da prática metodológica do vestuário, a exemplo das pesquisas para elaboração de novos designs. Também, essa coletânea de imagens serve como um lugar de expressão do seu tempo e fonte de ideias que podem ser novamente interpretadas como um relatório de tendências à disposição de empresas (Riezu, 2011).

Em consonância com o pensamento de que a internet pode ser vista como fonte imagética, de fácil acesso, Riezu (2011, p.65) argumenta:

E o melhor é que eu poderia fazê-lo de qualquer cidade do mundo. Só precisaria da internet. A coisa não é assim tão simples, mas o certo é que a rede não é só um lugar para obter informação e se expressar. Ela se transformou em uma fonte de ideias inovadoras, à disposição de quem souber encontrá-las e colocá-las em prática.

Também, para análise dessas imagens, não se pode deixar de apresentar alguns conceitos. Para articular a leitura de imagens da moda, Abreu *et al.* (2019), baseadas em Bomfim e Sanches, dizem que as imagens carregam níveis de complexidade onde um conjunto de aspectos representam recursos materiais, que existem:

- Nível Objetivo - relacionado aos aspectos formais tais como forma, textura, cor e volume;
- Biofisiológico - a compreensão da imagem por meio do toque, visão e audição;
- Psicológico - considera a subjetividade do usuário, as relações afetivas ou emocionais do usuário;
- Sociológico - o simbolismo que ultrapassa a funcionalidade do artefato;
- Natureza Cultural - os diferentes valores da cultura do usuário;
- Ideológica - a natureza dos idealismos do usuário;
- Filosófica - as diferentes condições para reconhecimento do seu estar-no-mundo.

Estes níveis apresentam direções para o olhar analítico, dessa forma, aproxima-se aos conceitos vistos de: elementos de estilo e elementos do design de moda. A linha aparece pelas costuras e divide o corpo em partes; a cor com matiz, saturação e luminosidade dá sensação visual e significados aos objetos; A textura agrega sensação tátil ao tecido; a padronagem une repetição de cores e texturas no tecido; a silhueta altera a proporção corporal; a forma é a da divisão particular, em pormenores, da silhueta (Treptow, 2013).

Portanto, as imagens da moda carregam um conjunto complexo de fatores. Para uma análise imagética, faz-se necessário conhecer os processos de projeção (princípios e elementos), voltando-se a este estudo, as influências de conceitos como os do design sustentável, das intenções de divulgação por meio de desfiles ou ensaios e como este todo se desdobra na leitura dos artefatos sob a condição de imagem.

3 Método

Este estudo busca a proposição de uma ferramenta que auxilie a leitura e análise por meio das imagens de artefatos da moda sustentável, para tanto, adaptou-se à abordagem teórico-metodológica indicada por Da Silva Ransoni e Prado (2024). Primeiramente, realizou-se uma revisão bibliográfica narrativa com o objetivo de localizar teoricamente as bases para a compreensão do alcance do design e aspectos sustentáveis, das etapas de projeção de uma coleção de moda, bem como a existência de diretrizes ou recomendações para a elaboração de itens do vestuário sustentável. Desse modo, foram localizados textos em publicações periódicas de referência na área e livros. A abordagem escolhida para aplicação do método se deu enquanto qualitativa descritiva.

Para ilustrar o caminho percorrido pelas etapas da adoção do método, elaborou-se a figura a seguir.

Figura 2 – Etapas teórico-metodológicas



Fonte: Os autores (2024)

Relembra-se que, os autores desta abordagem a organizaram para compreensão e análise de figuras ativistas no design. Contudo, retoma-se o conceito dos autores de considerar a imagem como um campo de estudos. Portanto, “a partir de um olhar sobre o conjunto de imagens, visamos pensar quais os outros possíveis significados para as imagens.” (Da Silva Ransoni & Prado, 2024 p.14). Assim, vislumbra-se o potencial para aplicação de tais procedimentos às imagens da moda sustentável.

A seguir, apresenta-se as etapas de adaptação para o método neste estudo.

3.1 Adaptação da Ferramenta

A adaptação parte do modelo analítico inicial baseado em quadro. Conforme recomendação do método, houve uma proposição de setorizar categorias descritivas, específicas para o objeto analisado. Estas, visam a descrição do contexto geral da imagem. Desta forma, toma-se como referência o que Treptow (2013, p. 124), apoiada em Jones (2005), define enquanto elementos do design de moda, sendo esses: linha, cor, textura, padronagem, silhueta e forma. Assim, formam-se campos que objetivam extrair as informações necessárias a partir de perguntas.

Como segunda recomendação, existe a observação da representação e identidade. Assim, Da Silva Ransoni e Prado (2014, p.7) argumentam:

A descrição de imagens visa nos ajudar a construirmos um corpus material que possibilite sua interpretação, assim, ao olharmos para ele nos perguntamos primeiramente quais os significados comuns aos elementos que compõem a imagem são possíveis de depreender da imagem? [...]Logo, cabe pensar aqui quais os discursos que operam naquela instância, como eles constroem uma outra representação do que já é convencional e quais as conotações que são possíveis de serem depreendidas daquela representação.

Nesse sentido, priorizou-se as perguntas que evidenciam certos aspectos da moda sustentável, sobre a possibilidade de compreender o contexto temático da imagem. Assim, chegou-se e à organização representadas no quadro:

Quadro 1 – Roteiro para análise de moda sustentável

ROTEIRO PARA ANÁLISE DE IMAGENS DA MODA SUSTENTÁVEL - DESCRIÇÃO		
CATEGORIA GERAL	SEÇÃO	DETALHAMENTOS
Descrição dos elementos que	Nome da Coleção e	Especificação dos dados de divulgação da imagem.

compõem a imagem	<i>ano</i>	Tipo de apresentação: mídia digital, jornalística, editorial, rede social. Qual endereço eletrônico do designer/marca?
	<i>Elementos do design de moda – Nível Objetivo</i>	Como foram empregados: linha, cor, textura, padronagem, silhueta, forma? Quais elementos de estilo se destacam?
Análise: Imagem em si e em conjunto	<i>Contexto Nível - Cultural, Sociológico</i>	Qual identificação temática? Existem aspectos da dimensão social?
	<i>Materiais identificados Nível - Ideológico, Psicológico</i>	Quais possíveis materiais foram utilizados? Quais personas ou idealizações a partir dos materiais?
	<i>Processos e Técnicas – Nível Biofisiológico</i>	Quais as possíveis práticas de moda sustentável?

Fonte: adaptado de Da Silva Ransoni e Prado (2024)

Ressalta-se que esta foi proposição inicial da ferramenta, para então refletir seu uso durante a aplicação nas imagens selecionadas. Posto como seu deu o processo para construção do modelo, parte-se para os resultados encontrados nos testes preliminares.

4 Resultado e Análises

A obtenção das informações e imagens ocorreu por meio do perfil da rede social Instagram, do evento Brazil Eco Fashion Week². A escolha se deu pelo evento trabalhar com empresas e marcas de moda de pequeno porte, sendo estas selecionadas através de curadoria própria compostas por profissionais. Segundo as informações do site³ do evento, são selecionadas empresas que se relacionam com conceitos da moda circular, projetos sociais, execução de design, tecnologia para a sustentabilidade e certificações de materiais da cadeia produtiva.

Como recorte para este estudo, foram selecionadas as coleções das marcas Trama Afetiva e Kunpi Arqueomoda Andina. A seleção das marcas aconteceu em duas etapas: leitura da legenda das postagens de divulgação de 5 a 6 de dezembro de 2023 contendo a apresentação de 24 marcas; filtragem pelo contexto de divulgação e identificação de palavras-chave. Ressalta-se que as fotos dos looks constituem postagem no formato carrossel, portanto, possuem o mesmo endereço eletrônico.

4.1 Trama Afetiva

² Perfil no Instagram. **Brasil Eco Fashion Week**. Disponível em: <<http://instagram.com/brasilecofashionweek>>. Acesso em: 15 mai. 2024.

³Curadoria. **Eco Fashion Week**. Disponível em: <<https://brasilecofashion.com.br/a-curadoria/>>. Acesso em: 12 jun. 2024.

A marca se apresenta como pioneira em design social e regenerativo. A direção criativa é de Jackson Araújo, as peças foram elaboradas para a coleção “Tudo pode acontecer”, confeccionadas a partir da técnica de crochê, que usa fitas de náilon provenientes de guarda-chuvas provindos de aterro sanitário (Figura 3).

Figura 3 – Look 1 Trama Afetiva



Fonte: Brasil Eco Fashion Week⁴ (2024)

A Figura 2 (*look 1*), foi utilizada para análise, e quanto ao nível objetivo, observa-se que a linha divide o corpo em proporções assimétricas, ao menos 8 partes devido ao uso de diversos tecidos em modelagens recortadas. Apresenta o uso de mais de 6 cores em tons de cores primárias e secundárias que criam um efeito de *color blocking*. Ainda, é possível identificar o aspecto de tecidos lisos e brilhantes. A silhueta pode ser vista enquanto a alteração da forma corporal, identificada em duas principais, sendo elas: triangular devido ao grande quimono e trapézio pela combinação com saia. A forma aparece a partir da aplicação de bolsos ao longo da saia e recortes de tecidos xadrez nas mangas do quimono. No nível psicológico, observa-se uma figura que faz alusão ao conforto entendido pela modelagem ampla. Os principais materiais identificados foram náilon e poliéster devido ao brilho dos tecidos. Para o nível biofisiológico, olhando individualmente cada peça, o *up-cycling* predomina a composição da imagem, isto se dá pela constante presença de recordes dos tecidos apresentados. Esta última característica se relaciona ao nível sociológico, pois profusão de estampas aliadas aos recortes e aplicação de bolsos, porque, mesmo que não tenham funcionalidade clara, conferem valor agregado aos itens. No nível filosófico, os itens traduzem os ideais da marca pela utilização de mão de obra local e foco no reaproveitamento de resíduos, segundo o texto divulgado.

⁴Trama Afetiva. Brasil Eco Fashion Week. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/C0k8K-hN0In/?igsh=MWVvMmM1anVzNGUyaQ==>> Acesso em 09 jun 2024.

Figura 4 – Look 2 Trama Afetiva



Fonte: Brasil Eco Fashion Week (2024)

Na Figura 4 (*Look 2*), para o nível objetivo, observa-se a divisão do corpo em proporções assimétricas, novamente em ao menos 8 partes, devido por conta do uso de diversos tecidos em modelagens recortadas. Nesta imagem o *color blocking* se dá pelas cores e padronagens. Novamente, aparecem os tecidos lisos e brilhantes. Há uma ligeira modificação da silhueta em relação ao *look 1*, aparecem ombros avolumados e trapézio pela combinação de parka (um tipo de jaqueta) com saia. Padronagem é visto como recortes em tecidos lisos em contraste com de animal print, estampas localizadas na blusa. A forma está na posição de estampa no corset e recordes de tecidos com estampa de onça. No nível psicológico, observa-se a idealização de uma mulher abastada, o que contrapõe a origem dos materiais. No nível sociológico, vê-se a ressignificação de da estampa renascentista que agrega valor ao produto mas também posiciona esteticamente para o usuário. Para o nível biofisiológico, é visto que o *up-cycling* ainda predomina em toda a coleção, evidenciado pela profusão de recordes e justaposição de tecidos diferentes ao longo de todas as peças. Para o nível filosófico, continua a observação de projeção dos ideais, pois, segundo o texto divulgado, há utilização de mão de obra local e cooperativa.

4.2 Kunpi Arqueomoda Andina

A marca tem como diretor criativo Adrián Ilavve Inca, para esta coleção o tema é “El Quinto Dia” em que visualmente busca recontar a 6000 anos de moda andina, o nome da coleção carrega a crença de que, após cinco dias de viagem, as almas dos falecidos seriam recebidas com um banquete que celebra a eternidade.

Figura 5 – Look 1 Kunpi Arqueomoda Andina



Fonte: Brasil Eco Fashion Week⁵ (2024)

Observa-se na Figura 5 (*look 1*), no nível objetivo, que a linha divide o corpo em proporções assimétricas, ao menos 4 partes devido ao uso de diversos tecidos em modelagens justapostas. A cor é vista em mais de 5 variações, sendo cores primárias e secundárias que criam um efeito de *color blocking* mais claro. A Textura leva à sensação de tecidos macios devido a construção com crochê. A silhueta denota a forma trapézio pela combinação da blusa de tricô e manta ampla. Vê-se a padronagem no xadrez tricô, estampa tamanho grande na manta e nas listras andina da bolsa. No nível psicológico e cultural, há uma alusão à locomoção de pessoas pelo mundo, já que as referências andinas são reagrupadas com elementos de outras culturas. Os principais materiais são algodão e lã no tricô, algodão cru na manta. Estes estão relacionados ao nível filosófico da marca que tem como fonte sua cultura para projetar moda. Para o nível biofisiológico, nota-se o uso de tingimentos naturais. Sob o aspecto social da sustentabilidade há uma reconfiguração visual, estes evidenciam a valorização dos cultural pelos elementos andinos.

Figura 6 – Look 2 Kunpi Arqueomoda Andina

⁵Kunpi Arqueomoda Andina. **Brasil Eco Fashion Week.** Disponível em <
<https://www.instagram.com/p/C0mzpC1vKMW/?igsh=MTNianc4aTh4dmhqMw==>> Acesso em 09 de jun 2024.



Fonte: Brasil Eco Fashion Week (2024)

Observa-se a Figura 6 (Look 2), no nível objetivo, que a linha divide o corpo em várias proporções assimétricas, também, em ao menos duas principais partes simétricas. A cor predominante é vermelho e tons alaranjados que criam um efeito de *color blocking* mais claro. A textura está presente nos aspectos de tecidos com toque macio devido ao crochê. A silhueta denota os ombros avolumados, devido ao poncho. Neste visual a padronagem prevalece no poncho por ser totalmente andina. A forma se dá em franjas vermelhas, localizadas na gola do poncho. O nível psicológico denota uma figura híbrida, que agrega referências artísticas e pouco usuais. Os elementos de estilo constam como *color blocking claro* e padronagem dos elementos andinos. Identificam-se os materiais principais sendo algodão e lã no tricô, algodão cru na manta. No nível sociológico, vê-se a releitura de óculos sem lentes, inteiramente de metal para representar materiais preciosos. A própria composição de artefatos a elementos sem funcionalidade clara confere valor agregado para a estética geral. Para o nível biofisiológico, observa-se mais uma vez o uso de tingimentos naturais, além de apresentar contemporaneamente os visuais andinos. Nesta imagem a ordenação de elementos se relaciona sobretudo ao nível cultural, pois, os artefatos carregam atributos da história proposta da coleção de maneira que se apropria das subjetividades artísticas e as incorpora no design final.

4.3 Reflexões sobre uso do modelo

A partir do uso do modelo analítico como modelo para análise de imagens da moda sustentável foi possível categorizar informações. Nesse sentido, ao adaptar as categorias existentes para relacionar especificamente com imagens da moda foram utilizadas e priorizadas as noções de Treptow (2013), Jones (2005) e Abreu *et al.* (2019). Não se pode deixar de mencionar que as categorias foram uma maneira de conversão de dados visuais. Durante o processo de análise, emergiram os questionamentos sobre a moda sustentável.

Conforme o método, classificar os elementos visuais permitiu a reflexão acerca dos significados. O que corrobora a visão dos autores em: “Dessa forma, o próprio processo de análise

é capaz de abrir novas perspectivas possíveis de serem exploradas dentro do escopo delineado para a pesquisa” (Da Silva Ransoni e Prado, 2019, p. 15).

Nesse sentido, verificou-se que as imagens carregam significados e evidenciam os processos, sejam por meio da temática ou dos materiais utilizados. A unidade visual entre os objetos analisados permitiu encontrar alguns padrões, mesmo que sob a forma de um primeiro contato, e deixaram perceber que a técnica de *up-cycling* é mais fácil de se notar tanto no nível objetivo, quanto no nível biofisiológico. Esta prática também encontra consonância com *ecodesign* apontado por Sampaio *et al.* (2018). Porém, na contramão das análises prévias, não é possível enxergar, apenas pela estética, determinadas práticas como valorização da mão de obra local, ou atributos que estejam mais ligados às subjetividades da dimensão social da sustentabilidade.

Entende-se que a caracterização dos artefatos da moda transmitem o valor simbólico que foram dotados a partir do projeto de coleção de moda. Esse aspecto vai ao encontro do que Abreu *et al.* (2019) pensam sobre o designer ter noções sobre a compreensão do que cerca seu próprio ofício e o usuário final. Nesse sentido, o próprio contexto estético do conjunto de peças analisadas se relacionam com atributos extrínsecos do design emocionalmente durável, propostos por Ceschin e Gaziulusoy (2020).

Entende-se que, ainda se faz necessário determinados aperfeiçoamentos na ferramenta para que ela possa alcançar mais aspectos das dimensões da sustentabilidade (ambiental, econômica e social) incorporados à moda, e assim, detalhar melhor o que se pretende analisar, bem como, ter maior qualidade dos resultados. Uma vez que, alguns questionamentos vêm à tona: é necessário que o design de moda sustentável tenha uma estética própria? As práticas do design sustentável necessitam ser identificáveis em todo artefato?

Sob a perspectiva de que ampliam-se os caminhos para investigações, vislumbra-se o potencial da ferramenta não apenas para a pesquisa na área, mas também como uma alternativa a ser implementada no momento do projeto de moda sustentável.

5 Considerações finais

O presente artigo buscou a proposição de uma ferramenta que auxiliasse na análise das imagens da moda de cunho sustentável. Assim, compreendeu-se que o método adotado permitiu não apenas elencar teoricamente determinadas práticas do design sustentável, mas também percebê-las por meio das imagens. Entendeu-se que a adaptação para o objetivo proposto foi exitosa, ainda que careça de aperfeiçoamentos. Uma vez que, categorizar as informações visuais em um quadro constitui numa boa maneira de conversão de dados.

Analisar todas as dimensões da sustentabilidade que determinados artefatos alcançam, por meio da estética, é um trabalho intrincado, devido às conexões imagéticas de significados. Mesmo que a dimensão ambiental seja a mais lembrada durante as etapas do projeto, algumas técnicas empregadas na confecção da peça podem não deixar isso claro na aparência final do artefato. Em contraponto, caminhos intertextuais foram mais bem aproveitados, uma vez que, certas informações se deram sob a condição de textos juntos às imagens escolhidas. Dessa maneira, deduz-se que imagens constituem um caminho viável para conceitos da transparência na moda.

Encerra-se aqui, sob a perspectiva de que as imagens da moda sustentável constituem um campo a ser explorado, uma vez que, pode-se averiguar o que é feito como prática e como se desdobram os processos. Também, aponta-se a possibilidade de expandir os estudos na área a

partir de reflexões de natureza quantitativa.

6 Referências

- ABREU, Ana Cláudia de; MENEZES, Marizilda dos Santos; MOURA, Mônica Cristina. **Luxo x Popular: análise de produtos da coleção Karl Lagerfeld for Riachuelo**. Modapalavra e-periódico, Florianópolis, v. 12, n. 24, p. 165–182, 2019.
- AVELAR, Suzanna. **Moda, globalização e novas tecnologias**. Estação das Letras e Cores; Rio de Janeiro, RJ, 2011.
- CESCHIN, Fabrizio; GAZIULUSOY, İdil. **Design for sustainability: a multi-level framework from products to socio-technical systems**. Routledge, 2020.
- CIETTA, Enrico. **Economia da Moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- CHAVES, Liliane Iten. et al. **Design para a sustentabilidade: Dimensão Social**. Curitiba, PR: Insight, 2019.
- CRESWELL, John W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: Escolhendo entre Cinco Abordagens**. Penso Editora, 2014.
- DA SILVA RONSONI, V.; PRADO, G. C. **Imagens do dissenso. Proposições teórico-metodológicas para um modelo analítico de imagens ativistas**. AREA - Agenda de Reflexión en Arquitectura, Diseño y Urbanismo, v. 30, n. 1, p. pp. 1-18, 4 mai 2024.
- FRINGS, Gini Stephens. **Moda: do conceito ao consumidor**. Porto Alegre: Bookman Editora, 2012.
- JESTRATIJEVIC, Iva; UANHORO, James Ohisei; CREIGHTON, Rachel. **To disclose or not to disclose? Fashion brands' strategies for transparency in sustainability reporting**. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, v. 26, n. 1, p. 36-50, 2022.
- JONES, Sue. **Fashion Design—manual do estilista**. trad. Iara Biderman—São Paulo: Editora Cosac Naify, 2005.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2009.
- LUCIETTI, Tamires Joaquim et al. **Importância do'upcycling'no desenvolvimento da moda: estudo de caso da marca Recollection Lab**. Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis, v. 15, n. 2, p. 143-159, 2018.
- PEDRON, Renata; GIULIANO, Carla Pantoja. **A teoria e a prática no desenvolvimento de coleção de moda: estudo de caso em empresas de vestuário no estado do Rio Grande do Sul**. Revista Prâksis, v. 1, 2017.
- RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. Desenvolvendo uma coleção. **Coleção Fundamentos de Design de Moda**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- RIEZU, Marta Domínguez. **Coolhunters: caçadores de tendências na moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.
- RYBALOWSKI, Tatiana Messer. **O ciclo da moda**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio, 2008.
- RÊGO FILHO, Washington Pinto; LEITE, Marta Karina; MOURA, Mônica Cristina. O discurso da sustentabilidade em sites de grifes brasileiras sob o olhar do design contemporâneo. **Modapalavra**

e-periódico, Florianópolis, v. 16, n. 40, p. 266–309, 2023.

SAMPAIO, Cláudio P. de et al. **Design para a sustentabilidade: dimensão ambiental**. Curitiba, PR: Insight, 2018.

SANTOS, Aguinaldo dos. et al. **Design para a Sustentabilidade: Dimensão Econômica**. Curitiba, PR: Insight, 2019.

SANTOS, Aguinaldo Dos et al. **A design framework for enabling sustainability in the clothing sector**. Latin American Journal of Management for Sustainable Development, v. 3, n. 1, p. 47-65, 2016.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: planejamento de coleção**. 5. ed. São Paulo: Doris Treptow, 2013.

VEZZOLI, Carlo; GARCIA PARRA, Brenda; KOHTALA, Cindy. **Designing Sustainability for All: The Design of Sustainable Product-Service Systems Applied to Distributed Economies**. Springer Nature, 2021.

VEZZOLI, Carlo et al. **Sistemas Produto+Serviço Sustentável: Fundamentos**. Curitiba: Insight, 2018.

AGRADECIMENTOS

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