



CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS - JORNALISMO

LETÍCIA OLIVEIRA DOS SANTOS

**O AVESSE DA ROUPA: A MODA COLABORATIVA PELO OLHAR FEMININO NA
CIDADE DE SÃO PAULO**

SÃO PAULO

JUNHO/2019

Letícia Oliveira dos Santos

O AVESSE DA ROUPA

A moda colaborativa pelo olhar feminino na cidade de São Paulo

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo. Sob a orientação da Prof^a Dr^a Mirtes de Moraes.

SÃO PAULO

JUNHO/ 2019

Este Trabalho de Conclusão de Curso não reflete a opinião da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Seu conteúdo e abordagem são de total responsabilidade de seu autor.

<https://youtu.be/rizOkLI0IWA>

29 de maio de 2019

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho foi feita com muita paciência e compreensão de diversas pessoas que me cercam, as quais acompanharam a mudança que a moda proporcionou em minha vida.

Primeiramente agradeço à Deus, por sempre ter aberto as portas para que essa importante etapa de minha vida se concretizasse, sempre me guiando e me dando sabedoria e criatividade.

Aos meus pais, José Carlos e Zenaide, meus maiores exemplos, ambos sempre estiveram ao meu lado me apoiando, aconselhando e me incentivando a lutar pelo que acredito, e a nunca desistir dos meus sonhos.

A minha irmã, Maria Zilda, que por longos anos teve que ouvir meus desabafos e sempre esteve me dando palavras de incentivo para que eu nunca desanimasse em minha formação.

A minha melhor amiga Marina Scherer, companheira de aulas, trabalhos e hoje de vida. Uma amizade que muito me ensinou e tem me ensinado nesses 4 anos, e que com certeza, fez com que eles fossem muito mais leves.

A minha orientadora, Mirtes de Moraes, que desde o primeiro semestre me inspira na área de pesquisa. A ela agradeço pela paciência e por ter me ensinado a ter um olhar empático e plural sobre o mundo e pessoas.

RESUMO

As formas de consumo e produção de todos os setores vêm sendo muito questionadas em relação aos impactos que causam no meio ambiente e na sociedade, um dos nichos que vem sendo repensado é a indústria têxtil.

São Paulo sempre foi referência de moda no Brasil e no mundo, e tem sido uma incubadora de novas formas de consumo e produção, crescendo o número de marcas independentes e com propósito de conscientização ambiental e social, e espaços colaborativos de venda, como feiras e lojas que abrigam mais de uma marca.

Mulheres têm sido protagonistas nesse movimento, elas têm se levantado juntas na cidade de São Paulo para mudar a lógica da moda e mostrar que o futuro da moda está na colaboração. A ideia de concorrência tem sido colocada de lado, sendo substituída pela sororidade, e assim, elas buscam nas parcerias fortalecer seus empreendimentos e propósito em prol de uma cadeia de produção justa.

Esse trabalho busca mostrar as ações sob olhar feminino na moda de forma colaborativa, realizado na cidade de São Paulo.

Palavras-chave: São Paulo, mulheres, empreendedorismo, sororidade, economia colaborativa

ABSTRACT

The ways of consumption and production of all sectors had been very questioned because of the impacts caused in the environment and society. This one of the niche that has been rethought is the textile industry.

São Paulo has always been the reference of fashion in Brazil and in the world, and it has been a incubator of new ways of consumption and production. As a result, the number of independent brands are growing. These brands have the purpose of promoting environmental and social awareness, and collaborative sales spaces, like marketplaces and shops that house more than one brand.

Women has been protagonists in this movement, they have been standing together in the city of São Paulo to change the logic of fashion and to show that the future of fashion it is in collaboration. The idea of competition has been set aside, and replaced by sisterhood, and so they build partnerships to strengthen their enterprises and purpose in favor of a right production network.

This work has the purpose to show the actions performed in the city of São Paulo, under the feminine look on fashion, in a collaborative way.

Keywords: São Paulo, women, entrepreneurship, sisterhood, collaborative economy

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 REFERENCIAL TEÓRICO	13
1.1 Contextualização histórica e cultural.....	13
1.2 Relações de trabalho.....	14
1.3 Relações ambientais.....	16
1.4 Cultura slow-fashion.....	16
1.5 Iniciativas na cidade de São Paulo.....	17
1.6 Documentário.....	18
2. DESENVOLVIMENTO DA PEÇA	19
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS	22
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24
APÊNDICE	26

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa embasa a produção de um documentário que trata sobre a desenfreada indústria da moda e a ascensão do *slow fashion*. Segundo a cartilha da Associação Brasileira de Indústria Têxtil (ABIT), a fabricação de tecidos é uma das mais influentes no mundo, pois possui uma produção muito rápida e em larga escala. O número de fibras consumidas em 2013 foi de 89,1 milhões de toneladas, sendo que 70% são fibras químicas e apenas 30% naturais. O Brasil é a quarta maior indústria produtora de vestuários a quinta maior indústria têxtil no mundo. (ABIT 2014, p.10)

A matéria-prima da produção têxtil é o algodão, cujo processo, na maioria das vezes, utiliza a água de maneira desenfreada para sua irrigação, além disso, são utilizados, também, agrotóxicos que geram contaminação nos solos. Após a colheita do algodão ocorre o processo de tingimento, em que são adicionados diversos produtos químicos à água. Esta quando descartada de forma incorreta e sem o tratamento devido, causa poluição em rios e mares. (SANTOS, 2009)

Além dos grandes impactos ambientais que a indústria têxtil ocasiona, existem também funcionários que trabalham em péssimas condições, alguns casos beirando a escravidão. Em dezembro de 2017, a ONG Repórter Brasil, que denuncia situações que ferem os direitos trabalhistas, contabilizou em seu site 37 marcas de moda que utilizam mão de obra escrava, contagem que teve início no ano de 2010. Cada funcionário recebia cerca de R\$5 por peça de roupa produzida, porém nas lojas eram vendidas por 120 vezes acima do valor da produção. Desde 2010 foram encontrados cerca de 400 funcionários trabalhando em condições precárias com jornadas de treze horas por dia. Ainda de acordo com o *site* da ONG Repórter Brasil, a maioria dos casos se concentram principalmente na região metropolitana de São Paulo. (Repórter Brasil, 2017)

Em meio ao cenário de produção rápida, surge o termo *slow fashion*, uma das ramificações da chamada *slow culture*, que Fletcher define como sendo (2015): "(...) an opportunity to begin to engage better with systems-level questions in the fashion

sector in order to build deeper and longer-lasting change towards sustainability.”¹. Essa definição vai ao encontro da filosofia que vem sendo propagada, pelos designers de moda uruguaios Ana Livni e Fernando Escuder por meio do “Manifiesto MODA lenta SLOW fashion”, disponível na seção filosofia de seu website e que se baseia no manifesto futurista da Itália, que é apresentado em onze tópicos e exalta a relação do homem com a máquina, a velocidade e a nova dinâmica da sociedade. Entretanto Ana questiona os impactos da velocidade e da evolução das tecnologias, e propõe uma volta ao lento e sustentável.

O principal objetivo da moda lenta é tornar a produção de vestuários mais social e sustentável. Segundo os designers o principal objetivo do seu manifesto é “(...) *ensalzar la producción sustentable, estudiar el ciclo del producto generado, que evoluciona con la tierra, sobre el circuito de su órbita, y vuelve para mejorar y perdurar en el tiempo.*”²(LIVNI, ESCUDER 2002)

Partindo desse pressuposto, a moda deve ser pensada como um instrumento de igualdade, pois foi por meio dela que historicamente a burguesia passou a se assemelhar aos detentores de posse da época, visto que a sua ascensão permitiu não haver mais separação de classes, que antes era determinada pelo seu tipo de roupa. Sendo assim, de acordo com Lipovetsky, a moda “alterou o princípio de desigualdade de vestuário, minou os comportamentos e os valores tradicionalistas em benefícios da sede das novidades e do direito implícito à “bela aparência” e às frivolidades.” (LIPOVETSKY, 2009 p. 38)

Entretanto, não é isso que vem ocorrendo, as pessoas têm usado a moda para satisfazer seus próprios desejos a fim de se sentirem preenchidas, sem pensar a custo do que, e a quem isso tem afetado

Para esta pesquisa foi escolhido o desenvolvimento de um documentário, que para Nichols, é uma forma de transmitir uma impressão com autenticidade, demonstrando que aquilo que vemos é testemunho do que o mundo é. Por isso, esse foi o produto jornalístico escolhido para tratar do assunto, ou seja, representar por

¹ “como uma oportunidade para começar a se engajar melhor com questões de nível sistêmico no setor da moda, afim de construir uma profunda e duradoura mudança em direção a sustentabilidade.” (Tradução livre da autora)

² Queremos engrandecer a produção sustentável, estudar o ciclo do produto gerado, que evolui com a terra, sobre o circuito de sua órbita, e volta para melhorar e perdurar o tempo. (Tradução livre da autora)

meio de um documentário a realidade sobre o consumo de vestuários. A fim de reforçar a escolha, cabe ressaltar o que Nichols afirma:

Se o documentário fosse uma reprodução da realidade, esses problemas seriam bem menos graves. Teríamos simplesmente a réplica ou cópia de algo já existente. Mas ele não é uma reprodução da realidade, é uma representação do mundo em que vivemos. Representa uma determinada visão do mundo, uma visão com a qual talvez nunca tenhamos deparado antes, mesmo que os aspectos do mundo nela representados nos sejam familiares. (NICHOLS, 2005, p.47)

Pergunta-problema

Considerando as mudanças que o consumo vem sofrendo, os dados sobre impactos ambientais e sociais da moda e o aumento de projetos femininos que tem a consciência e colaboração como bases, a pergunta que norteia a proposta deste produto, é: Como um documentário expositivo sobre marcas de mulheres na cidade de São Paulo pode gerar reflexão e debates sobre novas formas de produzir e consumir?

Objetivos

O objetivo principal deste trabalho é despertar a sensibilidade para a conscientização e mudança em relação ao consumo de moda. Já os objetivos secundários, o documentário busca mostrar o impacto ambiental e social causado pela indústria da moda; o trabalho também pretende mostrar (por meio de algumas marcas o significado dos conceitos da tendência *Slow Fashion*, mostrar personagens que mudaram sua forma de consumo e hoje lutam pela sua conscientização, tendo assim a moda como forma de empoderamento e militância, unindo mulheres por meio de seus empreendimentos. Visitar feiras e lojas colaborativas que buscam valorizar os pequenos produtores na cidade de São Paulo. Conversar com pequenos produtores sobre os gastos e o tempo que leva para confecção de uma peça de roupa e assim apresentar alternativas de consumo.

Justificativas

Este documentário busca apresentar soluções que mulheres empreendedoras da cidade de São Paulo têm encontrado para levar a conscientização do consumo de moda nos processos que tangem essa cadeia de produção, que vai desde o plantio do algodão, até chegar nas mãos de quem vai usar as peças.

Após refletir sobre os dados apresentados, é possível perceber a necessidade de mudança, pois o futuro do meio ambiente e as formas de trabalho estão correndo riscos. Portanto, como vivemos em uma sociedade que evoluiu de forma rápida e sem controle, tratar sobre assuntos que envolvam moda e sustentabilidade é de extrema importância, para que possamos assim encontrar novos meios de viver um capitalismo mais sustentável.

O principal papel do Jornalismo é informar a sociedade e trazer a luz questões importantes que muitas vezes são deixadas de lado. Atualmente, a conhecida editoria de moda, tem se focado principalmente em cobrir desfiles e eventos, e abordar sobre tendências. Entretanto podemos perceber que a moda vai muito além das passarelas e grandes capitais, dessa forma, é necessário apresentar as outras facetas que essa editoria pode trazer.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Contextualização histórica e cultural

As roupas ocupam um lugar de importância na vida das pessoas desde o início das civilizações, seja para demonstrar um sentimento, posição social ou profissão. Um exemplo a ser citado é o povo judeu, que até hoje –os mais tradicionais- mantém o costume de rasgar suas vestes quando alguém falece: “Então Jacó rasgou suas vestes, vestiu-se de pano de saco e chorou muitos dias por seu filho” (Gênesis 37: 34).

A Índia também pode ser citada como outro exemplo de cultura que valoriza a roupa, por meio do sistema de castas que divide a sociedade indiana. Assim, cada casta é caracterizada por um tipo de roupa, e suas vestimentas representam uma forma de adoração:

(...) na Índia, o corpo é a morada de Deus; vestir-se e adornar-se é uma forma de reverenciar o deus que mora dentro de cada um. Embora os trajes também denotem status e cada vez mais na Índia globalizada o mercado esteja comprometido com a cultura da marca, cobrir o corpo ainda é, intrinsecamente, um gesto de reverência ritual. (IORIO, 2010, p.71)

Durante a história, a forma de se vestir de cada povo foi sendo alterada por meio de influências externas. Povos copiavam trajes de outras culturas e acrescentavam detalhes característicos de outras civilizações a suas vestimentas. Porém, mesmo com essa mudança, esse processo ainda não caracterizava o conceito que temos de moda. (LIPOVETSKY, 2009, p.28)

Para Lipovetsky a moda no sentido estrito só aparece na metade do século XIV. A causa apresentada para explicar esse surgimento, é que foi a partir desse período que surgiu na Europa um novo tipo de vestuário, o qual diferenciava com clareza o feminino do masculino, para as mulheres as roupas passaram a ser longas e justas no corpo, já para o homem as roupas encurtaram e se tornam mais ajustadas no corpo, abrindo, desse modo, as portas para as transformações dos vestuários.

Após esse período a moda entrou em constante mudança com o passar dos anos, até chegarmos à modernidade:

A alta sociedade foi tomada pela febre das novidades, inflamou-se por todos os últimos achados, imitou alternadamente as modas em vigor na Itália, na Espanha, na França, houve um verdadeiro esnobismo por tudo que diferente e estrangeiro. Com a moda aparece uma primeira manifestação de uma relação social que encarna um novo tempo legítimo e uma nova paixão

própria ao Ocidente, a do “moderno”. A novidade se tornou fonte de valor mundano, marca de excelência social; é preciso seguir ‘o que se faz’ de novo e adotar as últimas mudanças do momento: o presente se impôs como o eixo temporal que rege uma face superficial mas prestigiosa da vida das elites. (LIPOVETSKY, p.29, 2009)

Sendo assim, a busca incessante de sempre se ter mais, causada pelas rápidas mudanças dos últimos tempos, nos fez entrar em uma era conhecida como *fast*, em que tudo se modifica e é criado de forma muito rápida.

1.2 Relações de Trabalho

Essa forma de consumo desenfreada alimenta as grandes indústrias que cada vez querem produzir e lucrar mais. Para sustentar essa produção em larga escala e a baixo custo, muitas indústrias utilizam da mão de obra escrava. De acordo com documento chamado Trabalho Escravo no Brasil do Século XXI (2006), disponibilizado Organização Internacional do Trabalho, o trabalho escravo é muito mais vantajoso atualmente do que no século XVI, conforme consta nos anexos, que apresenta os comparativos de exploração no período de escravidão e nos dias de hoje.

Brasil	<i>Antiga Escravidão</i>	<i>Nova Escravidão</i>
Propriedade legal	Permitida	Proibida
Custo de aquisição de mão-de-obra	Alto. A riqueza de uma pessoa podia ser medida pela quantidade de escravos	Muito baixo. Não há compra e, muitas vezes, gasta apenas o transporte
Lucros	Baixos. Havia custos com a manutenção dos escravos	Altos. Se alguém fica doente pode ser mandado embora, sem nenhum direito
Mão-de-obra	Escassa. Dependia de tráfico negreiro, prisão de índios ou reprodução. ¹⁹	Descartável. Um grande contingente de trabalhadores desempregados. Um homem foi levado por um gato por R\$ 150,00 em Eldorado dos Carajás, Sul do Pará
Relacionamento	Longo período. A vida inteira do escravo e até de seus descendentes	Curto período. Terminado o serviço, não é mais necessário prover o sustento
Diferenças étnicas	Relevantes para a escravização	Pouco relevantes. Qualquer pessoa pobre e miserável são os que se tornam escravos, independente da cor da pele ²⁰
Manutenção da ordem	Ameaças, violência psicológica, coerção física, punições exemplares e até assassinatos	Ameaças, violência psicológica, coerção física, punições exemplares e até assassinatos

Fonte: (Sakamoto, Trabalho Escravo no Brasil do Século XXI, 2006, p. 40
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-brasilia/documents/publication/wcms_227551.pdf)

A partir da tabela acima –, pode-se entender o porquê, atualmente a mão de obra escrava ainda é utilizada. Um dos casos mais famosos da atualidade a ser citado sobre exploração é o da marca espanhola Zara. De acordo com a ONG Repórter Brasil, a loja foi flagrada em 2011 com três oficinas clandestinas que mantinham 67 bolivianos e peruanos trabalhando irregularmente, exercendo trabalho análogo a escravidão e com jornadas de trabalho que chegavam a dezesseis horas, sem a permissão de sair do local.

As principais vítimas dessa forma de exploração são os imigrantes que vêm para o Brasil com a esperança de uma vida melhor e precisando de dinheiro, por isso

se submetem a essas condições. De acordo com Monitor Fast-Fashion e os Direitos do Trabalhador (2016), em 2014, o alto número de violações no setor têxtil gerou a criação de uma CPI na Assembleia Legislativa de São Paulo. “O relatório final estima que existam entre 12 mil e 14 mil pequenas oficinas de costura instaladas no Estado em residências e com condições laborais precárias.” (Repórter Brasil, 2016, p.5) Dessa forma, as indústrias acabam economizando cerca de R\$2,3 mil por mês.

1.3 Relações Ambientais

Além dos problemas sociais que o *fast fashion* acarreta, há também os impactos ambientais causados desde o início de seu processo em fábricas têxteis. Durante o processo de produção de tecidos, são adicionados diversos produtos químicos, corantes e solventes, além do vapor poluente liberado pelas caldeiras.

Uma das maiores preocupações é em relação ao descarte da água utilizada, principalmente pelo fato da água ser um bem de alto consumo da indústria têxtil, pois “a produção de um quilo de tecido demanda o consumo de 150 litros de água, com descarte de 88% do volume de efluente gerado e 12% desperdiçado por evaporação durante o processo produtivo.” (LEÃO, 2002 *apud* GOIS; SOUZA; OLIVEIRA; LIMA; KOSLOWSKY, 2017)

1.4 Cultura *Slow Fashion*

Com a intenção de ir contra essa degradação social e ambiental, surge um movimento chamado *Slow Fashion*, que vem sendo difundido em todo mundo, cujo propósito é gerar conscientização sobre como as pessoas consomem a moda.

No Uruguai, surgiram dois dos maiores nomes que levam esse conceito para o mundo: Ana Livni e Fernando Escuder, dois designers de moda que reformularam o manifesto futurista italiano e criaram o Manifiesto MODA lenta SLOW fashion. Segundo o terceiro tópico desse manifesto:

La literatura exaltó en el pasado, la inmovilidad pensativa, el éxtasis y el sueño. Después fue el movimiento agresivo, el insomnio febril, el paso de corrida, el salto mortal, el cachetazo y el puñetazo. Hoy el movimiento SLOW nos salva con la movilidad pensativa, el dialogo con la naturaleza y el interior de cada individuo. “Actitud sin prisa” significa trabajar en busca de una mejor

*productividad, conociendo el antes y el después de lo que generamos, para corregir y superar la calidad con creatividad.*³ (LIVNI, ESCUDER 2002)

As relações com o tempo de produção são mutáveis, atualmente estamos saindo de um período de aceleração, para repensar o quanto isso nos desgasta e entrando em uma geração que busca agir sem pressa, visando mais a qualidade do que a quantidade.

1.5 Iniciativas na cidade de São Paulo

Com a intenção de propagar essa ideia em uma cidade com a rotina corrida como São Paulo, grupos têm se mobilizado para alterar esse cenário e conscientizar a população. Um exemplo a ser citado, é a casa Jardim Secreto criada por Gladys Maria Tchoport e Claudia Kievel. A Casa é um local totalmente destinado à valorização do trabalho artesanal, além de receber eventos e apoiar projetos que levem a sustentabilidade como prioridade.

Uma vez por mês a Casa organiza a *Jardim Secreto Fair*, que atualmente reúne mais de 200 expositores que vendem seus produtos que vão desde roupas ecológicas até produtos de limpeza que não agredem ao meio ambiente.

A vontade do Jardim sempre foi de promover a troca e transformação entre pessoas e suas ideias, construir juntas, colaborando. O apoio aos pequenos produtores surgiu no decorrer desse caminho, por entender a necessidade de destaque para esse movimento. Nunca existiu um plano de negócio, um olhar esperto e empreendedor sobre o que faltava. A intuição e a vontade de mudança foi o que nos guiou até aqui. (CASA JARDIM SECRETO, 2011)

Outro projeto a ser citado é o *Fashion Revolution*, um movimento mundial que surgiu em 2013, após um incidente que ocorreu em Bangladesh. Um prédio onde funcionava uma confecção que se utilizava de mão de obra escrava desabou, deixando 1113 mortos e 2500 feridos. No *website* desse movimento é explicado todo o intuito do projeto:

A campanha surgiu com o objetivo de aumentar a conscientização sobre o verdadeiro custo da moda e seu impacto em todas as fases do processo de produção e consumo, mostrando ao mundo que a mudança é possível através da celebração dos envolvidos na criação de um futuro mais

³ A literatura exaltou no passado, a imobilidade pensativa, a imobilidade pensativa, o êxtase e o sono. Depois foi um movimento agressivo, a insônia febril, o passo de corrida, o salto mortal, a bofetada e o soco. Hoje o movimento Slow nos salva com a mobilidade pensativa, o diálogo com a natureza e o interior de cada indivíduo. “Atitude sem pressa” significa trabalhar em busca de uma melhor produtividade, conhecendo o antes e o depois do que geramos, para corrigir e superar a qualidade com criatividade (Tradução livre da autora)

sustentável e criar conexões exigindo transparência. (FASHION REVOLUTION, 2013)

Já em 2014, com o intuito de conscientizar, surge a partir de um grupo de amigas a ideia de trocar peças de roupas que não estão sendo mais utilizadas, chamado Trocaderia. Gabriela Bianco, Isabela Mantovani e Nathália Capistrano, criadoras do projeto, participam de vários eventos pela cidade montando espaços para que as pessoas possam trocar suas roupas, gerando assim uma ressignificação para as peças e reduzindo o lixo têxtil.

1.6 Documentário

Para abordar esse tema, foi escolhido o produto documentário fundamentado na divisão feita por Bill Nichols no capítulo: *Como os Documentários têm tratado as questões sociais e políticas?* Portanto, esse produto se apresenta como um documentário de questão social, pois será traz ao conhecimento projetos de mulheres que buscam mudar a atual lógica da moda e apresentar um estilo de consumo mais justo.

O vídeo e o filme documentário constituem uma tradição que tem abordado exatamente esse ponto, de maneira às vezes imperfeita, às vezes eloquente. Eles avançam em relação a todo o trabalho que foi feito antes, abordando questões, examinando situações, envolvendo os espectadores de formas as quais continuarão a instruir e agradar, comover e convencer. Sua história pertence ao futuro e aos esforços que ainda estão por vir e que ampliarão a tradição existente enquanto se esforçam para levar a cabo o mundo que ainda temos de criar. (NICHOLS, 2005, p.209)

Para organizar as ideias que serão apresentadas no produto, é necessário buscar as perguntas norteadoras no Jornalismo, como nos apresenta Lucena (2012): “O que quero mostrar? Como eu quero mostrar isso? Por que eu quero mostrar isso? Quem é meu personagem? O que ele vai fazer? Como ele vai agir?”. Sendo assim, por meio desses questionamentos pretende-se encontrar a resposta para a pergunta problema deste projeto.

2. DESENVOLVIMENTO DA PEÇA

A partir das perguntas norteadoras de Lucena (2012), decidi focar o documentário em personagens da cidade de São Paulo que atuam em prol de uma mudança nessa área. Foram realizadas gravações com as marcas Jouer Couture, CauruArtsy, Tropicalina e Georgia Halal, todas criadas por mulheres que decidiram mudar a lógica de consumo excessivo da moda, e trazer uma cadeia justa e sustentável por meio de suas produções. Essas iniciativas não só possibilitam saber como as roupas foram confeccionadas, mas também valorizam os pequenos proprietários.

A marca Jouer Couture foi fundada por Ana Carolina Olyveira e Mariana Bonfanti, o ateliê se localiza na região da Santa Cecília, em um salão que também é ateliê de outras marcas. As fundadoras são formadas em moda, estudaram juntas e logo entraram no mercado formal da moda, trabalhando em grandes empresas e em Marketing de moda, entretanto, com o tempo perceberam que precisavam mudar e assim decidiram criar uma marca juntas. Assim nasceu a Jouer Couture, que hoje utiliza materiais de origem certificada, produção em escala reduzida e apenas uma coleção ao ano. Ambas são de extrema importância para o cenário de consumo consciente, sendo as representantes do Fashion Revolution em São Paulo.

Criada por Carolina Barbosa Alves, a CaruArtsy busca resgatar a conscientização por meio do bordado, seu local de trabalho é também o seu quarto, localizado na Vila Leopoldina. Vinda do mercado tradicional, hoje se dedica a ressignificar peças de roupa com mensagens de empoderamento. O bordado que antes era visto como uma atividade exclusiva para a mulher que era dona de casa, hoje se torna protesto nas mãos de Carol.

Bem no centro de Pinheiros, encontra-se a loja que leva o nome da dona, Georgia Halal. Ao abrir sua loja, com roupas desenhadas por ela própria e costurada em oficinas que fazem parte da economia colaborativa -criação de uma economia mais justa em todas as partes envolvidas na cadeia de produção-, começou a perceber a curiosidade das clientes sobre o processo, hoje seu espaço é muito mais que uma loja, oferecendo cursos de costura, bordado e quaisquer outros assuntos da área, e também atuando fortemente no empoderamento de mulheres empreendedoras.

Logo ao final da linha vermelha, podemos encontrar Natália Avelar, fundadora da Tropicalina. Mulher negra e empreendedora, que largou seu emprego fixo para criar sua marca, por meio dela, Natália ensina a outras mulheres de baixa renda a técnica do crochê, e essas a ajudam nas produções da marca. Mesmo com todas as dificuldades que enfrenta no meio do empreendedorismo, ela ainda busca ser fonte de emprego para outras mulheres.

Cada mulher com suas marcas relatam histórias e vivências, entretanto todas unidas no mesmo propósito, o de fazer a moda um ambiente mais sustentável e justo, que não tem apenas como objetivo o consumo estético, mas que carrega em si uma causa que se propõe em dar voz para outras pessoas que vivem em condições precárias de trabalho. Dessa maneira, as personagens e causas apresentadas serão o que Nichols (2005) apresenta como voz do documentário:

A voz do documentário pode defender uma causa, apresentar um argumento, bem como transmitir um ponto de vista. Os documentários procuram nos persuadir ou convencer, pela força de seu argumento, ou ponto de vista, e pelo atrativo, ou poder, de sua voz. A voz do documentário é a maneira especial de expressar um argumento ou uma perspectiva. (NICHOLS, 2005, p.73)

Um questionamento levantado durante a produção da peça, foi a falta de mulheres negras no nicho, pauta que vem sendo levantada inclusive pelo movimento *Fashion Revolution* neste ano. Muitas vezes a causa fica restrita a uma elite jovem paulistana, não atingindo regiões mais periféricas. A pergunta foi feita a todas as entrevistadas, sendo de concordância comum que os altos valores das peças são inviáveis para muitas pessoas, e que é um ponto que precisa ser melhorado na causa.

A organização das fontes no documentário está de acordo com os tópicos apresentados no Referencial Teórico, partindo de uma contextualização, seguindo para impactos ambientais e sociais de trabalho, e apresentando ao final personagens que estão se mobilizando para gerar essa mudança.

Essa ordem é proposital, pois remete a estrutura de narrativas, contendo um enredo com início de apresentação, um meio apresentando o desenvolvimento e o problema, por fim uma solução, e dessa forma conquistar a atenção e audiência de

quem o assiste. Partindo dessa ordem, o documentário será um *storytelling*, assim como coloca Domingos:

O *storytelling* é um fenômeno afeito a essa era pós-moderna, pois é mais abrangente do que o simples ato ancestral de contar histórias reais ou ficcionais da humanidade; trata-se de um ato de tentativa de inclusão, político social e econômico, como um criadouro de heróis (DOMINGOS, 2008, p.9)

A principal produção que inspira esse produto é o documentário *Minimalism: a documentary about the important things*, produzido pelo norte-americano Matt D'Avella. O filme aborda os principais problemas causados pelo consumo desenfreado e apresenta histórias de pessoas que decidiram reduzir e mudar a forma de consumo, repensando no planeta, na sociedade e principalmente na razão de sua existência e os impactos que essa consciência gera.

Foi escolhido entrevistar as marcas em seus locais de produção, para assim gerar a sensação de conforto de lar, uma conversa entre amigas e assim trazer proximidade e leveza para uma pauta que contém temas muitas vezes pesados e desconfortantes.

Na identidade visual remete aos 3 R's: Reduzir, Reutilizar e Reciclar, focando principalmente no princípio de Reduzir. Sendo assim será utilizado o estilo minimalista, que consiste em uma paleta de cores neutras e orgânicas. Para os cenários das entrevistas serão escolhidos locais que predominem as cores branca, preta, verde, tons de cinza e marrom. Nesse mesmo estilo foi utilizada uma fonte sem serifa e fina para a escrita do nome do documentário, dados apresentados e nomes dos entrevistados.

Pretende-se então com o documentário, conscientizar quem o assiste e apresentar a realidade dos impactos causados pela rapidez no consumo de moda. Seu principal objetivo é divulgar causas e movimentos que buscam mudar essa situação, e incentivar quem o assiste a repensar sua forma de consumir a moda.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por um grande período na minha vida, a moda, sempre teve um sentido de futilidade e algo sem propósito. Entretanto, com o tempo, por meio dela, consegui passar por um processo de autodescoberta da minha personalidade e construção de autoestima, e nesse processo, passei a consumir em excesso de *fast fashion*.

Porém no final de 2017, comecei a questionar a mim mesma sobre meu processo de consumo, o qual ia contra ao meu posicionamento político e ambiental, e por meio de perfis no Instagram que falavam sobre conscientização de consumo, percebi o quanto moda e política andavam juntas, o quanto de impacto essas pequenas marcas de mulheres engajadas poderiam mudar a sociedade.

A escolha de todas as marcas foi pensada com muito cuidado para diversificar o tipo de produção, histórias e discursos. Durante esse processo, ficou nítida a dificuldade de encontrar mulheres pretas que atuem nesse segmento, chegando a conclusão após análise dos locais, que o tema ainda se mantém fechado em um nicho branco, em sua maioria de classes mais altas.

É perceptível a diferença de cenário entre as três mulheres brancas e única preta, Natália vive em Itaquera, seu quarto é na laje da casa, um cômodo extremamente pequeno, onde não houve espaço para a montagem da segunda câmera. Ela vem enfrentando dificuldade com sua marca, pois expor em feiras é muito caro, além do transporte e gastos com esse tipo de venda, o que acaba dificultando a inserção de sua marca no mercado.

Esse trabalho possui um duplo movimento, o primeiro vem no intuito de dar voz às mulheres da causa e o outro movimento foi a possibilidade em enxergar outras visões sobre o assunto, nesse processo, como jornalista, observei que várias outras questões foram ganhando contornos e gerando questionamentos, como por exemplo: de onde se encontram as mulheres negras no mercado de moda? Além de reforçar temáticas como o trabalho análogo a escravidão, sustentabilidade e ressignificação da cidade de São Paulo, por meio de iniciativa de feiras, lojas colaborativas e diversos projetos que trazem a causa *slow* em uma cidade conhecida por sua agitação.

Dessa forma, termino essa produção com a certeza de que ainda há muito a ser feito pela democratização da moda consciente, esse é um tema que será levado para pesquisas em meus próximos passos acadêmicos.

Durante toda a produção, tentei entrevistar as fundadoras da feira Jardim Secreto, porém no período de gravações as fundadoras do projeto estavam

envolvidas na abertura de um novo espaço, e como cuidam de sozinhas tanto da feira quanto da casa, ambas não conseguiram agenda para que a entrevista acontecesse. Eu, Leticia Oliveira, como autora e diretora de criação, fiquei responsável por todas as entrevistas, roteiro e criação, contando em algumas gravações como o apoio de minha amiga, Marina Scherer e da editora Brenda Lelis, responsável pela edição de imagem e som do documentário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALESP. **Deputados Estaduais.** Disponível em: <<https://www.al.sp.gov.br/alesp/deputado/?matricula=300500>>. Acesso em: 02 maio 2018.

CAMI. **Quem Somos.** Disponível em: <http://camimigrantes.com.br/site/?page_id=10>. Acesso em: 01 maio 2018

CASA JARDIM SECRETO. **Viver de forma consciente e colaborativa. Apoie essa ideia! Faça parte desse movimento.** Disponível em: <<https://www.catarse.me/casajardimsecreto>>. Acesso em: 01 maio 2018.

DE MIRANDA IORIO, Patrícia. Com quantos sáris e túnicas se faz um indiano?. **dObra [s]–revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, v. 4, n. 10, 2010.

DOMINGOS, Adenil Alfeu. **Adenil Alfeu DOMINGOS.** 2008. 17 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Unesp, Bauru, 2008. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/signum/article/view/3085>>. Acesso em: 01 maio 2018.

FASHION PRACTICE: Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. UK, 27 mar. 2015. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/175693810X12774625387594>>. Acesso em: 08 mar. 2018.

FASHION REVOLUTION BRASIL (Brasil). **Fashion Revolution Brazil.** Disponível em: <<https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

GOIS, Fernanda Amaral; SOUZA, Gabriela Azevedo de; OLIVEIRA, Marcio Junior de; LIMA, Rebeca Schnitzer de; KOSLOWSKY, Luciano Andre Deitos. **ANÁLISE DA QUALIDADE ÁGUA QUANTO AO DESPEJO INDUSTRIAL TÊXTIL NO RIO DOS ÍNDIOS.** 2017. 13 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. Disponível em:

<<https://www.uninter.com/cadernosuninter/index.php/meioAmbiente/article/view/354>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: A moda e seus destinos nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIVNI, Ana; ESCUDER, Fernando. **Manifiesto MODA lenta SLOW fashion**. 2010. Disponível em: <<https://www.analivni.com/filosofia>>. Acesso em: 08 mar. 2018

LUCENA, Luiz Carlos. **Como Fazer Documentário**. São Paulo: Summus Editora, 2012.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao Documentário**. Campinas, SP: Papyrus, 2005.

O PODER DA MODA. São Paulo: Abit- Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção, 2015.

PIERO LOCATELLI (São Paulo). Repórter Brasil. **Trabalho escravo na Animale: R\$ 698 na loja, R\$5 para o costureiro**. 2017. Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/2017/12/trabalho-escravo-na-animale-r-698-na-loja-r5-para-o-costureiro/>>. Acesso em: 11 mar. 2018.

BRASIL, Repórter. Fast-fashion e os direitos do trabalhador. **Monitor**, São Paulo, p.1-14, jul. 2016. Disponível em: <http://reporterbrasil.org.br/wp-content/uploads/2016/08/Fast-Fashion_VFinal.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2018.

Sakamoto, L. (2006). **Trabalho Escravo no Brasil do Século XXI**. Brasília: OIT - Organização Internacional do Trabalho.

SANTOS, Simone. **Impacto Ambiental Causado Pela Indústria Têxtil**. 1997- Curso de Engenharia de Produção e Sistemas, Centro Tecnológico, UFSC, Trindade-Florianópolis, SC, 1997

Apêndice I- Autorização de Uso de Imagem Mariana Bonfanti Alvares

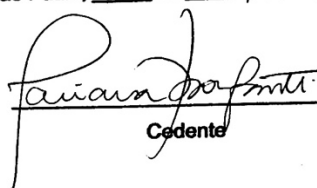
UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E/OU ÁUDIO

Eu, MARIANA BONFANTI ALVARES, portador do
RG Nº 43740825-5 e CPF Nº 368744388-40,
autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem (foto e/ou vídeo) e/ou voz, bem como cedo os
seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano
Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo
indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – em arquivos físicos e online, seja para consultas
acadêmicas ou reproduções; em publicações experimentais acadêmicas, sejam elas eletrônicas ou
impressas, desde que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente,
juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 23 de MARÇO de 2019!


Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:

Apêndice II- Autorização de Uso de Imagem Natalia Barba Avelar


UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E/OU ÁUDIO

Eu, Natalia Barba Avelar, portador do
RG N° 26.348.638-0 e CPF N° 391.805.408-05,
autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem (foto e/ou vídeo) e/ou voz, bem como cedo os
seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano
Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo
indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – em arquivos físicos e online, seja para consultas
acadêmicas ou reproduções; em publicações experimentais acadêmicas, sejam elas eletrônicas ou
impressas, desde que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente,
juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 26 de maio de 2019.



Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:

Apêndice III- Autorização de Uso de Imagem Ana Carolina Olyveira

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E/OU ÁUDIO

Eu, Ana Carolina Fonseca de Olyveira Della Sombra portador do
RG Nº 63.413.560-0 e CPF Nº 077.259.466-21,
autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem (foto e/ou vídeo) e/ou voz, bem como cedo os
seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano
Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo
indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – em arquivos físicos e online, seja para consultas
acadêmicas ou reproduções; em publicações experimentais acadêmicas, sejam elas eletrônicas ou
impressas, desde que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente,
juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 26 de 04 de 2019.

Ana Carolina F. O. Della Sombra
Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:

Apêndice IV- Autorização de Uso de Imagem Carolina Barbosa Alves

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E/OU ÁUDIO

Eu, Carolina Barbosa Alves, portador do
RG Nº 38076525-1 e CPF Nº 434890248-85,
autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem (foto e/ou vídeo) e/ou voz, bem como cedo os
seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano
Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo
indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – em arquivos físicos e online, seja para consultas
acadêmicas ou reproduções; em publicações experimentais acadêmicas, sejam elas eletrônicas ou
impressas, desde que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente,
juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 12 de outubro de 2018.

Carolina

Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:

Apêndice V- Autorização de Uso de Imagem Georgia El Halal

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO

AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E/OU ÁUDIO

Eu, Georgia Lourenço de Lima El Halal, portador do
RG Nº 1064283698 e CPF Nº 00482618078,

autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem (foto e/ou vídeo) e/ou voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – em arquivos físicos e online, seja para consultas acadêmicas ou reproduções; em publicações experimentais acadêmicas, sejam elas eletrônicas ou impressas, desde que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 23 de Março de 2019.


Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:
