



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

SUELLEN CRISTINA VIEIRA

**MODA, ARTESANATO E IMAGINÁRIO SOCIAL:
O *SLOW FASHION* COMO POTÊNCIA SIMBÓLICA NA SOCIEDADE
PÓS-MODERNA**

**Tubarão
2020**



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
SUELLEN CRISTINA VIEIRA

**MODA, ARTESANATO E IMAGINÁRIO SOCIAL:
O *SLOW FASHION* COMO POTÊNCIA SIMBÓLICA NA SOCIEDADE
PÓS-MODERNA**

Dissertação apresentado ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem.

Prof. Dr. Heloisa Juncklaus Preis Moraes (Orientadora)

Tubarão

2020

SUELLEN CRISTINA VIEIRA

**MODA, ARTESANATO E IMAGINÁRIO SOCIAL:
O *SLOW FASHION* COMO POTÊNCIA SIMBÓLICA NA SOCIEDADE
PÓS-MODERNA**

Esta dissertação foi julgada adequada à obtenção do título de Mestre em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Tubarão, 25 de junho de 2020.



Professora e orientadora Heloisa Juncklaus Preis Moraes, Doutora.
Universidade do Sul de Santa Catarina

presente por videoconferência

Professora Graziela Brunhari Kauling, Doutora.
Instituto Federal de Santa Catarina

presente por videoconferência

Professor Mário Abel Bressan Júnior, Doutor.
Universidade do Sul de Santa Catarina

- V71 Vieira, Suellen Cristina, 1988 -
 “Moda, artesanato e imaginário social: o slow fashion como
 potência simbólica na sociedade pós-moderna” / Suellen Cristina
 Vieira. – 2020.
 186 f. : il. color. ; 30 cm
- Dissertação (Mestrado) – Universidade do Sul de Santa Catarina,
 Pós-graduação em Ciências da Linguagem.
 Orientação: Prof. Dra. Heloisa Juncklaus Preis Moraes
1. Imagem (Psicologia). 2. Comunicação de massa e linguagem. 3.
 Moda. 4. Artesanato. 5. Análise do discurso. I. Moraes, Heloisa
 Juncklaus Preis, 1978-. II. Universidade do Sul de Santa Catarina. III.
 Título.

CDD (21. ed.) 401.4

Ficha catalográfica elaborada por Carolini da Rocha CRB 14/1215

À minha querida mãe Marli (*in memoriam*), que me ensinou a ver as estrelas que brilham quando as noites da vida surpreendem.

AGRADECIMENTOS

“Aqueles que passam por nós, não vão só, não nos deixam sós. Deixam um pouco de si, levam um pouco de nós” (Antonie de Saint-Exupéry).

Sempre achei que agradecer seria a parte fácil da dissertação. Pelo contrário. É neste momento que me faltam palavras para descrever o que sinto, pois qualquer frase pensada não seria o suficiente para expressar o tamanho da minha gratidão. Desse modo, mesmo em meio a um emaranhado de sentimentos, atrevo-me a ser piegas e a deixar a emoção me conduzir.

Agradeço, primeiramente, a Deus pelo dom da vida, por ser autor do meu destino, meu guia, socorro bem presente na hora da angústia (Salmos 46:1).

À minha mãe Marli (in memoriam), meu exemplo de ser humano, minha grande incentivadora, minha melhor amiga, que partiu em meio a esse processo de pesquisa, mas deixou plantada em mim e em todos a sua volta a certeza que a vida vale a pena quando se vive com propósito e amor. Obrigada por tudo!

Ao meu pai Walmiro, pelo carinho, esforço e mesmo sem entender o tanto de tempo que passei escrevendo essa dissertação, ensinou-me a ter persistência e sempre dar o meu melhor em tudo que eu fizer.

Ao meu irmão Arthur Vinícius, que me mostra todos dias que sou amada e que me apoia em todas as minhas decisões. O melhor irmão que a vida poderia me dar!

Ao meu namorado Wesley, melhor amigo e parceiro de vida, que não mediu esforços para revisar cada linha de tudo que aqui foi escrito. Obrigada por me encorajar, por me amar e por me mostrar que não estou só.

À minha orientadora, professora Dr.^a Heloisa Juncklaus Preis Moraes, pelo companheirismo, dedicação e apoio, por não desistir de mim no momento mais difícil da minha vida, e por me mostrar o fantástico mundo do imaginário. A ela minha gratidão!

À banca avaliadora, professora Dr.^a. Graziela Brunhari Kauling e Dr. Mário Abel Bressan Júnior, pela disponibilidade e direcionamento ao longo dessa jornada.

Aos meus familiares, principalmente ao meu querido padrinho Saint Clair, minha sogra Daniela, minha cunhada Arianne e as minhas primas Sinara e Fabíola, que foram entusiastas e ombro amigo nesse processo de estudo.

Aos meus amores e irmãos postíços Ícaro, Kayki e Thaemy, que com tão pouca idade me mostraram que mesmo em meio a dor existem sorrisos e recomeços.

À minhas amigas Franciane, Larissa, Jamilli e Laiana, que, mesmo de longe, sempre torceram por mim e pelas minhas conquistas.

À minhas colegas do curso de Design de Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, principalmente a Deyse, Teresinha, Jamile e Dyeli, que abraçaram comigo a ideia de cursar o mestrado e que me incentivam todos os dias a seguir na carreira acadêmica.

Às amigas que o mestrado me deu, Lucélia e Emanuelle, obrigada pela troca de conhecimento e pela parceria nessa jornada.

À marca *Leafy Natural Couture*, na pessoa da Silvia Vassão, por ser inspiração para um novo despertar de consciência da cadeia produtiva da moda.

Às artesãs, Ana Glória, Eunice, Carolina, Cristine, Tereza, Maria, Luzia e Jaqueline, pela disponibilidade e por serem peças fundamentais nesse processo de pesquisa.

Por fim, agradeço a todos que de alguma forma fizeram parte dessa caminhada e que contribuíram para que a vida fosse mais leve e doce.

A todos vocês, meu muito obrigada!

“Viver é melhor que sonhar” (Belchior).

RESUMO

A presente pesquisa mira lançar luz sobre a compreensão da cultura dos sentimentos e da sustentabilidade na moda, as quais surgem apontando novos caminhos em direção ao consumo consciente e aos processos produtivos. Assim, sob esta perspectiva, o movimento *Slow Fashion* e a valorização do fazer artesanal, como temas centrais deste estudo, dão ensejo ao debate sobre a possibilidade de um novo momento no sistema de moda, por intermédio de uma regeneração e refreamento dos desgastes causados pela massificação, fruto de uma sociedade de consumo. Desse modo, com base na Teoria do Imaginário, referenciada por Gilbert Durand e Michel Maffesoli, o estudo aqui proposto visa entender: Como a carga cultural, mediante o artesanato, agrega valor simbólico aos produtos de moda e contribui no processo de desaceleração do método produtivo industrial? Nesse contexto, apoiando-se em tal questionamento, propõe-se um estudo de caso da marca *Leafy Natural Couture*, tendo como substrato metodológico a Sociologia Compreensiva, juntamente com a Hermenêutica Simbólica, buscando, a partir disso, identificar quais potências simbólicas regem o movimento *Slow Fashion* na sociedade pós-moderna e compreender como é feito o estímulo na troca de conhecimentos entre profissionais de moda e artesãos a fim de conceber e desenvolver produtos com “aura”. Nessa senda, a investigação ganha contornos materiais a partir da análise de um curta-metragem apresentado pela marca em seu canal no *Youtube*, em correlação com as narrativas de um grupo de nove mulheres que desenvolve trabalhos artesanais com a técnica do crochê para a marca em análise. Com isso, pôde-se compreender os principais aspectos que o fazer artesanal possibilita no processo de desaceleração do método produtivo industrial na cadeia de moda e identificou-se alguns pontos relevantes, como: Aura Estética e Simbólica, Espaço-tempo, Nova Economia, Afeto e Criação Emancipada. Logo, a repercussão dos resultados brada o despertar de consciências e um novo discurso que pretende incentivar, esclarecer e empoderar as novas marcas de moda, a fim de que possam criar e desenvolver um produto repleto de identidade e afeto.

Palavras-chave: Imaginário. Moda. Artesanato. *Slow Fashion*.

ABSTRACT

This research aims to enlighten the understanding of the culture of feelings and sustainability in fashion, such as which new paths towards conscious consumption and productive processes emerge. Thus the Slow Fashion movement and the valorization of handicrafts, as the central themes of this study, support the debate on the possibility of a new moment in the fashion system, through the management of regeneration and refraction of wear and tear caused by massification and the a consumer society. Based on the Theory of the Imaginary, referenced by Gilbert Durand and Michel Maffesoli, this research aims to understand how cultural load, using crafts, adds symbolic value to fashion products and studies the process of decelerating the industrial productive method? In this context, based on such questioning, a case study was carried out about the Leafy Natural Couture brand, adopting a Comprehensive Sociology as a methodological substrate, associated with a Symbolic Hermeneutics, seeking to identify itself as potent symbolic rules govern or Slow Fashion movement in postmodern society and understand how it is done or stimulate the exchange of knowledge between fashion professionals and artisans in order to design and develop products with “aura”. In this edition, an investigation gains materials contained from the analysis of a short film shown by the brand on its YouTube channel, in correlation with narratives of a group of nine women who develop craft work with a crochet technique for the brand. Thus it was possible to understand the main aspects that can be done in the process of decelerating the industrial production method and identify some relevant points, such as: Aesthetic and Symbolic Aura, Space-time, New Economy, Affection and Emancipated Creation. Therefore the repercussion of the results presented or the awakening of consciousness and a new discourse that demands, clarifies and places as new fashion brands an end that can create and develop a product that replaces identity and affection.

Keywords: Imaginary. Fashion. Crafts. Slow Fashion.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Representação (info)gráfico esquemático da teoria geral do imaginário.....	34
Figura 2 - Ações essenciais para promover produtos e territórios.....	83
Figura 3: Cultivo do Bicho-da-seda – O Casulo Feliz.....	103
Figura 4: Couro de Pirarucú.....	104
Figura 5: Captura de tela – Site da Marca.....	105
Figura 6: Praia da Silveira /SC, o refúgio.....	107
Figura 7: A mão criadora e a projeção gráfica.....	109
Figura 8: A mão criadora e o produto com aura.....	110
Figura 9: O casulo e a lagarta.....	111
Figura 10: O fio.....	115
Figura 11: A trama.....	116
Figura 12: O tear e a roda.....	117
Figura 13: O artesão e o fazer artesanal.....	119
Figura 14: O sustento, o alimento e a renda.....	120
Figura 15: A casa e a família.....	122
Figura 16: A criação e o artesanato.....	123
Figura 17: A criação na passarela local.....	124
Figura 18: A água.....	125
Figura 19: O crepúsculo.....	126
Figura 20: Narrativa simbólica da marca Leafy Natural Couture.....	127
Figura 21: Desenvolvimento da técnica do crochê.....	131
Figura 22: Croqui Leafy Natural Couture.....	139
Figura 23: Cultura Híbrida - Artesanato e Design.....	142
Figura 24: Comunicação via WhatsApp e produto final exposto no Instagram.....	145
Figura 25: Coleção Leafy Natural Couture, 2019.....	150

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	14
2	REVISÃO TEÓRICA	17
2.1	A SOCIEDADE PÓS-MODERNA E O IMAGINÁRIO	17
2.2	<i>HOMO SYMBOLICUS</i> E <i>HOMO EROTICUS</i>	23
2.3	OS ASPECTOS DA IMAGEM NA PÓS-MODERNIDADE A PARTIR DOS REGIMES DO IMAGINÁRIO	30
2.3.1	Regime Diurno.....	36
2.3.2	Regime Noturno.....	41
3	A TRANSIÇÃO DA MODA NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA	47
3.1	<i>FAST FASHION</i> : A SATURAÇÃO DO SISTEMA DE MODA.....	51
3.2	<i>SLOW FASHION</i> : TECENDO UMA NOVA HISTÓRIA	56
3.2.1	A sustentabilidade na cadeia produtiva da moda	62
3.3	O ARTESANATO E A VOLTA AO ARCAICO	71
3.3.1	O processo artesanal como diferencial na criação de produtos de moda	78
3.3.2	Crochê: uma trama simbólica e afetiva.....	87
4	METODOLOGIA.....	93
4.1	HERMENÊUTICA SIMBÓLICA: A ARTE DA INTERPRETAÇÃO	93
4.2	SOCIOLOGIA COMPREENSIVA: O CONHECIMENTO COMUM	97
4.3	MÉTODOS DE PESQUISA: DELIMITAÇÃO E CRONOGRAMA.....	100
5	ANÁLISE.....	103
5.1	ESTUDO DE CASO: <i>LEAFY NATURAL COUTURE</i>	103
5.2	ANÁLISE HERMENÊUTICA: A POTÊNCIA SIMBÓLICA E O IMAGINÁRIO DA MARCA	106
5.3	ANÁLISE COMPREENSIVA: A NARRATIVA DAS ARTESÃS	130
5.3.1	O crochê como herança cultural	131
5.3.2	O artesanato: sustento, empoderamento e o gosto pelo fazer	134
5.3.3	A criação: fazer artesanal e processo criativo	138
5.3.4	A parceria: relacionamento entre a marca <i>Leafy</i> e as artesãs	149

6 CONCLUSÃO: O ARREIMATE FINAL.....	154
REFERÊNCIAS	160
ANEXOS	167

1 INTRODUÇÃO

A partir de perspectivas contemporâneas, a presente pesquisa inicia-se com uma elucidação teórica sobre as transições e modificações ocorridas no período moderno, baseado em uma filosofia progressista, utilitária e racionalista, para o período pós-moderno, em que o retorno da ordem simbólica e emocional passa a ser a força motriz para uma vitalidade intrínseca. Assim, valendo-se desses aspectos e dessas transformações sociais, abre-se debate sobre o entendimento das manifestações vinculadas à moda e ao imaginário social contemporâneo buscando compreender como se relacionam os fenômenos sociais nessa transição semântica.

Nesse sentido, a reflexão sobre a moda na sociedade pós-moderna se faz necessária, visto que é capaz de representar as efervescências sociais de maneira constante e fidedigna. Ou seja, esse fenômeno social tem importância, como um campo de estudo, para o entendimento de suas principais particularidades, quais sejam: a dinâmica de mudanças constantes e efêmeras, a linguagem não verbal, o desejo e a sedução, bem como o cruzamento de novos conceitos e a compreensão das sensibilidades humanas e sociais. Daí por que, segundo Lipovetsky (2009, p. 23), a moda é um dispositivo social, na medida em que reflete, inclusive, na interação da humanidade com o mundo por meio de valores singulares ou plurais.

Atualmente nos deparamos em um cenário onde as constelações de imagens perpassam todas as relações estabelecidas em sociedade. E perceber quais elementos compreendem essas constelações, como se organizam estruturalmente e seus efeitos no cotidiano é fundamental para os estudos do imaginário. Com isso, no primeiro capítulo, busca-se refletir sobre o imaginário, enquanto conhecimento entre saberes que acentua os pensamentos coletivos, sob a ótica dos sociólogos franceses Gilbert Durand e Michel Maffesoli, sendo este último utilizado como referencial teórico basilar à presente pesquisa, na medida em que seus pensamentos lançam luz sobre as mudanças e as evoluções que ocorreram no seio da sociedade pós-moderna. Sob esse ângulo, acentua Maffesoli que a pós-modernidade encontra-se na “cultura do sentimento”, na qual predominam “o ambiente, a intensidade das emoções comuns e a necessária abundância de supérfluo” (MAFFESOLI, 1999, p. 72).

Nesta perspectiva, ao refletir em profundidade sobre o imaginário, busca-se identificar o Trajeto Antropológico que descreve o curso de um mapa conceitual de símbolos que definem e alicerçam o homem enquanto ser simbólico. Assim, no segundo capítulo, a partir das proposições teóricas do filósofo Ernest Cassirer (1994) almeja-se entender o *Homo Symbolicus* e sua singularidade ontológica em relação aos demais seres pelo uso da linguagem e por meio da construção de significados, ou seja, pela simbolização.

À vista disso, por meio da concepção durandiana de estruturas do imaginário, é de fundamental importância, para o presente estudo, compreender o modo a partir do qual as imagens são produzidas e transmitidas na sociedade pós-moderna. Nesse contexto, a partir da identificação dos regimes do imaginário, sistema de reflexos sensoriais que dão nascimento às imagens mentais, pretende-se entender e identificar os elementos que formam as narrativas e arquétipos presentes nas novas formas de criação de moda, permitindo, com isso, um maior aprofundamento analítico.

Ademais, para compreensão das dimensões do imaginário contemporâneo, também constituído pela moda, propõem-se no terceiro capítulo uma discussão no tocante ao movimento *Slow Fashion* e ao fazer artesanal como elementos centrais deste estudo. Dessa forma, a problemática desta pesquisa repousa sobre a insustentabilidade da moda atual, *Fast Fashion*, por meio da saturação da lógica crescente do sistema industrial, da estimulação do consumo massivo e da escassez dos recursos naturais causados pela aceleração da produtividade.

Em consequente, abordar-se-á os novos caminhos em direção aos processos produtivos na indústria da moda, na qual a técnica artesanal do *crochê* servirá como objeto de estudo para o entendimento de uma possível mobilização e sensibilização nas novas formas e métodos de produção. Assim, questiona-se, portanto: Como a carga cultural, mediante o artesanato, agrega valor simbólico aos produtos de moda e contribui no processo de desaceleração do método produtivo industrial? Partindo de tal indagação, o estudo ora proposto tem como objetivo geral discutir o imaginário *Slow Fashion*, através do fazer artesanal, como potencializador simbólico de novas formas de criação de moda, tendo como estudo de caso a marca *Leafy Natural Couture*, que aposta na técnica artesanal do *crochê* como valorização da cultura local e refreamento dos processos industriais.

Tendo em vista as considerações já elencadas, a presente pesquisa tem como objetivos específicos investigar sobre a moda na sociedade pós-moderna e entender seu

direcionamento atual; compreender como é feito o estímulo na troca de conhecimentos entre profissionais de moda e artesãos a fim de conceber e desenvolver produtos com “aura”; averiguar quais os imaginários e narrativas cotidianas se entrelaçam na trama afetiva entre criação, técnicas manuais, identidades locais e colaboratividade; e, por fim, identificar os sentimentos e símbolos presentes em um curta-metragem apresentado pela referida marca em seu canal no *Youtube*, no qual é demonstrado o caminho percorrido para a criação e desenvolvimento de um produto *Slow Fashion*, procurando, assim, discernir quais potências simbólicas, por meio dos regimes do imaginário, regem este processo. Ou seja, o estudo aqui proposto, busca analisar os símbolos recorrentes no curta-metragem e identificar o trajeto antropológico que constitui os símbolos, utilizando o método imaginário de convergência que tende a mostrar vastas constelações de imagens, constelações praticamente constantes e que parecem estruturadas por um certo isomorfismo dos símbolos convergentes.

Para tal desiderato, no quarto capítulo, perfilha-se como caminho metodológico a Sociologia Compreensiva em conjunto com a Hermenêutica Simbólica para permear o estudo, tendo em consideração que a natureza compreensiva traz consigo possibilidade, probabilidade e hipótese que não exibem resultados concretos; ao contrário, visa a uma exposição do social e dos conhecimentos comuns. Nessa perspectiva, na metodologia compreensiva, segundo Silva (2012, p. 16), o pesquisador de imaginários deve ser como um mediador e nutrir-se da compreensão sociológica e fenomenológica, buscando observar como “é” e não como “deve ser”. Por seu turno, a Hermenêutica Simbólica, como filosofia interpretativa, busca retirar os óbices que impedem a visão do sentido, trazendo à luz o que estava nas sombras, razão por que “a Hermenêutica trata do significado humano ou humanado, bem como da significação ou do sentido pregnante” (ORTIZ-OSÉS apud ARAÚJO; BAPTIST, 2003, p. 99). Assim, o sentido ultrapassa meramente a explicação abstrata do que é real, e se consolida em uma explicação implicativa do real vivido.

Portanto, a pesquisa que aqui se introduz, a partir de novas perspectivas e novos olhares, procura entender a sociedade pós-moderna através da ótica sociológica e compreensiva, tendo como viés a moda. Com isso, a teoria do imaginário ampara as influências sociais conglomeradas com a moda, das quais a investigação tem como propósito o apontamento para uma nova ordem de vida, em que a inquietação e a saturação são consideradas a força motriz para uma quebra de paradigma.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 A SOCIEDADE PÓS-MODERNA E O IMAGINÁRIO

O primeiro capítulo tratará do entrelaçamento entre o conceito de pós-modernidade e imaginário social a partir das concepções do sociólogo francês Michel Maffesoli, que serão utilizadas como marco teórico principal para lançar luz sobre as transformações e modificações sociais que efluíram no mundo contemporâneo, após a década de 60 do século XX, período em que uma nova forma de pensar emerge no seio da sociedade pós-moderna.

Segundo Maffesoli (1996 p. 88), a pós-modernidade surge com o cessar de um sistema social profundamente desgastado pela modernidade progressista do século XIX. Na sequência, corroborando o autor, Bauman (2001, p. 68) afirma que a concepção racionalista de moderno, que surgiu no Iluminismo europeu, não faz mais sentido, porquanto existe algo em potência esperando renovação. Assim, “não se trata mais de um simples social de dominante racional, expressado pelo político e pelo econômico, mas outra maneira de estar junto, em que o imaginário, o onírico, o lúdico, justamente ocupam um lugar primordial” (MAFFESOLI, 2010a, p. 26).

Ademais, o século XX foi espectador dos progressos tecnológicos, dos conflitos políticos e das guerras, presenciando o ápice e o declive desse mundo sólido e dando sequência a um mundo fluido, nomeado por Bauman (2001, p.12) de “modernidade líquida”. É dizer, as efervescências e as circunstâncias de vida de seus componentes inclinam-se à mudança, num tempo mais acelerado e curto através de seus hábitos e de suas ações.

Sob tal modo de ver, Maffesoli sustenta que a pós-modernidade encontra-se na “cultura do sentimento”, na qual predominam “o ambiente, a intensidade das emoções comuns e a necessária abundância de supérfluo”, uma das estruturas de sua socialidade. Isto é, essa socialidade é elucidada pelo autor como “pequenos corpos fragmentados, tribos misteriosas” (MAFFESOLI, 2010a, p. 72) que definem o compasso da transformação social em sentido ao período pós-moderno, de tal sorte que tal aura pós-moderna, “para além do contrato racional,

vai privilegiar o pacto emocional” (MAFFESOLI, 2010a, p. 35); ao passo que o indivíduo contemporâneo se manifestará uma “pessoa tribal”, plural, múltiplo, representando a alma de um tempo no qual o egoísmo característico da modernidade dá espaço a uma fragmentação da identidade em identidades múltiplas.

Sob tal perspectiva, Maffesoli (2012) ressalta que a pós-modernidade se encontra na “revolução da imagem”, de modo que, enquanto “o racionalismo explica, a imagem implica” (MAFFESOLI, 2012, p. 111). Acrescenta, ainda:

A imagem é um mundo concentrado, uma cristalização do cosmo. Sua onipresença contemporânea – televisual, publicitária, videosfera – é simplesmente uma maneira implícita de dizer “sim” a essa vida, a acentuação do presente como presença no mundo, o hedonismo difuso, em seus aspectos refinados ou em suas manifestações vulgares, como expressão, irreprimível, de um imanentismo um pouco pagão (MAFFESOLI, 2012, p. 111).

Ainda, Maffesoli (2004) explica que não se pode buscar por um conceito preestabelecido do termo pós-modernidade, pois não há uma verdade pronta em definições ontológicas; há, no entanto, evidências acerca da construção de sentido sobre um processo de recomposição de diversos elementos (políticos, econômicos, culturais, religiosos etc.), que leva à emergência do que se tem chamado hoje de pós-modernidade.

Não existem começos nem fins abruptos. Quando os diversos elementos que compõem uma determinada entidade já não podem por desgaste, incompatibilidade, fadiga etc., permanecer juntos, eles entram de diversas maneiras numa outra composição e, desse modo, favorecem o nascimento de uma outra entidade. Foi isso que, antes que encontrássemos um nome adequado, presidiu a elaboração da pós-modernidade (MAFFESOLI, 2004, p. 20).

Nessa senda, a compreensão da noção de pós-modernidade trata da caracterização do nosso tempo, e isso implica colocarmos em evidência o nosso próprio modo de ser e viver em sociedade hoje. Por isso, torna-se difícil ampliar o olhar para uma definição concreta do que nos pertence e nos inclui, já que a pós-modernidade nos possibilita enfrentar os processos de produção de subjetividade que se constroem por meio da multiplicidade de processos em que o sujeito está imerso e operam sua atual existência. Ou seja, “a pós-modernidade pode ser definida, provisoriamente, como a sinergia de fenômenos arcaicos com o desenvolvimento tecnológico” (MAFFESOLI, 2004, p. 21). Em síntese, assistimos o reaparecimento de fenômenos arcaicos, em meio ao desenvolvimento tecnológico, a volta ao local, ao territorial,

o aparecimento das tribos, do comunitário e novos mitos, a verdade absoluta se fragmenta e dá espaço às verdades parciais, pelo que os grupos se formam a partir das escolhas e afinidades, afirma Maffesoli (2010a).

Diante do retorno do sentido fraternal presente nas comunidades, observa-se o surgimento da saturação do culto ao indivíduo. As mudanças culturais e comportamentais, consequentemente, permeiam o cotidiano de maneira quase irreversível, isso porque “a economia, os movimentos sociais, o imaginário e até mesmo a política sofrem contragolpes de uma onda de maré cuja amplitude ainda não se consegue medir” (MAFFESOLI, 2012, p. 2). Essas transformações implicam em um retrocesso, ou seja, o progresso só será possível com a regressão, explica o autor. Assim, o tempo, antes visto como linear, passa para um tempo policromático, essencialmente trágico e presenteísta, que difunde uma vida sem medidas, vivida com avidez fugaz, um eterno retorno (MAFFESOLI, 2010b).

Mais do que se lamentar, e cômico da vitalidade ambiente, é tempo de lançar mão de um novo Discurso do método que seja um esclarecimento retrospectivo. Isto é, que saiba retroceder do derivado ao essencial. Apreender aquele sob a luz deste. É assim que será possível, em seu sentido etimológico e em seu sentido pleno, compreender a metamorfose em curso. Ela que nos faz passar de um progressismo (que foi vigoroso, que deu bons resultados, mas que se torna um pouco doentio) para uma progressividade que reinveste em “arcaísmos”: povo, território, natureza, sentimentos, humores... que pensávamos ter deixado para trás (MAFFESOLI, 2010b, 62).

Ainda, em continuidade, o sociólogo francês Gilbert Durand (2004) destaca que a sociedades pós-moderna conduz o ressurgimento do imaginário através da civilização da imagem e dos meios de comunicação de massas. Para o autor, o imaginário revela-se como um espaço “entre saberes”, um museu de imagens produzidas pelo homem em diferentes lugares e diversos tempos. Desta forma, entende-se que as imagens se constituem através de um capital inconsciente do ser humano, formado pelo domínio arquetipal de comportamento universal, e pelo domínio idiográfico, por meio de modulações e contextos culturais específicos no interior de unidades grupais.

Para tanto, Pitta (2005, p. 15), com base nos ensinamentos de Durand, sugere que o imaginário possa ser considerado como “essência de espírito, à medida que o ato de criação, é o impulso oriundo do ser (individual ou coletivo) completo (corpo, alma, sentimentos, sensibilidades, emoções), é a raiz de tudo aquilo que para o homem, existe”. Nesta lógica, entende-se que o imaginário é essa pulsão criadora que está na origem de um indivíduo ou

civilização e que assume forma simbólica através da confluência dos dados históricos, sociológicos, culturais e das pulsões individuais subjetivas.

Igualmente, segundo Ferreira-Santos e Almeida (2012), o imaginário se constitui e se expressa como um conjunto de imagens que englobam o capital pensante de um indivíduo ou sociedade, com abrangência que inclui a produção poética, artística, mas também a científica, filosófica, ideológica etc. Com efeito, o imaginário se define mais por seu aspecto dinâmico, figurativo, do que por sua base estrutural. Daí que se mostra necessário ter a compreensão que o imaginário não serve para classificar imagens, porquanto “essa classificação só faz sentido se compreendermos que é a gesticulação cultural, o processo dinâmico de criação, transmissão, apropriação e interpretação dos bens simbólicos, que empresta sentido aos símbolos” (FERREIRA-SANTOS; ALMEIDA, 2012, p. 38).

Além disso, Morin (2000) explica que o imaginário é a estrutura antagonista e complementar daquilo que chamamos real, e sem a qual, sem dúvida, não haveria o real para o homem, ou antes, não haveria realidade humana. Isto é, o imaginário, para o autor, pode ser descrito como a faculdade de simbolização na qual provem todos os medos, anseios e percepções culturais do homem. Deve ser sempre compreendido como algo mais amplo do que apenas um conjunto de imagens, pois vai além de variadas formas de vidas e ultrapassa a cultura, apesar de conter elementos culturais do organismo social ao qual está vinculado. Assim, entende-se que, entre as pulsões biológicas e culturais, surge a sensibilidade estética e o imaginário.

A estética é uma relação que se estabelece entre o ser humano e uma certa combinação de formas. [...] A sensibilidade estética é bem uma aptidão para entrar em ressonância, em “harmonia”, em sincronismo, com sons, odores, formas, imagens, cores, que são profundamente produzidos não só pelo universo, mas também, daqui por diante, pelo Homo sapiens (MORIN, 2000, p. 103).

Entende-se que o imaginário é vivo e mutável, podendo sofrer desgaste com a evolução do tempo. Desta forma, compreende-se a passagem do moderno para o pós-moderno por meio da metáfora do fluxo das águas da bacia semântica, explanada por Durand (2002). Nesse tocante, o autor explica o esgotamento de possíveis tendências e como as pequenas coisas vão gerar ou constituir coisas mais importantes e significativas, em um fluxo contínuo e longo, a partir de seis fases: a primeira delas é denominada de “Escoamento”, caso em que pequenas correntes formam novos imaginários e novas mudanças nas estruturas sociais; em segundo, a

“Divisão das águas” a qual é considerada como o momento de junção de alguns escoamentos que se opõem aos estados imaginários precedentes; em terceiro, o “Nome do rio”, que se dá a partir do instante em que a bacia semântica é definida como um todo; em quarto, a “Organização do rio”, que consiste em teorizar os fluxos do imaginário; em quinto, as “Margens do imaginário” que dizem respeito às mitologias e às filosofias do imaginário; e, por fim, em sexto lugar, a fase de “Deltas e meandros”, em que ocorre o desgaste e a saturação do imaginário que se deixa penetrar aos poucos pelos escoamentos.

Dessa maneira, Maffesoli (2010b) corrobora Durand ao destacar que o processo de saturação faz com que cada época fique à espera de seu próprio apocalipse, à espera de sua troca de pele:

A época troca de pele, a época trocou de pele. Essas mudas de pele podem ser observadas, com regularidade, no curso da história humana. Há ciclos mais ou menos longos. Corsi e recorsi, segundo Vico. Mas, ao deixar sair uma pele, o animal recobra uma nova juventude. Talvez seja também assim que convenha compreender a muda pós-moderna (MAFFESOLI, 2010b, p. 26).

O espírito moderno, caracterizado pela seriedade do produtivismo e pelas instituições racionais que tiveram seu apogeu no final do século XIX, passou a ser substituído por um ambiente lúdico, direcionado às emoções e às efervescências que devem ser consideradas como a causa e o efeito de uma mutação e troca de pele para a pós-modernidade.

O que salta de tudo isso é uma inegável mudança no modo de viver as relações sociais. Todos os pontos fortes, a partir dos quais a modernidade as concebera, indivíduo, identidade, organizações contratuais, atitude projetiva, dão lugar a uma outra realidade muito mais confusa, sensível, emocional, de contornos pouco definidos e do ambiente evanescente (MAFFESOLI, 1996, p. 348).

Daí que a pós-modernidade, para o autor, baseia-se em ressaltar os aspectos cotidianos que estão fortemente centrados no aspecto banal, efêmero e coletivo das relações sociais, ou seja, abandona-se as formas clássicas da modernidade, para retomar uma volta ao barroco e suas formas conflituosas e exageradas. Acrescenta:

Vemos renascer, como uma fênix de suas cinzas, o imaginário sob a forma de um realismo mágico. Realismo, pois impregna todas as coisas da vida cotidiana; mágico, pois reveste essas mesmas coisas com uma aura imaterial, com um suplemento espiritual, com um brilho específico (MAFFESOLI, 2012, p. 107).

O autor ainda destaca que o imaginário é o que permite a coesão do conjunto social, já que a pós-modernidade possui suas características centradas no cotidiano, visto pelo autor, como um solo em que cresce o poder de estar junto, assim compreendido como uma potência social. A imagem, por sua vez, surge como vetor da estética ou apelo emocional. Assim, baseando-se na sociologia compreensiva e cotidiana, Maffesoli aborda a socialidade de forma holística e utiliza a mitologia para explicar alguns aspectos da sociedade contemporânea.

Disso se vê que o mito de Dionísio é usado pelo autor, pois seu enredo retrata de forma figurativa o imaginário social pós-moderno. Dionísio, é movido pelos prazeres e pelos desejos do mundo. Apresenta-se como um deus ambíguo e bifronte em numerosas representações, pinturas ou esculturas, em que ele é mostrado com duas faces: de um lado, o jovem adolescente imberbe e efeminado; do outro, o valentão barbudo e viril, representando o lado obscuro da animalidade humana, a demência e os excessos. A figura de Dionísio, segundo Maffesoli, contrapõe-se à figura metafórica de Prometeu, que representa toda a instrumentalidade racional do mundo moderno. Dessa forma, Dionísio assume as características de uma pluralidade de práticas e fenômenos sociais emblemáticos da pós-modernidade, que são, por sua vez, essencialmente estéticos, favorecendo as emoções, as vibrações comuns, a memória coletiva e a subjetividade das massas. O deus grego encarna uma nova relação com a vida, baseada no prazer momentâneo e na imersão do caos.

Para traduzir isso, uma imagem me vem à mente, a do templo de Baal e de Baco em Baalbeck, no Líbano. Ruínas majestosas que, segundo os habitantes da terra, lembram a importância da orgia na estruturação social. As sólidas colunas dos templos, que simbolicamente sustentam o mundo, estão aí como testemunho intemporal da “obrigação” antropológica do lúdico. Não como capricho acessório ou como fenômeno facultativo, mas, sim, como peça mestre da arquitetônica social. Múltiplos são os templos de Dionísio, na Grécia ou na Grande Grécia, que lembram a permanência dessa característica essencial de nossa espécie animal [...] É isso que a seu tempo eu tinha chamado de “A Sombra de Dionísio” (1982), que se espalha pelas megalópoles pós-modernas. Essa volta da orgia como “paixão” comum que atinge todos os setores da vida social e que suscita, assim, as efervescências “extáticas”, essas saídas de si não sendo mais o apanágio de alguns, mas, sim, o menor denominador comum no qual cada um e a vida coletiva em seu conjunto podiam reconhecer-se (MAFFESOLI, 2014, p. 99-104).

A partir do que se denota que os mitos possuem um papel relevante nas sociedades, pois é por meio deles que a dinâmica natural do imaginário é aplicada em narrativas e relatos, trazendo uma forma de conhecimento que remonta aos primórdios da humanidade, uma narrativa simbólica como primeira formulação da experiência de existir no mundo. “O sentido

do mito em particular não faz mais que remeter-nos para a significação do imaginário em geral” (DURAND, 2012, p. 374). Ou seja, uma busca de ordenar o sentido da experiência humana no mundo concreto.

Sob tal sentir, Maffesoli (2014), assim como outros estudiosos do imaginário, destacam o mito como uma forma pedagógica para que o conhecimento seja mediado, simbolicamente, por meio de arquétipos que operam de forma polivalente através da sensibilidade que cria um sentido. O imaginário pós-moderno, para o autor, é marcado pela sombra de Dionísio, o qual inspira e determina alguns comportamentos sociais, como a busca de prazeres desregrados, a valorização do corpo erótico, a força vital da natureza, a animalidade e o presenteísmo. Porém, vale ressaltar, que esses valores dionisíacos são constantes antropológicas e, com maior ou menor ênfase, sempre participam da sociedade ao longo do tempo.

Por fim, compreende-se que a investigação pela compreensão das noções de moderno e pós-moderno é de suma relevância para o entendimento das manifestações vinculadas ao imaginário de cada época, de um povo ou de uma tribo, na medida em que se acredita que estas manifestações são reflexos dos paradigmas e do clima cultural que predominam em determinados períodos históricos de uma sociedade ou comunidade. Logo, o imaginário é como uma atmosfera, “é o estado de espírito que caracteriza um povo” (MAFFESOLI, 2001, p. 75), motivo pelo qual transcende o sujeito e imbui o grupo, demonstrando tanto elementos racionais quanto irracionais, sendo, por isso, ao mesmo tempo, real e impalpável.

2.2 *HOMO SYMBOLICUS E HOMO EROTICUS*

Dentre a gama de temas abordados no período contemporâneo com o desenvolvimento das ciências humanas, o tema da imagem e do imaginário ocupa um papel de destaque, pois, através desses conceitos, permitiu-se compreender o mundo em que vivemos.

Nesse sentido, é através da imaginação que buscamos, incessantemente, pela compreensão complexa das questões existências básicas: O que sou? Para onde vou?

Diante de tais indagações, entende-se que o *Homo sapiens* ultrapassou a razão e, por intermédio da imaginação, desenvolveu a sensibilidade de simbolizar. Em tal cenário, Durand (1993), vale-se de uma citação do filósofo Ernest Cassirer, na introdução de sua obra “Imaginação Simbólica”, para afirmar que “[...] um sinal é uma parte do mundo físico do ser, um símbolo é uma parte do mundo humano do significado” (apud DURAND, 1993, p. 7). Significa dizer que, por meio da faculdade representativa, o indivíduo tem a possibilidade e a sensibilidade de formar imagens e simbolizar, o que possui o condão de diferenciar os homens dos animais e faz exsurgir o *Homo symbolicus*. Logo, a moda, como escopo central da presente pesquisa, ultrapassa a esfera material e busca na potência sensível da simbolização refletir os fenômenos humanos. Daí por que, a moda está na vida da sociedade, até mesmo dos que dizem não se importar com o que vestem, pois o conceito de moda não é apenas o vestir, e sim um conjunto de informações, costumes, culturas e comportamentos da sociedade.

De acordo com Cassirer (1994, p. 97), “o *homo symbolicus* é que articula a ação do *faber*, do *politicus*, do *socialis*, do *ludens*, do *sapiens*, superando as dualidades, já que o dissonante está em harmonia consigo mesmo; os contrários não são mutuamente exclusivos, mas interdependentes”. Isto posto, entende-se que a sociedade atual se constitui por meio das mediações simbólicas postas em prática como atividades do pensamento, de sorte que “a linguagem, a arte, o mito, a religião, a ciência, a história são formas simbólicas, criações que se interpõem entre o homem e o mundo” (FERREIRA-SANTOS; ALMEIDA, 2012, p. 30). Assim, infere-se que o conhecimento humano é por sua própria natureza um conhecimento simbólico, no qual os símbolos se expressam na consciência por meio de imagens oníricas, como uma espécie de encarnação do arquétipo, de forma concreta ou abstrata, a fim de que o conteúdo arquetípico possa ser apreendido pela consciência. Significa dizer: o homem atua de maneira efetiva, próxima ao sistema simbólico, acrescenta Cassirer (1994).

No mundo humano encontramos uma característica nova que parece ser a marca distintiva da vida humana. O círculo funcional do homem não é só quantitativamente maior; passou também por uma mudança qualitativa. O homem descobriu, por assim dizer, um novo método para adaptar-se ao seu ambiente. Entre o sistema receptor e o efetador, que são encontrados em todas as espécies animais, observamos no homem um terceiro elo que podemos descrever como o sistema simbólico (CASSIRER, 1994, p. 47).

À vista disso, para Cassirer (1994), o ser humano não vive uma realidade de fatos nus e crus; ao contrário, “a realidade física parece recuar em proporção ao avanço da atividade simbólica do homem” (CASSIRER, 1994, p. 15). Isso porque tal modo fez com que o homem se envolvesse em formas linguísticas, imagens artísticas, símbolos místicos ou ritos religiosos, que não deixam ver ou conhecer coisa alguma a não ser pela interposição de meios artificiais, ou seja, simulacros.

[...] há de entender-se aqui toda a energia do espírito em cuja virtude um conteúdo espiritual de significado é vinculado a um signo sensível concreto e lhe é atribuído interiormente. Neste sentido, a linguagem, o mundo mítico-religioso e a arte se nos apresentam como outras tantas formas simbólicas particulares. (CASSIRER, 1985, p. 163).

Para o autor, a definição de homem como animal racional deve ser corrigida, mesmo que a racionalidade seja um traço inerente a toda atividade humana, pois o presente conceito cobre apenas uma parte de um todo, na medida em que “lado a lado com a linguagem conceitual, existe uma linguagem emocional; lado a lado com a linguagem científica ou lógica, existe uma linguagem da imaginação poética” (CASSIRER, 1994, p. 2).

Há, por assim dizer, uma múltipla variedade de formas de comunicação, pois a expressividade humana é aberta e interage em diversos espaços, culturas e meios. O processo significativo se movimenta de maneira centrífuga quando há a expansão e revelação do próprio eu, como por exemplo nas artes, em oposição a forma centrípeta, em que há enclausuramento, gera equívocos e fugas, como os devaneios da fantasia. Assim, a coexistências dessas duas forças simbólicas, aparentemente opostas, impedem a transparência total da linguagem e provoca um permanente estado de confusão que é natural à própria condição humana (CASSIRER, 1994).

A razão é um termo muito inadequado como o qual compreender as formas da vida cultural do homem em toda a sua riqueza de variedade. Mas todas essas formas são simbólicas. Logo, em vez de definir o homem como animal rationale, deveríamos defini-lo como *animal symbolicum* (CASSIRER, 1994, p. 372).

À vista disso, o autor preconiza que o uso da linguagem parece coincidir com o uso das formas simbólicas e o que elas representam são configuradas no âmbito cultural por meio da filosofia, ciência, espaço físico, momento histórico, signos linguísticos, artísticos,

matemáticos, científicos, religiosos ou míticos fazendo a mediação entre o *homo symbolicus* e o mundo. A capacidade de simbolizar do ser humano possibilita a criação de conceitos e representações, baseados em uma redundância na qual o pensamento indireto da realidade aparece como presença figurada, sendo o símbolo uma compreensão epifânica deste indizível que há no mundo e no ser humano (CASSIRER, 1994). Ou seja, simbolizar é invocar, no sentido mais profundo, um mundo de intercessão ontológica onde se epifaniza os mistérios pessoais como uma forma de conhecimento direto, concreto e experimental do indizível e do inominável.

As experiências do homem diante do mundo são baseadas e definidas por meio de uma síntese do ideal, sensual, espiritual e material, nunca dadas de forma pura e imediata, mas sempre através de atos sintéticos de formação simbólica que encontram sentido ou emprestam significado ao empiricamente dado. Assim, Cassirer (1994) aduz que as formas simbólicas permitem que o homem seja aquele que interpreta, articula e sintetiza a experiência humana, constituindo uma consciência social.

É evidente que todo símbolo – um edifício, uma obra de arte, um rito religioso – tem seu lado material. O mundo humano não é uma entidade separada nem uma realidade que só depende de si mesma. O homem vive num meio físico, que exerce constante influência sobre ele e imprime sua marca em todas as formas de sua vida. Para podermos compreender suas criações – seu “universo simbólico” – precisamos ter sempre em mente esta influência (CASSIRER, 1994, p. 316).

Segundo o autor, o homem é o criador da ordem mundial, visto que ele não é um simples expectador, mas um agente de transformação histórica que participa ativamente das produções e das mudanças das formas de vida social. Valendo-se desse pressuposto, é possível compreender que o homem cria os diversos padrões culturais, a linguagem, as imagens e as formas de expressão. O ser humano não tem um papel passivo de apenas receber as impressões sensíveis se conformando a elas, mas antes são estas que são conformadas pelas faculdades humanas (CASSIRER, 1994). Embora o homem produza o mundo através da sua espontaneidade, é necessário um sistema de signos para fixar os significados. O signo é quem possibilita o sujeito a atribuir sentido ao mundo, motivo por que para pensar o mundo é necessário um sistema de signos, como, por exemplo, os da linguagem.

Para Durand (2002), discípulo de Bachelard, a imagem, como linguagem verbal ou não-verbal, possui o atributo básico de mobilizar nossos afetos, memória, percepções, nos exigindo formas de acompanhar seu movimento. Partindo da visão antropológica, o ser

humano, antes de tornar-se um ser social, é um ser simbólico. Daí porque, o trajeto antropológico do imaginário elaborado por Durand (2002), como uma produção e circulação dos bens simbólicos da cultura humana, aponta, primeiramente, para uma imagem biológica que parte dos gestos corporais considerados como a primeira forma de linguagem e denominados de *schèmes*, passando pelas formações dos arquétipos, que são imagens primordiais, esquadrihadas como uma forma dinâmica e uma estrutura que organiza as imagens. Tal caminho percorre o símbolo, que é a representação; o mito, que é o discurso e matriz criadora das tradições culturais nas suas mais diferentes e coloridas manifestações; e, por fim, a narrativa, que consiste na racionalização. Nesta senda, a imagem se movimenta por meio de representações abstratas, tanto no polo subjetivo como no polo sociocultural, tecendo o universo simbólico do ser humano.

Sob esta perspectiva, observa-se que para que haja uma atividade imaginativa é preciso que o homem passe pelo processo de significação, ultrapassando o mero automatismo dos sinais físicos modulados pelo meio. Para tanto, não se pode mensurar a imaginação, pois está além do atemporal, rompe padrões lógicos, visita e cria situações além do mundo real. Toda relação do homem com a realidade não é imediata, mas mediada por meio de várias construções simbólicas. Ou seja, a produção do simbólico, não somente a linguagem, é espontânea, todavia é também condição imprescindível para captação do sensível, justo porque é através de signos e imagens que se pode “fixar” determinados pontos do fluxo temporal das experiências, afirma Cassirer (1994).

Nesse sentir, o *homo symbolicus* vive permeado por imagens desde o seu nascimento até a sua morte, isso porque o imaginário corresponde a um modo de interpretar o homem em suas relações consigo, com seus pares e com todo o processo de seu desenvolvimento e constituição como ser humano, afirma Durand (2004).

[...] aquilo que é “próprio do homem” [...] define-se como uma representação incontornável, a faculdade da simbolização de onde todos os medos, todas as esperanças e seus frutos culturais jorram continuamente desde os cerca de um milhão e meio de anos que o *homo erectus* ficou em pé na face da terra (DURAND 2004, p. 117).

Por conseguinte, observa-se que a sociedade pós-moderna vive uma mudança de paradigma, uma transformação de sistema de valores. Para Maffesoli (2014), isso se dá por

meio da passagem do “*homo economicus*” ao “*homo eroticus*”. O racionalismo e a seriedade da modernidade, centradas na produção, no crescimento econômico, na mercantilização das trocas e toda uma vida voltada para a acumulação do patrimônio, fez nascer o *homo economicus*. Já o indivíduo pós-moderno, para o autor, não se define por seu *status* social ou profissional, seu nível econômico e de formação, mas essencialmente por sua relação com o outro. É este relacionismo que constitui a característica essencial do *homo eroticus*: eu vivo e sinto graças ao outro.

É isso mesmo que nos lembram a recrudescência dos afetos, a onipresença do emocional, as diversas contaminações do afetual. A paixão está na ordem do dia. Convém mostrar (“demonstrar”) sua vitalidade e as consequências. Para dizê-lo muito simplesmente, assiste-se a um verdadeiro murmúrio cultural, como acontece nas mudanças de épocas. Murmúrio cultural que pode exprimir-se na exuberância (as efervescências juvenis o comprovam) ou, ao contrário, no “quanto a si” passivo da vida corrente (MAFFESOLI, 2014, p. 16).

Assim, segundo Maffesoli (2014), a socialidade pós-moderna ultrapassa os limites impostos pela clássica ideia de contrato social, baseado por elos estabelecidos por fatores racionais e cedem espaço para a constituição de pactos societais, nos quais prevalecem o afetual, as emoções desobrigadas de finalidades, ou, metaforicamente, onde se segue a “lei dos irmãos”, cujas relações engendram-se na horizontalidade e onde se experimenta em conjunto e se perde na comunidade. É dizer que o *homo eroticus* se desenvolve por meio do simples, do cotidiano e do apego aos frutos desta terra.

Ademais, o homem tende a projetar a “magia” das imagens sobre o mundo por meio da simbolização, gerando sentido às coisas. A sociedade contemporânea vive, cada vez mais, em função de tal magia iconográfica. O indivíduo conhece lugares, vivencia situações, valoriza atitudes e age em função de tais imagens. O *homo symbolicus* é o mesmo *homo eroticus*, porém, suas relações individuais, segundo Maffesoli (1995), evoluíram pra um contexto social comunitário e afetual, no qual a troca simbólica é composta por um vetor de comunhão e desenvolve um sentir coletivo. Opondo-se, dessa forma, ao racionalismo da modernidade, ao criar uma lógica própria através da percepção.

Na pós-modernidade, não há nenhum aspecto da vida social que não esteja contaminado pela imagem. A sociabilidade domina essa estrutura labiríntica, mas não consegue defini-la e nem interpretá-la intelectualmente, já que o mundo da imagem é complexo. Nessa senda, Maffesoli (2010a, p. 108) destaca que o ser humano desponta de uma lógica emocional

e faz surgir a pessoa, referindo-se à *persona*, máscara social por ele definida como os diversos papéis e personagens que o indivíduo interpreta diante do mundo. “Mudando o seu figurino, a pessoa vai, de acordo com os seus gostos (sexuais, culturais, religiosos) assumir o seu lugar, a cada dia, nas diversas peças do *theatrum mundi*”. É dizer que, hoje, observamos o retorno de formas que imaginávamos ultrapassadas, como o nomadismo, o tribalismo e o hedonismo. Assim, com o *homo eroticus* nasce uma nova inteligência coletiva.

De acordo com Maffesoli (1995), a imagem, na pós modernidade, tem como papel principal a “relição” por meio de um partilhar comum, muitas vezes não-lógico, em torno de uma imagem, que gera vínculos e permite o reconhecimento de si a partir do conhecimento do outro.

É conveniente, pois, um modo de análise que permita pensar o real a partir do irreal. O meio figurativo pode fornecer, para isso, uma ajuda fecunda. A figura permite fazer sentido e dar sentido, não enquanto finalidade distante ou alvo a ser atingido, mas enquanto o que eu comunico ou o que eu partilho com outros. "A figura é o que vos olha, o que me olha". Esta fórmula, de Gilbert Durand, resume bem meu ponto de vista, a figura é particular, e ela induz, por isso mesmo, um entusiasmo específico, entusiasmo estático, ou uma intensidade emocional que vai agir em profundidade na vida social. É um tal entusiasmo que foi a origem das revoluções dos tempos passados, sendo bem-possível que também seja a origem da dolorosa gestação, que vivemos, da socialidade que está por vir. (MAFFESOLI, 1995, p.141)

Por sua vez, para o autor, o *homo eroticus* se encontra-se na revolução da imagem, em relação a valorização da forma, apresentando papel de comunhão e contato social. Os valores irracionais ganham destaque por meio dos sentimentos e da estética, valores, segundo o autor, característicos da pós-modernidade. A simbolização, por meio da imagem, abre porta para um imaginário presenteísta e dionisíaco, no qual a ordem simbólica é o verdadeiro cimento social. Logo, esse arcaísmo é um elemento cada vez mais importante da vida social contemporânea e encontra sua ligação a partir das imagens e da “ética da estética”, que o autor destaca como “um vínculo, de uma ligação a partir das emoções, de paixões compartilhadas. Sendo a imagem o vetor de uma estética deste tipo. A causa e o efeito de um *ethos* comum, tendo, a imagem, uma função sacramental: de tornar visível uma força invisível” (MAFFESOLI, 2012, p. 112).

A partir disso, entende-se que a evolução do pensamento sociológico estaria dentro do que o autor chama de “ciências do imaginário”, na qual o homem, como um *homo symbolicus*, inserido em um mundo imaginal, busca em suas experiências basear-se não

somente nos conceitos e preceitos da razão, mas também no caráter intuitivo, que abarca tanto o racional quanto o irracional, tanto o utilitário quanto o lúdico, compreendendo a imagem como um laço societal. Nesse quadro, para Maffesoli (2014), é através da saturação do excesso de ordem racional que nasce o *homo eroticus*, este que sob a perspectiva da pós-modernidade encontra-se na “cultura dos sentimentos”, nos fragmentos dos pequenos corpos coletivos e na abundância do supérfluo que caracteriza o ritmo do cotidiano banal.

Em suma, os debates sobre as nuances da pós-modernidade evidenciam aspectos que estão além de uma única racionalidade e de formalismos metodológicos hegemônicos, para compreender o homem em sua configuração que ultrapassa o *Homo Sapiens*, e contribui para o questionamento de estruturas analíticas planificadoras. Logo, outras formas de expressão do homem, como a linguagem, a significação, a arte, os afetos, entre outras, ganham espaço nas discussões e produção do conhecimento, como subsídios para a compreensão do ser humano, considerando neste processo a valorização do que é local, do presente, da banalidade da vida cotidiana, do anódino e das múltiplas vivências corriqueiras, discursos antes marginalizados pela burocratização do saber.

2.3 OS ASPECTOS DA IMAGEM NA PÓS-MODERNIDADE A PARTIR DOS REGIMES DO IMAGINÁRIO

Com base no exposto acima, compreende-se que o imaginário revela-se como um lugar de “entre saberes” (DURAND, 2002), um museu, que abriga o conjunto de todas as imagens possíveis produzidas pelo *homo symbolycus*. Nesse contexto, observa-se que na pós-modernidade somos constantemente perpassados por imagens, que influenciam e dominam nosso cotidiano e que atualmente já não são mais os grandes sistemas religiosos que conservam os regimes simbólicos e as correntes míticas, como era no passado; diferentemente, toda essa potência simbólica é mantida por meio das artes, da publicidade, da imprensa, da fotografia, do

cinema, da televisão e das mídias digitais, tendo estas últimas irradiado considerável efeito sobre a sociedade contemporânea.

A imagem, para o sociólogo francês Michel Maffesoli (2012), apresenta-se na pós-modernidade como um lugar onde estão vinculadas e reunidas as afetividades referenciadas. É por meio da imagem que diferentes culturas e grupos se conectam de diversas formas, capacitam suas experiências e desenvolvem suas práticas e ideias. O autor se propõe a entender a vida a partir do inteligível e também do sensível, e é por isso que pensa ser necessário entender a socialidade através das dimensões míticas e imaginárias. Buscando a imagem como um sistema artificial simplificado, mesocosmos, como meio, vetor e elemento primordial do vínculo social. “Um retorno ao ventre, aos sentidos, ao sensível. Isto é, não mais se deixar levar pelo fluxo incessante do progresso e de sua ideologia, o progressismo, mas harmoniza-se com os ritmos, quase fisiológicos, da existência” (MAFFESOLI, 2012, p.59).

Assim, o imaginário, diferente de outros conhecimentos, constitui a imagem por meio do modo como a consciência representa os objetos que não se apresentam diretamente à sensibilidade, mas como sombra do objeto, como nevoeiros nebulosos. Para Durand (2002), a imagem é a matéria de todo o processo de simbolização, fundamento da consciência na percepção do mundo. O imaginário é a capacidade individual e coletiva de dar sentido ao mundo. É o conjunto relacional de imagens que dá significado a tudo o que existe. Não se trata, portanto, de um sentido de irrealidade ou fantasia, mas de um substrato simbólico ou conjunto psicocultural, que se manifesta sob diferentes formas e cuja função específica é promover o equilíbrio psicossocial ameaçado pela consciência da morte. Uma resposta à angústia existencial frente à experiência negativa da passagem do tempo.

Ainda, de acordo com Bachelard (2013, p. 62), “a imagem tem uma função ativa. Por certo tem um sentido na vida inconsciente, por certo designa instintos profundos. Mas, além disso, vive de uma necessidade positiva de imaginar”. Logo, percebe-se que a imagem pode servir para mostrar ou para ocultar, pois, segundo o autor, uma imagem desenvolve-se incessantemente no mundo das metáforas.

Nessa lógica, a noção de imagem exposta através do imaginário abre portas ao discernimento da noção de signo por meio da imaginação simbólica. Aqui o signo é entendido como uma imagem que reúne sentido, uma vinculação natural com algo ausente ou impossível de ser percebido, uma “ponte entre o ausente (ou invisível) e o figurado (ou sensível); elo entre

a realidade psíquica e a realidade física” (COELHO, 1997, p.341). Diante disso, “chegamos na imaginação simbólica propriamente dita quando o significado não é de modo algum apresentável e o signo só pode referir-se a um sentido e não a uma coisa sensível” (DURAND, 1993, p. 10). Quer-se dizer que o signo para o imaginário não é arbitrário, situação completamente oposta à da Teoria dos Signos de Charles Peirce. Por este prisma, compreende-se que o signo possibilita a mediação simbólica, proporcionando uma pré-compreensão do real moldado pelo comportamento social.

Ainda, segundo Durand (2002), em seus estudos a respeito do modo através do qual as imagens se produzem, como se transmitem, bem como a sua recepção, o imaginário implica em uma estrutura sistêmica de imagens heterogêneas, de maneira que o homem por meio de imagens busca suavizar o impacto de sua angústia existencial em relação a extinção da vida. Por isso, a função da imaginação é eufemizar e equilibrar - biológica, psíquica e sociologicamente - os indivíduos diante de uma sociedade iconoclasta. Significa dizer que é por intermédio da imaginação que funciona o processo de simbolização, “é por ela que o pensamento do homem se desaliena dos objetos que a divertem, como os sonhos e os delírios que a pervertem e a engolem nos desejos tomados por realidade” (DURAND, 2002, p. 14).

Em continuidade, para o autor, o imaginário, assim enraizado num sujeito complexo, não se desenvolve em torno de imagens livres, mas impõe-lhes uma lógica, uma estruturação, que faz do imaginário uma constelação. Por tais motivos, entende-se que o trajeto antropológico proposto por Durand (2002) permite caracterizar e identificar estas constelações de imagens que se expressam por meio das pulsões subjetivas dos indivíduos e do mundo em que estão inseridos. Assim, “os símbolos constelam porque são desenvolvidos de um mesmo tema arquetipal, porque são variações sobre um arquétipo” (DURAND, 2002, p. 43).

Nesta senda, compreende-se que o arquétipo se caracteriza como uma imagem primordial que deriva do arcaico e está em concordância explícita com motivos mitológicos conhecidos, afirma Coelho (1997).

[...] expressa, por um lado, sobretudo materiais derivados do inconsciente coletivo e, por outro, mostra que a situação momentânea da consciência é mais influenciada coletiva do que pessoalmente. A imagem primordial está numa relação com certos processos perceptíveis da natureza que se reproduzem sem cessar e são sempre ativos; por outro lado, diz respeito, ainda, a aspectos interiores da vida do espírito e da vida em geral (COELHO, 1997, p. 207).

A forma arquetípica pode ser considerada uma forma vazia que oferece ao inconsciente uma sensibilidade para ser preenchida por princípios relacionados e semelhantes. Nesta dinâmica, o autor explica que o arquétipo apresenta “uma estrutura que organiza as imagens, sempre ultrapassando as concretudes individuais, biográficas, regionais e sociais que interferem na formação delas” (COELHO, 1997, p. 47). Daí por que, entende-se que o arquétipo possui a função de produzir ideias correlativas ou praticamente idênticas nos diversos indivíduos ou grupos, sem que se possa atribuir sua ocorrência a alguma experiência individual concreta. Desta forma, a imagem arquetípica deve ser compreendida numa perspectiva de convergências, visto que sua manifestação está além do próprio objeto, que paira sobre uma ampla constelação de imagens, relativamente constante e que parece estruturar um certo isomorfismo dos símbolos convergentes.

Neste contexto, para Turchi (2003), os arquétipos se constituem como concretizações dos *schémes*, parte mais abstrata da imagem, que são desencadeados durante toda vida:

Os arquétipos vêm mediar entre os esquemas, puramente subjetivos, e as imagens concretas proporcionadas pela percepção, sendo como imagens primordiais, unívocas e adequadas ao sistema. Os arquétipos constituem a junção entre o imaginário e os processos racionais. Os gestos dominantes diferenciados em esquemas, no contato com o ambiente ao redor, natural e social, determinam os grandes arquétipos (TURCHI, 2003, p. 28).

Por assim dizer, é notório compreender que o imaginário se desenvolve por meio de um percurso entre, de um lado, as invariantes do homem e suas formas localizadas e subjetivas; e, de outro, entre a esfera de sua inserção física no mundo de domínio arquetípico. Esse cenário é denominado por Gilbert Durand (2002) de Trajeto Antropológico, operação destinada a resolver as tensões entre natureza e cultura, pilares sobre os quais se sustenta toda a teoria do imaginário.

Para Bachelard, os eixos das intenções fundamentais da imaginação são os trajetos dos gestos principais do animal humano em direção ao seu meio natural, prolongado diretamente pelas instituições primitivas tanto tecnológicas como sociais do *Homo faber*. Mas esse trajeto é reversível [...], pode indistintamente partir da cultura ou do natural psicológico, uma vez que o essencial da representação e do símbolo está contido entre esses dois marcos [...] (DURAND, 2002, p. 41-42).

De acordo com Danielle Pitta (2017), em sua obra intitulada “Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand”, o trajeto antropológico é organizado e estabelecido por uma relação de imagens colhidas em culturas diversas. A autora afirma que “as imagens se organizam em torno de um núcleo e formam constelações, convergindo a um só tempo em torno de imagens de gestos, de *schèmes*, e de objetos privilegiados pela sensibilidade” (PITTA, 2005, p. 25), de modo que o imaginário não é outra coisa que este trajeto no qual a representação do objeto se deixa assimilar e modelar pelos imperativos pulsionais do sujeito.

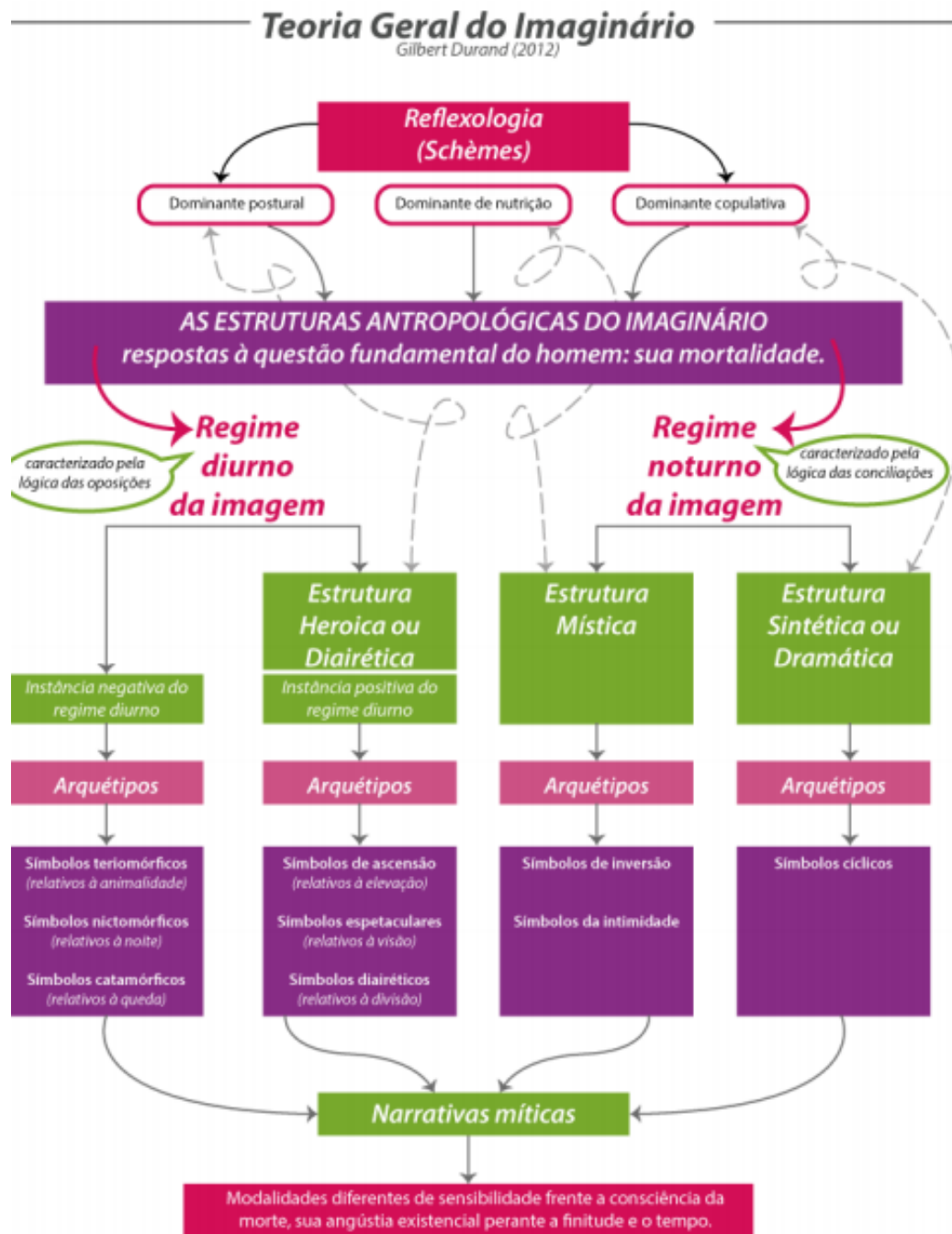
À vista disso, o *schèmes*, ainda sem uma tradução adequada em português, define-se como “uma generalização dinâmica e afetiva da imagem, onde os gestos inconscientes e a motricidade sensorial estão entre as dominantes reflexas e as representações, constituindo o esqueleto dinâmico ou funcional da imaginação (COELHO, 1997, p. 211)”. A saber, a constelação simbólica, por meio do inconsciente sensorial e primitivo, domina os reflexos e as representações, formando um trajeto de imagens sem representações concretas precisas, cristalizando, assim, os símbolos (DURAND, 2002, p. 42). A partir daí, Durand (2002), baseado na reflexologia, por meio da influência da Escola de Leningrado e W. Betcherev, postula as relações entre o corpo e as representações, entendendo que uma sociedade organiza suas imagens, ou seja, seu mundo, de acordo com suas sensibilidade específicas em relação ao meio ambiente e as características físicas do ser humano.

[...] adotamos o termo genérico "esquema" (*schème*) que fomos buscar em Sartre, Burloud e Revault d'Allonnes, tendo estes últimos ido buscá-lo, de resto, na terminologia kantiana. O esquema é uma generalização dinâmica e afetiva da imagem, constitui a factividade e a não-substantividade geral do imaginário. O esquema aparenta-se ao que Piaget, na esteira de Silberer, chama "símbolo funcional" e ao que Bachelard chama "símbolo motor". Faz a junção já não, como Kant pretendia, entre a imagem e o conceito, mas sim entre os gestos inconscientes da sensório-motricidade, entre as dominantes reflexas e as representações (DURAND, 2012, p. 60).

Por essa via, observa-se que estudo do imaginário consiste na identificação das imagens invariantes que prevalecem em um grupo de forma universal, e as unidades de imagens locais, que derivam de um mundo físico antropológicamente pré-estabelecido. Permitindo assim, elaborar uma lógica dinâmica de composição de imagens narrativas ou visuais, de acordo com dois regimes ou polaridades: diurnos ou noturnos. É dizer que “estas representações são passíveis de uma modelização que permite identificar - para fins psicológicos e psicanalíticos

ou com objetivos culturais - a orientação ou o capital imaginário de um indivíduo ou grupo” (COELHO, 1997, p. 211).

Figura 1 - Representação (info)gráfico esquemático da teoria geral do imaginário



Fonte: Gonçalves (2017).

Acerca de tais definições importa sublinhar que o regime da imagem será considerado diurno ou noturno conforme o gesto reflexológico que se encontra em sua base. Tais reflexos dominantes são o postural - presentes no regime diurno - e o de engolimento e o rítmico - referentes ao regime noturno - que se expressam, consecutivamente, na ação fundadora do regime heroico, místico e sintético. Entendido desse modo, essas estruturas possibilitam e orientam a compreensão de fenômenos socioculturais, mostrar-se sugestivas a veículo de conhecimento e autoconhecimento do universo cultural de indivíduos e grupos, afirma Durand (2002).

A primeira é uma dominante de “posição” que coordena ou inibe todos os outros reflexos quando, por exemplo, se põe o corpo de uma criança na vertical [...] A segunda dominantes aparece ainda mais nitidamente: dominante da nutrição que, nos recém-nascidos, se manifesta por reflexos de sucção labial [...] Quanto a uma terceira dominante natural [...] suponha-se que esta dominante seria de origem interna, desencadeada por secreções hormonais e só aparecem em períodos de cio. Betcherev afirma de novo, de um modo mais vago, que o reflexo sexual é uma dominante (DURAND, 2002, p. 48 – 49).

Diante disso, Durand (2002) explica que os regimes são estruturas isomórficas, dinâmicas, transformadoras e sujeitas a modificações, porquanto “servem comodamente para a classificação, mas que podem servir, dado que são transformáveis, para modificar o campo imaginário” (DURAND, 2002, p. 63). Assim, a estrutura desempenha o papel de protocolo motivador para todo um agrupamento de imagens e está susceptível a ela própria de se agrupar numa estrutura mais geral como os Regimes, esses modelos não quantitativos, mas sintomáticos, servindo como estruturas de agrupamentos vizinhos que não possuem padrões rígidos de forma imutável, mas são motivados pelo conjunto de característica e tipologias de cada indivíduo, com suas impressões históricas e sociais.

2.3.1 Regime Diurno

Pode-se dizer que “não há luz sem trevas enquanto o inverso não é verdadeiro: a noite tem uma existência simbólica autônoma”, afirma Durand (2002, p. 67) ao explicar sobre o regime diurno da imagem. O dinamismo diurno pode ser entendido como um regime de

antítese, que é expresso por meio de dualidades e contradições que se completam. Assim, entende-se que apesar de constelarem como imagens opostas, essas imagens não se contradizem; ao contrário, dão maior destaque à ideia do que está sendo desenvolvida.

No universo mítico heroico, presente no regime diurno, a ação fundadora se dá pela distinção, engendrada pelo reflexo postural, constelando imagens isomorfas que se polarizam nos gestos de separação e ascensão. Os símbolos que gravitam em torno desse regime ligam-se aos esquemas de verticalização, visão e tato, expressando-se em imagens teriomórficas - oriundos de símbolos animais -, nictomórficas - que simbolizam o temporal das trevas - e catamórficas - ou símbolos da queda -, como explicam Tonin e Azubel (2016):

Regime diurno e estruturas esquizomórficas são marcados pela geometria, pela antítese, pela historicidade, pelo pragmatismo. Pertence a este regime a ciência positiva baseada no regime diurno da consciência. Ela age como estrutura polarizante do campo das imagens, certamente dominante em nossas sociedades contemporâneas, mas relativa em certa perspectiva. Determina atitudes sociais que são a perda de contato com a realidade na faculdade de recuo, na atitude abstrativa, marca do homem que reflete à margem do mundo, numa preocupação obsessiva com a distinção, que Gilbert Durand chamava de geometrismo mórbido, exacerbação dos dualismos (TONIN; AZUBEL, 2016, p. 12).

Os símbolos teriomórficos, relativos à animalidade, podem parecer banais ou bastante comuns nesse primeiro momento. Todavia, para compreendê-los é preciso ter em mente a distinção existente entre o animal físico e o animal simbólico, porquanto este último apresenta-se “como um abstrato espontâneo, o objeto de uma assimilação simbólica, como mostra a universalidade e a pluralidade da sua presença tanto numa consciência civilizada como na mentalidade primitiva” (DURAND 2002, p. 70). Esse tipo de imagem está enraizada em nosso cotidiano desde nossa infância permitindo-nos constelar diversos arquétipo e símbolos. Assim, o autor afirma que de todas as imagens, com efeito, “são as imagens animais as mais frequentes e comuns. Podemos dizer que nada nos é mais familiar, desde a infância, que as representações animais. Mesmo para o pequeno cidadão ocidental, urso de pelúcia, o gato de botas, o Mickey [...]” (DURAND, 2002, p. 69). Ou seja, a imagem animal é entendida como o primeiro conjunto de imagens arquetípicas e universais que convergem entre si e, por meio delas, podemos simbolizar e compreender um fenômeno.

Para mais, o autor apresenta os animais que se agrupam com valores negativos e com valores positivos. Os negativos são representados pelos répteis, pelos ratos, pelos pássaros

noturnos e outros; enquanto os positivos são representados pelas pombas, pelos cordeiros e pelos animais domésticos em geral.

Do mesmo modo, verifica-se que existe uma mitologia fabulosa dos costumes animais que a observação direta apenas poderá contradizer. E, no entanto, a salamandra permanece, para a nossa imaginação ligada ao fogo, a raposa a astúcia, a serpente continua a “picar” contra a opinião do biólogo, o pelicano abre o coração, a cigarra entenece-nos, enquanto o gracioso ratinho repugna-nos. O que mostra quanto esta orientação teriomórfica da imaginação forma uma camada profunda, que a experiência nunca poderá contradizer, de tal modo o imaginário é refratário ao desmentido experimental (DURAND, 2002, p. 70).

Além disso, os reflexos base dos símbolos teriomórfos convergem nos atos de: fervilhamento, referentes a larvas amontoadas, formigueiros, insetos e a repugnância primitiva diante da agitação incontrolável, que é o arquétipo do caos; a animação, a movimentação dos grandes animais e a representação da força bruta, traduzida pelo peso e pela rapidez; e a mordicância, ato de morder ou devorar, característica angustiante da animalidade diante da morte, afirma Durand (2002).

Para a criança pequena, como para o próprio animal, a inquietação é provocada pelo movimento rápido e indisciplinado. Todo animal selvagem, pássaro, peixe ou inseto, é mais sensível ao movimento que à presença formal ou material [...] O esquema da animação acelerada que é a agitação formigante, fervilhante ou caótica parece ser uma projeção assimiladora da angústia diante da mudança, e a adaptação animal não faz mais, com a fuga, que compensar uma mudança brusca por uma outra mudança brusca. Ora, a mudança e a adaptação ou a assimilação que ela motiva é a primeira experiência do tempo [...] O animal é assim, de fato, o que agira, o que foge e que não podemos apanhar, mas é também o que devora, o que rói. (DURAND, 2002, p. 73 – 90).

Em continuidade, como segundo agrupamento imaginário, tem-se os símbolos Nictomórficos, que de acordo com Pitta (2004) são vinculados à obscuridade e à temporalidade, e também foram divididos em três grupos por Durand (2002): trevas noturna, águas tristes e mulher fatal. A situação de treva, para o autor, pode ser provocada diante de um “choque negro” de angústia e medo, “que pode ser psicologicamente baseada no medo infantil do negro, símbolo de um temor fundamental do risco natural, acompanhado de um sentimento de culpabilidade” (DURAND, 2002, p. 91), ou pode ser natural como é no caso da cegueira. Nessa linha nictomórfica, a cegueira se liga à mutilação, que muitas vezes é representada em obras de arte por meio de figuras com olhos vendados, indicativo de derrota. Ou pela mitologia sob o

traço do “rei cego”, “símbolo do inconsciente, que aqui se torna decadência; mas deve-se levar em conta que o velho rei cego muitas vezes tem por parceiro o jovem herói” (PITTA, 2005, p. 11). Significa dizer que a impossibilidade de distinguir algo diante das trevas e da falta de proteção define a causa pela qual a obscuridade não permite organizar o mundo; mas, como efeito contrário, a postura heroica encontra a luz e o valor simbólico intelectual e moral do olho. Ver é saber.

Esta imaginação das trevas nefastas parece ser um dado fundamental, opondo-se à imaginação da luz e do dia. As trevas noturnas constituem o primeiro símbolo do tempo, e entre quase todos os primitivos como entre os indo-europeus ou sernitas conta-se o tempo por noites e não por dias [...] A noite negra aparece assim como a própria substância do tempo (DURAND, 2002, p. 92).

Por conseguinte, observa-se que o simbolismo referente às águas tristes, ainda atribuídos à obscuridade, também está presente diante dos símbolos nictomórficos, que de acordo com Pitta (2004) possui dois aspectos distintos: águas fluídas que brotam dos rios e representam o tempo que passa para nunca mais voltar; e a água estagnada, obscura, convite ao suicídio, e em cujo fundo se escondem entidades maléficas. Nessa perspectiva, Durand (2002, p. 96) afirma que “a primeira qualidade da água sombria é o seu caráter heraclítico [...] A água que escorre é o amargo convite à viagem sem retorno: nunca nos banhamos duas vezes no mesmo rio e os cursos de água não voltam à nascente. A água que corre é figura do irrevogável”.

Assim, os símbolos nictomórficos, constelam em trazer luz ao que está oculto. Dessa forma, o simbolismo da mulher fatal também é ressaltado por Durand (2002, p. 101) como uma representação que “constitui a irremediável feminilidade da água em que a liquidez é o próprio elemento dos fluxos menstruais. Pode-se dizer que o arquétipo do elemento aquático e nefasto é o sangue menstrual”. O que traz por sua vez a imagem da mãe terrível, devoradora, “vamp”, ligada à imagem da feminidade animalizada: mulher aranha, aranha, teia, liame que sufoca e enforca, complementa Pitta (2004).

A terceira grande epifania imaginária da angústia humana, diante da temporalidade, parece-nos residir nas imagens dinâmicas da queda, denominada por Durand (2002) de símbolos catamórficos, que se caracterizam por meio da queda, da vertigem, da gravidade e do esmagamento. Nessa lógica, observa-se uma constelação de imagens pertencentes ao terror do tempo, da dor, do declínio moral e psicológico. Por assim dizer, são símbolos que remetem à carne, à cavidade, ao abismo e ao intestino, todos associados com a sinestesia. De acordo com

Durand (2002, p 121), “a carne, esse animal que vive em nós, conduz sempre à mediação do tempo”.

[...] o recém-nascido é de imediato sensibilizado para a queda: a mudança rápida de posição no sentido da queda ou no sentido do endireitar-se desencadeia uma série reflexa dominante, quer dizer, inibidora dos reflexos secundários. O movimento demasiado brusco que a parteira imprime ao recém-nascido, as manipulações e as mudanças de nível brutais que se seguem ao nascimento seriam, ao mesmo tempo, a primeira experiência da queda e “a primeira experiência do medo”. Haveria não só uma imaginação da queda, mas também uma experiência temporal, existencial [...] (DURAND, 2002, p. 112).

Sobre a experiência da queda, o autor destaca que logo após desponta o simbolismo ascensional do herói. O herói que desafia a morte, desafia as trevas, faz algo além de sua condição normal. A ascensão é imaginada contra a queda e a luz contra as trevas (PITTA, 2004). Bem por isso, “o mal, pela queda e suas variantes morais, torna-se sempre, por algum lado, um auxiliar do bem, fazendo infletir o dualismo estrito, o Regime Diurno, para uma teoria dos contrários de tipo hegeliano, em que a morte desempenha um papel positivo” (DURAND, 2002, p. 117). Logo, os símbolos do cetro e do gládio marcam a verticalização da soberania.

A luz apareceu-nos, com efeito, na sua forma simbólica do dourado e do flamejante, como simples atributo natural do cetro e do gládio [...] todos esses símbolos constelam em torno da noção de Poderio, e que a verticalidade do cetro e a agressividade eficiente do gládio são os símbolos culturais desta dupla operação pela qual a psique mais primitiva anexa o poderio, a virilidade do Destino, separa dele a feminilidade traidora, reeditando por sua própria conta a castração de Cronos, castra por sua vez o Destino, apropria-se magicamente da força e abandona, vencidos e ridículos, os despojos temporais e mortais (DURAND, 2002, p. 125).

Em suma, para Durand (2002), a estrutura diurna do imaginário está ligada a uma série de imagens dispares à primeira vista, mas cuja constelação permite induzir um regime multiforme que expressa a fuga diante do tempo e a luta com armas de combate contra o destino em busca da vitória sobre a morte. As constelações simbólicas organizadas em torno dos símbolos do cetro e do gládio correspondem ao gesto reflexo postural: “verticalização e esforço de levantar o busto, visão e, por fim, tato manipulatório permitido pela liberação postural da mão humana” (DURAND, 2002, p. 124). O homem ao levantar-se melhora sua visão, discernimento e movimentação. Por sua vez, o gesto da atitude heroica se desdobra, no plano imaginativo, na figura simbólica do herói com sua espada em luta para vencer a ameaça noturna e para domar a morte, pelo que “a imaginação atrai o tempo ao terreno onde poderá vencê-lo

com toda facilidade. E, enquanto projeta a hipérbole assustadora dos monstros da morte, afia em segredo as armas que abaterão o dragão” (DURAND, 2002, p. 123). Eis aí o arquétipo da luz, da ascensão e da separação, caracterizados por alguns símbolos como: a asa, a flecha, o chefe, o rei, as armas e o fogo.

2.3.2 Regime Noturno

Em contrapartida, diante do exposto acima, o regime noturno do imaginário opõe-se ao regime diurno, cujas forças são antagônicas e prevalece sobre a outra, eis que a estrutura noturna é constituída por forças unificadoras e harmonizantes (PITTA, 2005), as quais são equilibradas por duas bases que dividem-se em um agrupamento de símbolos e que possuem visões místicas do mundo, com as suas lógicas da dupla negação ou da denegação; e outra que se caracteriza pelas formas sintéticas presentes nas filosofias da história e as lógicas dialéticas, com a figura semântica da hipotipose, que traduz em sintaxe o poder fantástico da memória (DURAND, 2002). No regime noturno, há uma inversão do aspecto negativo do regime diurno, que aparece valorizado através da antífrase; assim, ao invés da ascensão, há a penetração de um centro.

No regime noturno, a imaginação desenvolve uma atitude de capturar e compreender as forças naturais e vitais do devir, que transformam os aspectos do tempo em virtudes benéficas (PITTA, 2005). Diferentemente do regime diurno, que utiliza a antítese para equilibrar as faces do tempo, a estrutura noturna destaca a inversão, uma linguagem do eufemismo, que leva a figuras com significado ambíguo. Trata-se de desdramatizar o conteúdo angustiante de uma expressão simbólica, invertendo o seu significado: o abismo não é mais o buraco sem fundo onde se perde a vida, mas o receptáculo, aquilo que contém, a taça (PITTA, 2005).

Nesse quadro, percebe-se que no universo místico a ação primordial é confundir e harmonizar os semblantes do tempo e da morte, sugerida pela dominante de descida digestiva, trazendo imagens de intimidade, calor, alimento, substância, etc. Daí por que, “o antídoto do

tempo já não será procurado no sobre-humano da transcendência e da pureza das essências, mas na segura e quente intimidade da substância ou nas constantes rítmicas que escondem fenômenos e acidentes” (DURAND, 2002, p. 194) e, como tal, por meio dos esquemas matriciais, as estruturas místicas do imaginário noturno conjugam-se no redobramento e eufemização, viscosidade, realismo sensorial e miniaturização.

Segundo Pitta (2005, p. 8), “não se trata mais de polêmica, mas de quietude e gozo. Para atingir tal objetivo, o procedimento vai ser o da eufemização (modo de minimizar uma expressão muito “crua”, chocante) e a inversão dos significados simbólicos”, pelo que conclui:

Encaixamento e redobramento: É uma maneira de assimilar, “engolir”, o outro para se apropriar da sua essência [...] é também o caso das bonecas russas em que a maior contém as menores; e das cantilenas universais de “encaixe” como por exemplo “a velha a fiar” [...] Hino à noite: Ao contrário da “noite diurna” onde predomina o simbolismo da angústia, noite onde se escondem todos os perigos, a noite do regime noturno (ao contrário das trevas) vai ser a noite de paz. Neste caso a noite é o avesso do dia, local de grande repouso. A noite se torna divina. Ela é local de reunião, de comunhão [...] Mater e matéria: As grandes Mães usam, nas diversas culturas, grandes cabeleiras, e a análise dois cultos que lhes são dedicados mostra a sua relação com a matéria prima [...] (PITTA, 2005, p. 8).

Nesta lógica, observa-se que os reflexos, os arquétipos e os símbolos presentes neste universo se interligam pelos aspectos de afeto, gozo, quietude, encaixe e engolimento. Como por exemplo, “as narrativas do mar que contam a história de peixes engolidores ou quando aqueles que evocam a Terra Mãe mostram a redundância de imagens de cavernas, que se encontram na origem de nossas casas, berços e túmulos” (TONIN; AZUBEL, 2016, p. 13); ou ainda, a viscosidade, que se expressa por meio da comunhão e do estar-junto; o realismo sensorial, que se manifesta na vivacidade e no colorido da imagem e a miniaturização, que evidência o gosto pelos pequenos detalhes e pela minúcia.

A estrutura mística busca em suas bases harmonizar a angústia da morte, trazendo o gosto pela união e pela secreta intimidade, sob símbolos de conversão e eufemismo. Desse modo, impõe a necessidade da mistura – daí vem a palavra “místico” –, da união tão íntima que é o mesmo que uma assimilação total de uma parte à outra (PITTA, 2005). Ou seja, é no arquétipo materno, da Grande mãe, que encontramos o aconchego do colo, do lar, do abraço e do ventre. As grandes deusas que, nessa constelação, substituem o Grande Soberano masculino do regime diurno e que simultaneamente são benéficas, protetoras do lar, dadas à maternidade,

mas quando necessário, transcendem a feminilidade temível, e são ao mesmo tempo deusas terríveis e belicosas (DURAND, 2002).

Ainda, outros símbolos que ganham destaque dentro da estrutura mística são as representações de túmulo e taça. O primeiro, sob eufemização da estrutura mística, transforma o túmulo em local de repouso, retorno ao berço e descanso desejado diante de uma vida agitada, pois “a morte não é mais destruição definitiva do ser, mas um retorno ao berço, local de calma e felicidade. A morte se torna um retorno ao lar” (PITTA, 2005, p. 8). Por sua vez, a taça também é um símbolo recorrente dentro do esquema de intimidade, e é vista como recipiente que contém, e possui o isomorfismo de moradia, casa, caverna, espaço interior sagrado. De acordo com Durand (2002), a taça representa o oco, que do grego significa cavidade e colo.

A concavidade, como a psicanálise fundamental admite, é, antes de mais, o órgão feminino". Toda cavidade é sexualmente determinada e mesmo a concavidade da orelha não escapa a esta regra da representação". O psicanalista tem portanto perfeitamente razão em mostrar que há um trajeto contínuo do colo à taça. Um dos primeiros marcos desse trajeto semântico é constituído pelo conjunto caverna-casa, hábitat e continente, abrigo e sótão, estreitamente ligado ao sepulcro materno, quer o sepulcro se reduza a uma caverna [...] (DURAND, 2002, p. 241).

Ademais, no regime noturno, diferentemente do gesto de queda da estrutura diurna, a descida remete à aceitação da consciência da morte e do semblante do tempo, que se tranquiliza com os símbolos de aconchego e repouso, buscando penetrar no coração da intimidade protetora. Em tal conjectura, Durand (2002, p. 201) ressalta que, “o que distingue afetivamente a descida da fulgurância da queda, como de resto do levantar vôo, é a sua lentidão. A duração é reintegrada, domesticada pelo simbolismo de descida graças a uma espécie de assimilação, por dentro, do devir”. Por isso, a valorização da descida está ligada ao gesto digestivo e de deglutição, pois se a ascensão é apelo à exterioridade, o eixo da descida, por seu turno, é um eixo íntimo, frágil e macio. O regresso imaginário é sempre um “ingresso” mais ou menos cenestésico e visceral (DURAND, 2002), complementa o autor.

A imaginação da descida verifica a intuição freudiana que faz do tubo digestivo o eixo descendente da úmido antes da sua fixação sexual. Pode-se mesmo dizer que os arquétipos da descida vão seguir com muita fidelidade o trajeto genético da libido tal como é descrito pela análise Freudiana, e será sempre fácil para um psicanalista ver na aparição desta imagética digestiva, bucal ou anal um sintoma de regressão ao estágio narcísico. O “complexo de Novalis”, que assimila a uma copulação a descida do mineiro na terra, liga-se ao “complexo Jonas”. Um e outro têm como símbolo o

ventre, quer seja digestivo ou sexual, e pela meditação deles inaugura-se toda uma fenomenologia eufornizante das cavidades (DURAND, 2002, p. 203).

Em consequente, a segunda constelação de imagem, dentro do regime noturno, é denominada por Durand (2002) de estrutura sintética do imaginário e se caracteriza por meio dos símbolos isomorfismo cíclico que objetivam, em essência, a dominação do próprio tempo e a busca por conhecimento interno. Deste modo, “a morte não é mais fim, mas recomeço, renascimento” (PITTA, 2005, p. 35). Seu princípio essencial de justificação é a causalidade, ou seja, “a representação diacrônica que liga as contradições pelo fator tempo” (DURAND, 2002, p. 243). Assim, destacam-se os ritos utilizados para assegurar os ciclos da vida, harmonizando os contrários, através de um caminhar histórico e progressista, destacando os símbolos circulares.

Nessa estrutura o tempo é assimilado, levando a uma dramatização e ao consentimento da condição atemporal, de tal maneira que as imagens dramáticas representam o simbolismo do ciclo do retorno e das divisões circulares do tempo, como por exemplo, os calendários, o tear, o ciclo lunar, os símbolos messiânicos e os mitos. Dessa maneira, Durand (2002) destaca que, o homem vive em ciclos de repetições, desde o ciclo lunar que organiza, em função de suas fases, o tempo em diversas culturas. Ressaltando assim, o “Mito do eterno retorno”, ao afirmar que “o homem não faz mais do que repetir o ato da criação. O seu calendário religioso comemora no espaço de um ano todas as fases cosmogônicas” (DURAND, 2002, p. 283).

O que é interessante para o nosso propósito, neste ritual do calendário, não é o seu conteúdo, ou seja, o comprimento maior ou menor das horas, dos meses, das semanas, mas a faculdade de determinação e de recomeço dos períodos temporais. “Uma regeneração periódica do tempo” [...] pressupõe, sob uma forma mais ou menos explícita, uma criação nova, uma repetição do ato cosmogênico, ou seja, a abolição do destino enquanto fatalidade cega (DURAND, 2002, p. 284).

Ainda presente nos símbolos cíclicos, Durand (2002) destaca a espiral, vinculada ao movimento contínuo e a simbologia da serpente, que traz em seu sentido a ideia metamorfose temporal pela mudança de pele e a representação do ciclo pelo ouroboros, a serpente mordendo a própria calda. Desta forma, a serpente, representa a faculdade de regenerescência do animal metamórfico, “esta faculdade tão notável de “arranjar uma pele nova”, ao esquema do ouroboros, da serpente enrolada comendo-se indefinidamente a si própria: A que morde a cauda

não é um simples anel de carne, é dialética material da vida e da morte”, afirma Durand (2002, p. 316).

Além disso, o regime noturno apresenta a sensibilidade dramática e sintética que é responsável pelo ritmo, pelo devir e pelo tempo domesticado, uma vez que é através da repetição da criação arquetípica que o homem abole o tempo profano e atinge o tempo sagrado da criação, de onde se extrai que a estrutura sintética, para Durand (2002), é a origem de todos os mitos otimistas e progressistas do Ocidente, o tutor do pensamento ocidental, exaltando um perfil unidimensional e linear da história que valoriza o fato positivo.

Vê-se a partir disso outra dominante reflexológica presente no regime noturno: a copulativa-rítmica, que tem por *schèmes* a repetição. O gesto rítmico se torna complexo, pois apresenta uma lógica de oposição em que predomina a harmonização das contradições, caso em que a síntese não é unificação, mas visa à coerência, mantendo as distinções e as oposições, tendo em vista que, de acordo com Durand (2002, p. 347), “já não se tratará da procura de um certo repouso na própria adaptabilidade, mas de uma energia móvel na qual adaptação e assimilação estão em harmonioso concerto”.

Essa estrutura orienta-se, ainda, como síntese para o futuro. Aqui está presente o arquétipo da roda, relativo ao progresso, símbolo que representa a engrenagem vinculada ao “mito do progresso” e ao imaginário tecnológico, que segundo Durand (2002), diante da história, pode assumir diferentes estilos, de revolucionário, que põem um ponto final ideal à história, ao progressista que busca a vontade de acelerar a história e o tempo a fim de os perfazer e dominar. Assim, o futuro é presentificado, o porvir é contagiado pela imaginação e o tempo é dominado (TONIN; AZUBEL, 2016).

Nessa lógica, observa-se que diante da estrutura sintética encontram-se os símbolos que pululam entre o regime diurno e noturno da imagem. Desse modo, Strôngoli (*apud* PITTA, 2005), define, dentro desses conceitos, uma outra estrutura, chamada por ela de regime crepuscular. Ou seja, a construção de um caminho simbólico histórico e progressista, no qual, se constroem formulações filosóficas a partir da dialética entre o regime diurno e o noturno, definindo-se pela positividade do tempo, relacionando o movimento cíclico do destino e a progressão.

Por fim, diante do exposto, compreende-se que o regime diurno e o regime noturno regem as estruturas do imaginário de um indivíduo e de uma sociedade. Assim, entende-se que

não se excluem totalmente as sobrevivências de um regime no outro, há uma coexistência dinâmica entre um e outro, evidenciando uma combinação e continuidade. Dessa forma, o imaginário consiste no modo como os sujeitos e povos associam suas fantasias, desejos, mitos, imagens e simbolismos, aos arquétipos coletivos, através dos quais justificam e agregam sentidos à sua existência e representações, consolidando e incorporando os diversos campos da existência humana, sejam eles culturais, científicos e sociais.

3 A TRANSIÇÃO DA MODA NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA

A reflexão sobre a moda na sociedade contemporânea se faz necessária, pois há, pelo menos, duas décadas vem sofrendo transformações e cruzando novos conceitos. A moda, enquanto fenômeno social, tem indelével importância como um dos principais campos de estudo para a compreensão da sociedade, sobretudo por ser um meio eficaz na alocação de grande parte dos discursos da contemporaneidade. Nessa perspectiva, Calanca aduz:

Com o termo “moda” entende-se especificamente, o fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornado quase obrigatório. Em relação à moda, o termo “costume”, na acepção de hábito constante e permanente que determina o comportamento, a conduta, o modo de ser de uma comunidade, de um grupo social, remete ao conceito de sistema, de estrutura, ou seja, um conjunto de vários elementos relacionados entre si. Considerados isoladamente, tais elementos estão privados de valor; no entanto, assumem um significado no momento em que são ligados por um conjunto de normas, de regras coletivas (CALANCA, 2008, p. 11-12).

Segundo Maffesoli (2010b, p. 61), a moda pode ser entendida como uma tendência afetual cuja aura a todos alcança, podendo ser expressa de maneira pontual ou efêmera. Por isso, como objeto de estudo, é constantemente interpretada como volátil, contudo, possui, simultaneamente, uma capacidade irrefutável de refletir e entender as sensibilidades sociais e suas mudanças.

Tal perspectiva também é corroborada por Lipovetsky (2009, p. 23), notadamente ao declarar que moda é um dispositivo social, uma vez que o comportamento por ela orientado é fenômeno humano, o qual reflete, inclusive, na interação da humanidade com o mundo, movida, dentre outros valores, pela reivindicação da individualidade e pela legitimidade da singularidade. Isto posto, entende-se que a moda está na vida da sociedade, até mesmo dos que dizem não se importar com o que vestem, pois o conceito de moda não é apenas o vestir, e sim um conjunto de informações, costumes e comportamentos da sociedade. Ou melhor dizer, inclui, além de roupas, a música, a literatura, a arquitetura, os hábitos, porquanto consiste na troca de pele que a sociedade faz em cada época que acaba sendo sinalizado como tendência.

Ainda, de acordo com Simmel (2008), a moda expressa, de forma mais visível e concreta, a realidade essencialmente dialética e dinâmica da sociedade, feita de interconexões

e liames, mas também de inevitáveis conflitos entre os indivíduos, entre as múltiplas e diferentes formações sociais, entre os grupos ou as classes. A moda torna-se um mundo de sonhos, e cada indivíduo busca seu ideal através de suas identificações para formar sua identidade. É um processo que ocorre de forma constante através de laços emocionais no decorrer da vida de cada indivíduo inserido no fenômeno social. Neste sentido, para o autor a moda imita a vida:

Ela é imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar. [...] Por isso, a moda nada mais é do que uma forma particular entre muitas formas de vida (SIMMEL, 2008, p. 41).

Partindo dessas premissas, pretende-se entender as mudanças, transformações e representações simbólicas que permeiam a moda contemporânea, tendo em vista que quanto mais acelerada é uma época, mais intensamente acontece sua mutação, pois o que sustenta a moda é a exaustão de suas próprias forças por meio da saturação e do desgaste de suas tendências, ou seja, é consagrada em sua morte.

Por assim dizer, Lipovetsky (2009, p. 265) sustenta que o cerne da moda é o presente, divergindo da ideologia, que sinaliza o futuro, ou da tradição, que aponta para o passado. Daí por que o eixo central da moda está no atual e, por isso, muda. Complementando, Maffesoli (1996, p. 316) tece reflexão no sentido de que a moda evidencia a constituição plural da pessoa consigo, com os outros e com o mundo, razão pela qual estimula a transformação e o anseio pela mudança, pelo novo ou pelo diferente.

Assim, para Cidreira (2014, p. 24), “o vestuário é definido como uma das formas palpáveis e visíveis da proporção simbólica na formação da moda, desenvolvendo aspectos múltiplos do indivíduo que o veste”, podendo originar inúmeras interpretações a respeito do sujeito e sua personalidade, sentimentos, hábitos e sua relação com a sociedade. Ou seja, tal perspectiva aponta que a moda gera liberdade e diferenciação dos indivíduos através do gosto pessoal. Com isso a aparência e o corpo são uma parte importante em relação à sociedade atual, através do ideal de cada um, da forma como o indivíduo se enxerga no espelho e como os outros o veem, expressa a moda como uma relação de si com os outros, a ligação do indivíduo real

com o que ele gostaria de ser como ideal, o que ele pensa que deve ser e como os outros o projeta.

Para tanto, Maffesoli (1996, p. 313) ressalta que há no interior de cada pessoa, um discurso com várias vozes, pelo que “somos plurais, pois estamos sempre em outro lugar além de onde nos esperam, somos sempre outra coisa além do que nos creem ser”, de maneira que a moda serve como uma máscara que sutilmente cria estilos e comportamentos específicos, quebrando a barreira individual e enaltecendo o coletivo.

A moda é uma violência a individualidade [...] Dê fato a moda só poder ser de um grupo. E, ironia ou astúcia antropológica, a necessidade de se singularizar inverte-se em desejo de fusão num conjunto mais vasto. Trata-se, certamente, de algo que mostra a realidade da identidade (MAFFESOLI, 1996, p. 316).

Historicamente, o conceito de moda teve início no final da Idade Média no século XV e início da Renascença quando os burgueses começaram a imitaras roupas dos nobres, gerando assim um ciclo, em que os burgueses imitavam e os nobres inventavam algo novo para diferenciar-se (SANT’ANNA, 2012). Porém, só no século XX, com o pós-guerra e a construção da indústria capitalista, surge a moda pós-moderna focada no princípio de ostentação, riqueza e a formação de grupos consumidores onde os indivíduos passaram a identificar-se com determinados perfil, assim como afirma Sant’Anna (2012, p. 131) “a indústria da moda captura, modela e coloca no mercado essas identidades estilizadas”. Assim, a aparência se constrói, como uma auto representação de cada indivíduo.

Nesta lógica, entende-se que a moda perpassou décadas e séculos, sofrendo grandes transformações à conta de mudanças sociais. Após a segunda metade do século XX, a produção em massa dos produtos de moda e o *Prêt-à-porter* (pronto-para-usar) geraram um aumento de produtos no mercado, tornando a moda mais acessível, popular e intensificando seu consumo, resultando em um segmento que tomou forma a partir do ano de 2005, o *Fast Fashion* (moda rápida), apresentando novas marcas e propostas de moda. Extraí-se do pensamento de Riello:

Cadeias de grande distribuição, como a espanhola Zara, [...] e a sueca H&M, adotaram um novo modelo de produção e distribuição em que conceitos e formas que outrora eram exclusivos de produtos de alta classe são hoje propostos a um público de massa. O que é novo é que a moda rápida imita o luxo e a couture, seguindo a ideia das passarelas e realizando-as em versões a baixo custo num período de poucas semanas (RIELLO, 2012, p. 12).

Além disso, segundo De Carli (2002, p. 21), “as sociedades mudam de nome a partir do momento em que os homens mudam suas maneiras de viver e fazer no tempo”. Nesse cenário, o *Fast Fashion* abriu portas para a conquista do comércio globalizado; no entanto, trouxe consigo alguns excessos, como explica Kauling:

[...] o excesso de produtos produzidos por esse modelo, essa substituição veloz, o excesso de mercadoria descartada, as denúncias de empresas que contratam mão-de-obra ilegal em condições de trabalho análogo – de escravidão moderna, e a compra descartável trazem um lado obscuro que ofusca seu brilho. Perante essa perspectiva, a mercadoria encontra-se desvalorizada por meio de uma compra efêmera que logo será descartada, em prol da novidade da próxima estação, ou nem isso, da próxima semana (KAULING 2017, p. 66).

Por conta de tal cenário, em oposição ao *Fast Fashion*, surge recentemente o movimento *Slow Fashion* (moda desacelerada), com intuito de impedir os aspectos negativos da moda rápida. Segundo Kauling (2017, p. 69), a ideia “[...] é tornar o produto de moda novamente durável e sustentável, com materiais orgânicos, peças reaproveitadas e reconstruídas, não escalonadas, com preocupação ética e social”.

Do mesmo modo, André Carvalhal, em sua obra “Moda com Propósito”, tece um manifesto pela grande virada e despertar de consciência no mundo da moda. O autor questiona e reflete sobre as contradições no processo produtivo, no marketing e no propósito das marcas de moda, voltando seu olhar para a necessidade de mostrar valores como sustentabilidade, comércio justo e consciência cultural e social. Veja-se:

O sistema de moda vai precisar mudar por um simples fato: ele está se destruindo. E desta vez não estou falando do meio ambiente, mas quanto a moda tem matado o desejo pela moda, acelerando demais, banalizando suas coleções e seus produtos, com campanhas e ações sem relevância a todo o momento. O volume e a rapidez talvez sejam as piores drogas para o sistema da moda, que parece estar descontrolado, viciado, incapaz de responder às suas próprias vontades (CARVALHAL, 2016, p. 54)

Sendo assim, Kauling (2017, p. 74) sustenta que “[...] quando a sociedade clama por novos paradigmas, demonstra-se o desejo de mudança e esse simples fato indica a existência de possíveis fraturas”, de onde se vê que a moda é feita de paradoxos e transformações, que podem gerar novos momentos na história da sociedade. Como diz Baldini (2006, p. 89), “a moda consegue principalmente traduzir o desejo de novidades na prática social”.

3.1 *FAST FASHION*: A SATURAÇÃO DO SISTEMA DE MODA

Diante do cenário atual, observa-se que a sociedade vive a era da velocidade que atinge todas as esferas da vida, desde as trivialidades do cotidiano até as grandes mudanças tecnológicas e produtivas. Neste sentido, a moda, como essência dialética e dinâmica da sociedade, segue e aponta para transformações antropológicas de caráter mutáveis do homem, da cultura, dos sistemas de desenvolvimentos e de progresso.

Sob esta perspectiva, entende-se que ao analisar a evolução da moda podemos observar que suas mutações repercutem as mudanças socioeconômicas, culturais e políticas. Assim, segundo Mackenzie (2011), a moda atinge setores diversos da economia e é responsável pelo desenvolvimento de identidades, gêneros e classes, expondo um complexo sistema. Ou seja, no decorrer dos séculos, a moda passou de um pleno símbolo de *status* para uma grande dirigente de impacto econômico e ambiental. Assim, após transitar pela alta costura e pelo *prêt-à-porter* no século XX, o negócio de moda evoluiu rapidamente para a produção em larga escala, ou em massa, modelo que caracteriza o mercado vigente.

Visto assim, a revolução industrial foi fundamental para chegarmos ao sistema de moda que temos hoje, já que, a partir desse momento, ocorreu gradualmente o impulso a um acesso cada vez maior as matérias-primas e a produção de novas tecnologias em uma escala sem precedentes. Sobre o ponto, Mackenzie (2011) afirma que:

A Revolução Industrial estabeleceu meios rudimentares pelos quais os modismos poderiam ser produzidos, distribuídos e vendidos no varejo para consumo de massa. Desde 1890, a classe média e as mulheres que trabalhavam fora de casa dispunham da possibilidade de comprar roupa pronta. A produção de vestuário, contudo, só viria a atingir a larga escala depois da Primeira Guerra Mundial (MACKENZIE, 2011, p. 72).

Para Carvalho (2017), a partir desse momento a sociedade ficou concentrada nas empresas, visando à fabricação de produtos e à desenfreada obtenção de lucro, de sorte que a revolução industrial abriu portas para a competição entre as marcas e fez com que surgisse a ideia de vantagem e experiência competitiva, onde desencadeou o *marketing* e o ciclo do varejo.

Ademais, nos anos de 1990 o contexto socioeconômico e cultural propiciou o surgimento do *Fast Fashion*, termo em inglês traduzido como “moda rápida”. Conforme o sociólogo Erner (2005), o *Fast Fashion* pode ser considerado como circuito curto ou *Quick Response System*, modelo de produção fordista, o qual se aplica à rede de abastecimento, em que a ideia principal é captar as vantagens da logística baseada no tempo, pelo que se faz necessário desenvolver sistemas de resposta rápida e eficaz ao mercado.

Daí por que, esse modelo procura minimizar a dubiedade de demanda e ao mesmo tempo incrementar as vendas, fabricando produtos de ciclo de vida curto, no momento mais próximo possível de sua venda. Assim, as coleções de moda que se baseavam na sazonalidade das quatro coleções, passaram a distribuir ao longo do ano inúmeros lançamentos.

Para além, entende-se que o fenômeno da moda também está associado às mudanças sociais, que criam um mercado orientado para o consumidor. O mercado se torna, assim, uma entidade não controlável, de modo a afetar, irremediavelmente, o comportamento do homem, implicando a exaltação do consumo. Conforme afirma Lipovetsky (2007), “a moda é filha dileta do capitalismo”, uma forte aliada da sociedade de consumo, associada a uma cultura do lazer que reveste o consumo como conforto, bem-estar e prazer individual.

Institucionalizando o efêmero, diversificando o leque dos objetos e dos serviços, o terminal da moda multiplicou as ocasiões da escolha individual, obrigou o indivíduo a informar-se, a acolher as novidades, a afirmar preferências subjetivas: o indivíduo tornou-se um centro decisório permanente, um sujeito aberto e móvel através do caleidoscópio da mercadoria. (LIPOVETSKY, 2007, p. 175).

Por conta de tal cenário, para alcançar um mercado globalizado as empresas de moda começaram a buscar estratégias de competitividade, o que levou muitas marcas a adotarem o sistema *Fast Fashion* de produção como uma tática para manter a quota de mercado em relação aos concorrentes. Segundo Munhoz (2012), esse artifício conquistou pessoas e empresas importantes do ramo, trazendo consigo uma nova visão de mercado, apoiando-se na ideia de que o imediatismo do consumidor era possível em termos de produção. Além disso, houve também a percepção de que maiores quantidades de produtos não significam mais estoque e prejuízo, mas sim mais possibilidades de efetivação de venda.

O mercado abriu porta para o consumo hedonista, centrado no estilo pessoal, popularizando e firmando a moda como acessível para a grande massa, numa perspectiva pretensamente democrática. Como consequência, o consumo efêmero também se expande,

atingindo uma maior parte dos indivíduos que buscam por novidades constantes, fortalecendo as grandes marcas *Fast Fashion*. Dessa forma, para Lipovetsky (2007), as marcas construíram viés simbólico com os consumidores por meio de um efeito ilusório de felicidade e satisfação através da compra, a partir do que se vê que as corporações começaram a agir em cima dos costumes, das tendências de comportamento e no desenvolvimento de estratégias para tornar os compradores cada vez mais dependentes desse tipo de consumo.

Diversos métodos são utilizados pelas empresas para influenciar o consumidor a aderir ao novo comportamento - desde a troca veloz das vitrines e da decoração dos pontos de venda, aos altos investimentos em *marketing* -, complementa Carvalhal (2017). Além disso, minicoleções são comercializadas em uma mesma estação e novidades são colocadas à venda semanalmente. A quantidade de produtos do mesmo modelo é reduzida, mas a variedade é aumentada, desvalorizando a qualidade das peças, com o propósito de maximizar as vendas. Dessa forma, a mesma pessoa pode comprar mais produtos em um menor espaço de tempo, diminuindo a chance de que este chegue a entrar em liquidação, o que aumenta a margem de lucro sobre o total das vendas.

Quanto menos os estilos de vida são comandados pela ordem social e pelos sentimentos de classe, mais se impõem o poder de mercado e a lógica das marcas. Quando a moda é balcanizada e descentrada, aumenta a necessidade de indicadores e de referências “reconhecidos” pelas mídias ou assegurados pelos preços; quando as normas do “bom gosto” se confundem, a marca permite tranquilizar o comprador [...]. É sobre o fundo de desorientação e de ansiedade crescente do hiperconsumidor que se destaca o sucesso das marcas (LIPOVETSKY, 2007, p. 50).

Em contrapartida, em meio a tanto excessos, a moda rápida trouxe consigo alguns problemas para o sistema produtivo e para o consumidor. Tais reflexos causaram uma saturação, transformando a estratégia de mercado em um modelo cada vez mais veloz e nocivo, evidenciando o seu lado obscuro. Kauling (2017, p. 66), a propósito, anota que “a mercadoria descartada, as denúncias de empresas que contratam mão-de-obra ilegal em condições de trabalho análogo à escravidão [...] refletem uma compra frívola que logo será descartada, em prol da novidade da próxima estação”.

É dizer: a aceleração dos tempos produtivos na moda e a disseminação da informação, como causa e consequência dessa rapidez, levou o consumidor ao sentimento de constante sucessão de presentes, onde a principal engrenagem do crescimento econômico é a promoção sistemática de prazeres efêmeros.

Além disso, com as operações das cadeias globais de produção surge junto ao *Fast Fashion* uma problemática relativa às relações de trabalho. Essa questão se revela gravemente na indústria do vestuário, na qual as empresas costumam transferir a produção para países menos desenvolvidos, com grande oferta de mão de obra barata. Isso tem relação, principalmente, com as condições laborais proporcionadas aos trabalhadores, os quais geralmente, são imigrantes ilegais ou oriundos de partes pobres do globo, e que constantemente veem violados seus direitos trabalhistas e sociais mais elementares, dentre os quais se destacam o direito à condição de trabalho digna, alimentação, moradia e saúde, negando-lhes até mesmo a liberdade (ROUSSEND, 2017).

No modelo *Fast Fashion*, percebe-se que a maioria das grandes empresas, que aderem a esse sistema, já tiveram problemas com a desvalorização da mão de obra. A título exemplificativo, cita-se a Zara, marca espanhola de grande sucesso no mundo, que já esteve no centro de grandes polêmicas pela precarização de trabalho; a Benetton, na metade dos anos 1990, teve problemas parecido com fornecedores turcos. No Brasil, a M.Officer, C&A, Marisa, Pernambucanas e Le Lis Blanc, para citar apenas alguns casos, também atraíram atenção da mídia brasileira e do Ministério Público do Trabalho (MPT) por conta da mesma situação (CIETTA, 2017). Ou seja, devido à própria essência do capitalismo, o crescimento econômico sempre acarreta um desequilíbrio e o próprio momento de aceleração é resultado disso.

Por meio da lógica crescente do consumo e da produção acelerada, o *Fast Fashion* enquadra-se no modelo de economia linear, no qual os produtos manufaturados a partir de matérias-primas da natureza são vendidos, utilizados e, depois, descartados como lixo, aumentando a acumulação de resíduos e a saturação dos recursos naturais. As perdas vão além: o algodão é modificado, a mão de obra tem sua saúde e qualidade de vida afetada, o solo, o ar e todo o meio ambiente são agredidos pelo excessivo uso da terra, pelo excesso de fertilizantes químicos e pesticidas, pelos detritos de lavanderias, e também pelos descartes têxteis. Lima (2010, p. 168) alerta que a utilização descontrolada dos recursos naturais ocasionou grandes impactos no meio ambiente, como por exemplo, “a devastação de florestas, chuvas ácidas, desertificação, aquecimento global, atmosfera poluída pela emissão de partículas tóxicas, diminuição das calotas polares”.

Por isso, ao analisar toda a estrutura industrial envolvida no sistema *Fast Fashion*, observa-se a matéria-prima extraída em proporções inconscientes, o beneficiamento têxtil com

grande geração de efluentes tóxicos, o descarte de resíduo, em virtude da distribuição acelerada e contínua com mais geração de poluentes e a cadeia produtiva com trabalhadores em regime exploratório e insalubre. À vista disso, observa-se que o quadro socioambiental que caracteriza as sociedades contemporâneas revela que os impactos dos homens sobre o meio ambiente estão se tornando cada vez mais complexos.

Afora isso, segundo Maffesoli (2010b), a industrialização massificada e a ideia de consumo causaram uma saturação na sociedade moderna, que aos poucos foi trocando sua pele até chegar no contexto de pós-modernidade que vivemos atualmente. Tal sociedade passou por um estágio de desestruturação e subsequente reestruturação de si a partir de seus próprios componentes desconstruídos, proporcionando uma metamorfose social. Ou seja, as velhas ideias coexistem com as novas ideias, destacando um momento paradoxal.

Nesta lógica, entende-se que o *Fast Fashion* traz consigo valores de um sistema progressista e industrial que se funde em um paradoxo sociocultural ao adentrar a pós-modernidade; entretanto, é possível perceber que “todas as questões sociais têm seus pontos positivos, negativos e um porquê de ser. A sociedade tornou-se veloz, e a moda, com seu dinamismo incontestável, responde prontamente aos anseios sociais, materializando-os” (COUTINHO; KAULING, 2018, p. 5).

Com efeito, nota-se que a saturação e as relações paradoxais de causalidade entre a modernidade e a pós-modernidade trouxeram mudanças que atingiram as esferas culturais, políticas e sociais. O ideal unitário moderno encerra o ciclo e “pouco a pouco, a heterogeneidade ganha espaço. Em vez de uma razão soberana, o sentimento de fazer parte se afirma. [...] O instinto domesticado tende a voltar a ser selvagem. Em suma, sob múltiplas formas, o primitivo nos manda lembranças” (MAFFESOLI, 2010b, p. 32); eis aí, portanto, o escoamento de algumas características entre as eras modernas e pós-moderna: “do individualismo para o tribalismo, do racionalismo para o sentimentalismo, da objetividade à subjetividade, do poder à potência” (COUTINHO; KAULING, 2018, p. 3).

Por fim, diante dessa realidade, observa-se que o *Fast Fashion* se encontra presente na sociedade pós-moderna como reflexo de um período histórico que aos poucos vem trocando sua pele e sofrendo alterações. Maffesoli (2010b) sinaliza que os conceitos modernistas como razão, individualidade e progresso, estão sendo saturados e dissolvidos no espírito do tempo contemporâneo, uma vez que não são mais suficientes para solucionar as questões e as

mudanças dessa nova era. Como resposta, surgem novos movimentos, como o *Slow Fashion*, que se entrelaçam nas constantes mutações sociais e clamam por uma ressignificação dos processos produtivos na cadeia de moda, tecendo uma nova história e um despertar de consciência, ao questionar e refletir sobre novas práticas de consumo, valorização da cultura local, sustentabilidade e comércio justo.

3.2 SLOW FASHION: TECENDO UMA NOVA HISTÓRIA

Diante dos apontamentos citados acima, observa-se as profundas transformações sociais pelas quais o mundo e o sistema de moda vêm passando nas últimas décadas. Esses fenômenos são abordados por intelectuais de diversas áreas, notadamente da Sociologia e da Filosofia. Geralmente realizadas a partir de macros perspectivas, essas investigações vêm contribuindo para que tenhamos uma visão panorâmica tanto da trama quanto da dinâmica da nova organização social.

Sob essa perspectiva, cada mudança de época corresponde a uma metamorfose semântica. Segundo Maffesoli (2010b, p. 11), uma mudança central está acontecendo, “a matriz social moderna revela-se cada vez mais infecunda. A economia, os movimentos sociais, o imaginário, e até mesmo a política estão sofrendo a ressaca de uma onda gigantesca cuja real amplitude ainda não se consegue avaliar”. É dizer que a sociedade contemporânea vive um momento paradoxal, que aponta uma ruptura de décadas, fazendo com que novos e velhos imaginários coexistam em um mesmo tempo, causando, assim, uma ressignificação de conceitos e contextos sociais.

Bauman (2001) assevera que a modernidade apresenta características sólidas e estriadas, em virtude da visibilidade de seus poderes centrais, hierarquias, regras, barreiras e fronteiras; enquanto que a pós-modernidade é fluida, ou lisa, em virtude de sua descentralização, organização em redes, sua ausência de barreiras ou fronteiras. Assim, em concordância, Maffesoli (2014) afirma que um novo instinto estético ilustra o que já está aí:

uma vigorosa cultura dos sentimentos que se dedica a viver no presente. Dessa forma, “é das raízes culturais e culturais que irrigam, em profundidade, uma maneira de ser e de pensar” (MAFFESOLI, 2014, p. 98), especialmente porque a transição da modernidade para a pós-modernidade consiste no declínio da razão para a emoção:

[...] pode-se observar um evidente declínio da confiança em uma razão soberana. Não foi ela celebrada como “Deusa Razão”, ela que era apenas um parâmetro de nossa humana natureza? E eis que sua dominação se satura. As instituições que ela tinha legitimado se fissuraram. O “contrato social”, de que ela era a forte, não é mais que uma palavra vazia que se celebra de uma maneira lancinante à maneira de uma encantação desencantada. É então que, em compensação, se vê o retorno dos afetos que, até então negligenciados ou marginalizados, invadem um espaço público que lhes era negado. O emocional é a compensação, natural, para um racionalismo abstrato (MAFFESOLI, 2014, p. 98).

Nessa senda, para Lipovetsky (2009, p. 23), a moda é “um processo excepcional, inseparável do nascimento e desenvolvimento do mundo moderno ocidental”. Como prova disso, percebe-se que diferentes modelos de negócios foram se desenvolvendo ao longo da história da moda para atender as necessidades que surgiam com o avanço das sociedades.

O movimento *Slow*, traduzido como “movimento lento”, teve seu surgimento na Itália no ano de 1986, impulsionado pelo setor alimentício que buscava uma nova consciência nos prazeres e experiências com os alimentos que chegavam até a mesa dos consumidores. Em resposta a dominação das redes *Fast Food*, comida rápida, nasce o movimento *Slow Food*, comida lenta, com o intuito de retomar os prazeres locais, a alimentação limpa, respeitando o meio ambiente e defendendo as diferenças culturais territoriais e regionais, intimamente ligadas à herança alimentar.

Por via de consequência, com inspiração nesse movimento, nasce o conceito de *Slow Fashion*, trazendo consigo a representação de uma nova visão para estimular o consumo consciente, o “feito-à-mão”, a cultura local e a ressignificação do *design* e do ciclo de vida dos produtos.

De acordo com Maffesoli (2010b), os saberes não domesticados pela rigidez do conhecimento racionalista civilizatório são como sementes de árvores antigas que brotam em meio às brechas presentes no imaginário social e são parte da insubordinação dos corpos, mentes e espíritos dos que ignoram os limites dos dogmas cientificistas, a fim de formar e alimentar as novas águas da bacia semântica. Destaca o autor a Ecosofia como um modelo

prático e especulativo, ético-político e estético, não sendo uma disciplina, mas sim uma simples e eficaz renovação das concepções que procuram explicitar os motivos da racionalidade humana em relação às ações de deterioração da natureza, postulando soluções possíveis para essa relação e tornando o homem ativo no debate das questões ambientais e nas suas soluções.

Com efeito, vê-se que o *Slow Fashion* se constitui por meio dessas novas águas que escoam para um novo momento na moda, motivos pelos quais tal debate ocupa o ponto central e nevralgico da presente pesquisa, com o escopo de questionar e compreender o imaginário fundador deste movimento.

Até mesmo porque, segundo Kate Fletcher, ativista e pesquisadora inglesa, e Lynda Grose, professora americana, no livro “Moda e sustentabilidade, *design* para a mudança”, explicam que é fundamental a criação de uma consciência ambiental e social que oriente a indústria têxtil no sentido de resgatar a qualidade ao invés da quantidade sem valor, ensinando o consumidor de moda a ver além da extensão de suas escolhas e desafiando os produtos a despertarem empatia e afeto para seus usuários, acima dos desejos frívolos e banais de variedade (Fletcher e Grose, 2011).

O movimento da moda lenta, ou *slow fashion*, é mais do que simplesmente eliminar da moda as partes ruins. ‘Lento’ não é mero descritor de velocidade. Representa uma visão de mundo diferente, que especifica um conjunto distinto de atividades de moda para promover o prazer da variedade, a multiplicidade e a importância cultural da moda dentro de limites biofísicos. A moda lenta requer uma infraestrutura modificada e uma produção reduzida de produtos (FLETCHER, GROUSE, 2011, p. 24).

Além disso, nota-se que esta ideia de frear a moda não se apresenta apenas como uma tendência passageira, mas se propõe a ser um movimento e um novo estilo de vida, em que a busca pela desaceleração e a diminuição dos resíduos gerados ganham evidência. Os *designers*, com isso, possuem papéis importantes nesse processo, na medida em que atuam como educadores, comunicadores, facilitadores e ativistas, apoiando e influenciando essa ressignificação do consumo, especialmente em razão do fato de que “essa nova forma de trabalhar torna os *designers* muito mais envolvidos com a cultura, com a sociedade e suas instituições, e, a longo prazo, pode-se criar oportunidades para que eles liderem mudanças sistêmicas” (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 156).

O *Slow Fashion* transcende a sustentabilidade, pois possui um conceito mais amplo de ressignificação da estrutura do sistema de moda que vai além da utilização de materiais

recicláveis e da preocupação com o meio ambiente. De acordo com Fletcher e Grose (2011), é de extrema importância pensar no comportamento e nas consequências psicológicas e exaustivas que a moda pode causar nos consumidores, tornando-os passivos e inertes frente a seu poder de impor o consumo.

Precisamos admitir que, embora isso contrarie parte do pensamento moderno, muitos problemas ambientais e sociais da indústria da moda não têm solução puramente técnica ou mercadológica: ao contrário, as soluções são morais e éticas, (valores que não são apreendidos pelos negócios e pelo mercado), e para isso precisamos tomar distância do modo convencional de fazer negócio e examinar o que define, dirige e motiva os sistemas maiores (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 75).

Sob essa perspectiva, impõe-se uma mudança de valores sociais e culturais, de caráter moral e ético, como explica Maffesoli (2010b), ao evidenciar a passagem da ideia do progresso chegando ao seu colapso mundial, para a ideia do “progressivo”, em que a difusão de um novo tipo de sensibilidade que vai além de pensar o meio ambiente como externo, buscando, mais do que isso, um novo tipo de enraizamento e de contato com a terra, em que o meio ambiente é visto como uma “casa comum” a todos, diferente do que pensava o homem moderno quando quis separar natureza e cultura para dominar o natural com seus artifícios, até porque “hoje, o resultado devastador está por toda parte. A natureza cobra seu preço. Chegou a hora de sentir a vibração do solo” (MAFFESOLI, 2010b, p. 62).

Outrossim, “a moda lenta requer uma infraestrutura modificada e uma produção reduzida de produtos” (FLETCHER e GROSE, 2011, p. 128), o que significa dizer que a forma linear de produção presente no sistema de moda atual, no qual uma peça é produzida e seu final se dá por meio de descarte e troca rápida, não é compatível com o conceito do movimento *Slow Fashion*. A cadeia de produção da moda lenta se completa por meio da economia circular, cujos processos se assentam na redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais, substituindo o conceito de fim-de-vida da economia linear por novos fluxos circulares em um processo integrado.

Nesse contexto, o *Slow Fashion* promove a produção com menor impacto ambiental, o que não significa, necessariamente, baixar a produtividade, mas melhorá-la, pensando na qualidade do produto, incentivando a reflexão e uma atitude de refreamento, em que o tempo é aliado no desenvolvimento de um produto, fomenta um estado mais elevado de

percepção do processo de *design* e seus impactos sobre fluxos de recursos, trabalhadores, comunidades e ecossistemas.

A moda lenta desafia a obsessão do fast fashion (moda rápida) com a produção em massa e o estilo globalizado e se torna guardião da diversidade. Questiona a ênfase da moda rápida na imagem e no novo em detrimento da confecção e manutenção das peças materiais existentes. Muda as relações de poder entre criadores de moda e consumidores e forja novas relações e confiança, só possíveis em escalas menores. (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 128).

Em complemento, Maffesoli (2010b) afirma que a modernidade criou o tempo útil, produtivo e linear, que se caracteriza pelo mito do progresso; noutro lado, a pós-modernidade se depara com o presente, o constante pulular dos acontecimentos que nos conecta a tudo que é momentâneo, evocando a temporalidade do *Kairós*, uma sucessão de instantes centrados na intensidade do momento. A ambiência que enfatiza o viver aqui e agora é expressa na forma de presenteísmo.

Corroborando com o autor, Lipovetsky (2009) destaca que a moda atual encontra-se na temporalidade do *Kaíros*, em que “a novidade tornou-se fonte de valor mundano, marca de excelência social (...) o presente se impôs como o eixo temporal que rege uma face superficial, mas prestigiosa da vida” (LIPOVETSKY, 2009, p. 36).

Não obstante, para Carvalhal (2017) o *Slow Fashion* baseia-se no comércio justo, unindo valores econômicos e sociais, buscando um capitalismo consciente, cuja base na qual se assenta é integrada por: oportunidade para novos e pequenos produtores, reconhecendo a desvantagem financeira que produtores e fornecedores menores enfrentam; transparência na cadeia produtiva, visando o respeito com os funcionários, parceiros e membros acionais; novas práticas de negociação, em que a preocupação com o comércio justo e com a economia ambiental é fundamental; pagamento de preço justo; valorização da mão-de-obra, assegurando que não haja trabalho infantil, tampouco trabalho forçado; compromisso com a não discriminação, a igualdade de gênero e a livre associação; boas condições de trabalho, cumprindo as leis nacionais, locais e as convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre segurança da saúde; capacitação, aumentando o impacto e desenvolvimento positivo para produtores pequenos e marginalizados; e, no tocante ao meio ambiente, maximização do uso de matérias-primas provenientes de fontes geridas de forma sustentáveis.

Desta forma, segundo o autor, precisa-se urgentemente repensar a forma como lidamos com o planeta e o modelo econômico baseado apenas e tão somente na lucratividade.

[...] entendem que é irresponsável empreender sem lucro. Mas ele deve ser visto como consequência, uma forma de a organização continuar realizando seu propósito. O lucro deve ser completado pela motivação do bem-estar social, ambiental e sutil. [...] o propósito de toda organização é melhorar a vida das pessoas gerando valor para as partes (através dos seus produtos, ações, iniciativas, projetos...). Isso deve ser o mais importante (CARVALHAL, 2019, p. 44).

Por conseguinte, Maffesoli (2010b) anuncia a volta do vigor selvagem por meio da figura de Dionísio, deus grego desta terra e arquétipo da sensibilidade ecológica, de modo que “existe alguma coisa de pagão no sucesso dos produtos “bio”, “orgânicos”, e no recrudescimento dos diversos valores ligados ao terreno, ao território e outras formas espaciais” (MAFFESOLI, 2010b, p. 65). Assim, compreende-se que o movimento *Slow Fashion* como um vitalismo que aponta para o espírito do tempo presente na pós-modernidade.

É a partir de tal perspectiva que se evidencia que o consumo consciente, a reciclagem e a sustentabilidade, caracterizam uma relação humana mais harmoniosa com o meio ambiente. Do mesmo modo, essas práticas e esses movimentos contemporâneos atravessam a vida cotidiana e contribuem para o surgimento de um novo espírito comunitário, plural e complexo. Eis aí um dos aspectos centrais da concepção de ecosofia desenvolvida por Michel Maffesoli (2010b), que destaca a interação, reversibilidade e reconexão com o outro, seja este o outro da natureza (cosmos), da tribo (microcosmo) ou do sagrado (macrocosmo). Logo, a moda como reflexo da sociedade começa aos poucos a refletir sobre seu impacto diante das questões ambientais.

Para mais, a moda não se limita apenas à roupa; pelo contrário, ela desempenha um papel central nas relações entre os seres humanos, seja pelo desejo estético, seja pelo seu caráter formador de identidade e pertencimento. O vestuário é considerado uma produção material, cujas preocupações estão relacionadas às necessidades ergonômicas e funcionais dos seres humanos. A moda é, para além disso, produção simbólica, uma forma de contato entre os indivíduos, o tempo e espaço que se relacionam com as necessidades emocionais, manifestando-se no meio social, afirmam Fetcher e Grose (2011). De tal modo, a moda lenta faz repensar a dialética entre material e imaterial, voltando o pensamento de que as coisas que tem valor não têm preço.

Em suma, as características do *Slow Fashion* são relativamente recentes, porém apontam, de modo preciso, para as efervescências sociais e culturais que se instauram na pós-modernidade por meio das manifestações comunitárias, motivo pelo qual este movimento social pode ser visto como uma atividade coletiva que visa estabelecer uma nova ordem de vida, em que a inquietação e a saturação são consideradas a força motriz para uma quebra de paradigma.

3.2.1 A sustentabilidade na cadeia produtiva da moda

Uma das grandes efervescências contemporâneas é a sustentabilidade, notadamente porque, como visto, o processo de evolução adotado pela civilização num passado recente resultou na exploração desmedida da natureza. Conforme contextualiza Bauman (2001, p. 13) “[...] vivemos em tempos difíceis, pois a própria liberdade do ser humano está em crise”. Ou seja, a transição para a sustentabilidade pode acontecer por caminhos traumáticos, uma transição forçada por efeitos catastróficos, que de fato obrigam a uma reorganização do sistema, uma mudança de escolha, isto é, como efeitos de transformações culturais, econômica e políticas voluntárias que reorientem as atividades de produção e consumo (SCHULTE; LOPEZ, 2015).

O desenvolvimento sustentável é considerado a exploração equilibrada de recursos naturais, buscando limites da satisfação, das necessidades e do bem-estar da presente geração, assim como de sua conservação no interesse das gerações futuras (SCHULTE; LOPEZ, 2015).

As características da sustentabilidade ultrapassam o conteúdo discursivo das fronteiras de sua origem ambiental e incorporam princípios ampliados como um processo. Com isso, a gênese da sustentabilidade se encontra nas convergências entre as preocupações ambientais e os cuidados sociais, articulando a ética entre as gerações, rompendo o círculo de destruição ecológica e promovendo um círculo virtuoso com a substituição de mecanismos que induzem a insustentabilidade por outros que promovam o inverso (BRASIL, 1999).

Como exposto, para Brasil (1999, p. 26), a sustentabilidade na sociedade contemporânea passou a incorporar novas dimensões, que além de ambientais são atitudes

sociais. Essas dimensões são variações que informam o processo de construção social do desenvolvimento sustentável, destaca o autor:

- a) **Dimensão Ética:** passa pelo reconhecimento de que o equilíbrio ecológico não é apenas um certo padrão de organização da sociedade, mas a própria sobrevivência da espécie das gerações futuras e da espécie humana.
- b) **Dimensão Temporal:** a busca por desacelerar o tempo, promovendo a lógica do planejamento a longo prazo, rompendo com o imediatismo veloz e estabelece uma solidariedade com as gerações futuras.
- c) **Dimensão Social:** valoriza o desenvolvimento social por meio da inclusão comunitária, estimulando a democratização e a oportunidade. Visa o conceito de que só uma sociedade sustentável e com equilíbrio da desigualdade social, pode produzir desenvolvimento sustentável.
- d) **Dimensão Prática:** indica a mudança de hábitos de consumo e comportamento diante do cenário atual de saturação e esgotamento.
- e) **Dimensão Humanística:** coloca o ser humano no centro do desenvolvimento, valorizando sua qualidade de vida e seu bem-estar. A Ecosofia descrita por Maffesoli (2014).
- f) **Dimensão ecológica e ambiental:** conservação do uso racional de recursos naturais e capacidade de suporte ao ecossistema através de ações que visem equilibrar o impacto humano no planeta.
- g) **Dimensão Cultural:** ressalta a necessidade de manutenção e preservação das identidades locais e da diversidade cultural, promove formas diferentes de interação com o meio ambiente, que podem levar ao desenvolvimento sustentável.
- h) **Dimensão Demográfica:** suporte territorial para crescimento populacional.
- i) **Dimensão Institucional:** valoriza a criação de engenharias e arquiteturas que tenham em suas estruturas a sustentabilidade como base.
- j) **Dimensão Política:** busca por meio das políticas públicas o respeito à cidadania plena.

- k) **Dimensão Econômica:** mostra a necessidade de adequação do sistema produtivo ao conceito de sustentabilidade.

Sob esta perspectiva, direciona-se o olhar para a cadeia produtiva de moda, onde sabe-se que existem problemas e desafios a serem solucionados, desde a exploração de trabalhadores que vivem em condições precárias, até a utilização de recursos para produções que afetam o meio ambiente. A concepção de um produto de moda começa por meio da criação, assim o *designer*, por sua vez, tem grande papel na conscientização sobre pontos negativos e positivos da sustentabilidade na moda, já que por meio de sua atuação que se ligam a indústria, o comércio e a sociedade (ARAÚJO, 2014). Neste contexto, faz-se necessária uma intervenção dos profissionais de criação para atingir uma melhor relação de produto, ambiente e seres humanos, o que pode ser alcançado com a formação de uma cultura de *designers* conscientes dos problemas sociais e dos impactos ambientais oriundos da criação por meios sustentáveis.

Ademais, segundo Vezzoli e Manzini (2005, p.30), “podemos considerar sustentáveis somente aqueles sistemas produtivos e de consumo cujo emprego de recursos ambientais por unidade de serviço prestado seja, pelo menos, 90% inferior ao atualmente aplicado nas sociedades industriais mais avançadas”. A busca por desenvolvimento sustentável é cada vez mais complexa, isso por que ainda enfrentamos visões antagônicas quanto à capacidade da sociedade pós-moderna de atingir o ideal e a práxis da sustentabilidade. À vista disso, busca-se entender e tratar da responsabilidade social, e da conscientização sobre a forma de produzir e consumir produtos de moda.

Esse segmento de moda sustentável vem tomando grandes proporções e as marcas estão sendo obrigadas a buscarem ressignificação em suas cadeias produtivas, procurando novos recursos e ações, que gerem menores impactos ambientais. Os consumidores também estão mais exigente e buscam informações sobre a procedência dos materiais que as marcas utilizam em seus produtos, a forma com que trabalham e todo o tipo de malefício que causam ao meio ambiente, afirma Berlim (2015).

Na esfera da sustentabilidade, o foco atual das pesquisas dos setores de moda e produção têxtil está no produto e no seu processo de produção, obedecendo a uma tendência mundial, originada nas últimas décadas do século XX, para o desenvolvimento de materiais ecológicos. Mais recentemente, as pesquisas passaram a abranger não apenas o aspecto ambiental dos produtos, mas também suas questões sociais, econômicas, políticas e culturais, analisando desde o processo produtivo até

o consumo e descarte desses bens. Outros pontos ora percebidos são a rapidez do descarte (ou seja, o curto período de uso das roupas) e o papel do consumidor, mais precisamente o poder de escolha deste (BERLIM, 2015, p. 21).

Além disso, Fletcher e Grose (2011) afirmam que o equilíbrio na cadeia de produção e consumo é o ponto de partida para a responsabilidade ambiental, e deve ser iniciado com as escolhas das matérias-primas selecionadas de forma consciente. Nessa lógica, segundo Anciet (2013), antigamente acreditava-se que as matérias-primas naturais causavam menor impacto ambiental que as matérias sintéticas; porém, atualmente sabe-se que mesmo as matérias naturais possuem intervenção direta do homem, seja através de químicos durante o processo, ou mesmo em razão de agrotóxicos, desmatamento para plantação, criação de animais cujos pêlos ou secreção forneçam a fibra ou através da dispersão de água. Já, “as fibras sintéticas originam-se de uma matéria-prima não renovável, o petróleo, e demora muito tempo para se decompor. As fibras artificiais, apesar de serem de origem natural, passam por um processo de transformação que utiliza muitos químicos” (ANCIET 2013, p. 4). Ainda, para o autor, é difícil classificar qual das fibras, artificiais, sintéticas e naturais, causam menor impacto na natureza.

Sobre a preocupação do homem pós-moderno com o meio ambiente, Maffesoli (2014) explica que o retorno à natureza, à terra e a tudo o que a constitui, faz parte de um desencantamento e reencantamento do mundo, no qual a reconexão com o sensível está ligada a uma compreensão ampla de co-pertencimento. Nesse sentido, a Ecosofia busca construir através de novas conexões, novos modos de agenciamento e produção de subjetividades, novas narrativas enunciativas, novas veemências, enfim, novas formas de agrupamento que vão do “ser” ao “ser-em-grupo” e que são caracterizadas por uma nova relação com os humanos, coisas e ambientes, sendo capaz de modificar o espaço social e material para impulsionar as mentalidades em direção ao conhecimento, à cultura, à sociabilidade e à sensibilidade.

De acordo com Maffesoli (2007), o fundamento dessa nova sensibilidade ecológica, ou ecosófica, está justamente na aceitação de elementos que são, ao mesmo tempo, harmoniosos e conflituosos.

O retorno da natureza à frente da cena social não é tranquilo, por isso é necessário compreendê-lo bem. Mas o fato de essa crueldade se integrar em um processo ritualizado torna-a talvez menos ofensiva. De qualquer forma, essa é a aposta que podemos fazer. Assim sendo, ao contrário de um mundo asséptico, rígido e mortificado, baseado no autocontrole (mecânica educacional) e no domínio do universo (exploração da natureza), vemos o surgimento de um mundo muito mais

complexo, baseado na aleatoriedade (o modelo estocástico) que, de uma maneira orgânica, integra uma parcela da morte. Não se esqueça, se Dionísio “divindade arbustiva” refere-se à noção de território, ele também aponta para esta terra onde os mortos enterrados são a promessa de vida. A morte vivida dia a dia é também o retorno da natureza (MAFFESOLI, 2007, p. 141–142).

Diante desse cenário, é importante entender e olhar para o processo por trás da produção dos produtos de moda. Em tal perspectiva, a produção é uma parte fundamental, e corresponde a transformação dos materiais, montagem, pesquisa, desenvolvimento, projeto e controles produtivos. Olhar para essas etapas é a principal maneira de garantir e banir grandes indústrias de prejudicarem o ecossistema de modo geral. Pensar as peças e seus aspectos funcionais, ergonômicos e de longa vida pode minimizar o impacto ambiental, destaca Berlim (2015).

Em concordância, Manzini e Vezzoli (2005) propõem novas soluções sustentáveis em produtos e serviços, que estão relacionadas com a dimensão técnica e a dimensão sociocultural da inovação. A sustentabilidade pode ser possível com auxílio da tecnologia, podendo materializar-se através dela, como os tecidos, que em alguns casos fazem uso da biométrica, que se utilizam dos comportamentos e aspectos da natureza para mimetizar seus sistemas e aplicá-los aos produtos, em forma ou função. Para os autores, as metamorfoses culturais e as transformações tecnológicas são condições relevantes para deixar mais consistente a discussão sobre soluções sustentáveis em produtos inovadores.

A partir disso, os autores, ainda destacam alguns caminhos que devem ser percorridos para o desenvolvimento de um projeto sustentável, dentre as quais destacam-se: facilitar a reutilização; intensificar o uso, dando vida longa aos produtos; usar materiais, processos e fontes energéticas de baixo impacto; diminuir conteúdo de materiais, perdas e refugos; minimizar energia na produção do produto, embalagens e no consumos do transporte; reduzir as despesas de recursos durante o uso; facilitar os movimentos e as operações de desmontagem, separação e limpeza dos produtos; adotar a reciclagem, simplificar a coleta de transporte após o uso e minimizar o número de materiais incompatíveis entre si.

Por esse ângulo, observa-se que um produto passa por diversas fases que acompanham seu “nascimento”, “vida” e “morte”. Em outras palavras, “o produto é interpretado em relação aos fluxos - de matéria, energia e emissão - das atividades que o acompanham durante toda a sua vida” (MANZINI & VEZZOLI, 2005, p. 91). Considera-se o

ciclo de vida de um produto desde o momento de sua extração da matéria-prima e recursos necessários até o tratamento que o consumidor dá a este produto após seu uso. Visto assim, tem-se que as fases que envolvem um processo de desenvolvimento de um produto são: pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte.

A pré-produção é a etapa em que a matéria-prima será selecionada e extraída ou desenvolvida para a elaboração de um produto. Ou seja, o momento fundamental dessa fase é a aquisição dos recursos e a transformação dos mesmos em materiais e em energia. Tal etapa é de extrema importância para o nascimento de um produto sustentável, pois entende-se que os limites ambientais são testemunhas de que já não é mais possível conceber qualquer atividade de *design* sem confrontá-la com o conjunto das relações que, durante o seu ciclo de vida, o produto vai ter no meio ambiente. Segundo, Manzini e Vezzoli (2005, p. 99), “é muito mais eficaz agir preventivamente, já no projeto, do que buscar soluções, de recuperação ou paliativas, para os danos já causados”.

Em consequente, compreende-se o *designer* como um profissional que possui um papel importante no sistema de pré-produção, porquanto, segundo Löbach (2001, p. 101), “o processo de *design* envolve todas as etapas de um projeto, desde o reconhecimento do problema, sua análise e criação de alternativas para a solução, a concepção do produto, o desenvolvimento e, por fim, a viabilização no mercado”. Para o desenvolvimento de um produto sustentável, o *designer* deve levar em consideração a elaboração de soluções que visem menor impacto no meio ambiente, reconhecendo e avaliando os materiais, a estrutura do produto, sua manutenção e etc. Significa afirmar: o *designer* é um profissional que serve como ponte para a mudança no paradigma da produção e consumo, agindo desde o desenvolvimento do produto à construção de novos cenários.

Partindo daí, a etapa de produção se caracteriza pelos processos de transformação dos materiais, montagem e acabamentos, motivo pelo qual o *designer* deve pensar em processos que possam eliminar os resíduos provenientes dos procedimentos de produção, com o intuito de gerar índices baixos de refugos ou sobras de materiais, buscando, também, métodos inovadores de projetar um produto com facilidade de montagem e desmontagem, para que ao fim de seu ciclo de vida este produto possa ser reciclado ou reutilizado facilmente (LIMA, 2013).

Nesse cenário, destaca-se o processo de tingimento como uma etapa que deve ser ressignificada na cadeia produtiva de artefatos de moda, pois esse é um dos métodos mais poluentes do processo têxtil devido ao despendimento e poluição de águas ao longo de todo o procedimento. À vista disso, segundo Anicet (2013, p. 3), “uma das estamparias menos poluentes é a estamparia por sublimação porquê não se utiliza da água no seu processo”, isso porque a técnica de sublimar se dá por meio da estampa digitalizada e impressa sobre o tecido através de uma prensa térmica que trabalha com as variáveis: temperatura, tempo e pressão. Por outro lado, essa técnica só absorve a cor em tecidos com fundos claros que tenham pelo menos 50% de poliéster, uma fibra sintética que se origina de polímeros de petróleo (ANICET, 2013). Por tudo isso se vê que mesmo os métodos considerados com baixo impacto ambiental ainda precisam de ajustes para tornassem técnicas sustentáveis.

Considerando que atualmente existe um grande interesse em encontrar substâncias ambientalmente de baixo impacto para o processo de tingimento, surge como alternativa a utilização de pigmentação natural de origem vegetal, mineral ou animal, consubstanciada num processo de coloração que pode ser feito com corantes a base de frutas, sementes, cascas de verduras, temperos, insetos e bactérias. Porém, de acordo com Silva (2014), muito ainda vem sendo estudado sobre a forma de fixação desse tipo de tingimento em função da má estabilização da maioria dos corantes naturais.

Ademais, a fim de que todas as fases do desenvolvimento de um produto sejam realizadas de formas apropriadas, é fundamental refletir, também, sobre as maneiras de distribuição desses artefatos. Essa etapa refere-se ao conjunto de procedimentos que acompanham o “nascimento”, a “vida” e a “morte” de um produto. A distribuição corresponde à embalagem, ao transporte e ao armazenamento, e, por isso, levando em consideração tais processos, ante a amplitude da indústria da moda, faz-se necessário inúmeras formas de locomoção. De acordo com Lima (2013), tamanha amplitude gera um determinado número de emissões de carbono, e a inovação para a sustentabilidade em relação à distribuição procura contrabalancear o número de emissões por meio de algumas medidas, dentre elas: “substituição de transporte aéreo e rodoviário por ferroviário e marítimo; conversão dos veículos para biocombustível, gás ou eletricidade; implementação de programas de compensação de carbono, entre outras” (LIMA, 2013, p. 43).

Para Manzini e Vezzoli (2005) as embalagens também são um produto e devem ser repensadas de forma sustentável dentro de sua cadeia produtiva:

A embalagem é um ciclo de vida adicional, e é importante porque transversal a muitos produtos. Isso é, para todos os efeitos, a embalagem também é um produto e, como tal, da mesma forma, tem um ciclo de vida seu: préprodução, produção, distribuição, uso e descarte. As funções da embalagem (conter, proteger, transportar e informar) entram na fase de uso quando se inicia o contato com os produtos que ela deve conter; isto é, a fase de distribuição dos produtos coincide com o início da fase de uso da embalagem (MAZINI E VEZZOLI, 2005, p. 98).

Diante dos apontamentos, considera-se, também, o uso e o descarte como etapas relevantes, devido ao grande acúmulo de lixo têxteis em aterros sanitários. Neste quadro, o uso está relacionado aos cuidados dos consumidores em relação à manutenção das peças de vestuário, como lavar, passar e secar, determinam aspectos socioambientais por vezes mais significativos do que os caracterizados em outras etapas do ciclo de vida. A inovação para a sustentabilidade em relação aos cuidados do consumidor contempla, por exemplo, a existência de etiquetas de cuidados com a peça, e a lavagem e secagem das peças com baixo consumo de energia (MANZINI &VEZZOLI, 2015).

Quanto à etapa de descarte, busca-se a implementação de estratégias que garantam, principalmente, maior interação entre produto e consumidor, criando um vínculo emocional e, assim, influenciando para o aumento do tempo de vida útil dos produtos (FLETCHER; GROSE, 2011). Estratégias como a reciclagem e o *upcycling* são utilizadas como ferramentas para tornar o consumidor mais ativo, levando em consideração a sua interação com o produto, por meio da mudança de suas formas.

Em continuidade, de acordo com Mazini e Vezzoli (2005), a reciclagem se dá através da transformação do material de um produto por meio de um processo de compostagem ou incineração, podendo ser “caracterizada por uma série de processos e de fases que vão desde o recolhimento do material e transporte, até à pré-produção dos matéria-prima reciclados” (MAZINI E VEZZOLI, 2005, p. 97). Por outro lado, essa técnica, apesar de ser um destino diferente dos aterros, tem também implicações ambientais. Normalmente ela é considerada a última opção para o resíduo, porque o material reciclado, na maior parte das vezes, perde a qualidade inicial, e um novo processo sempre consome mais energia e pode emitir resíduos poluentes na atmosfera.

Como alternativa sustentável na cadeia produtiva de moda, a reciclagem pode ser substituída pelo *upcycling*, no qual o resíduo é reutilizado, ao invés de reciclado.

[...] *ucycling*, significa utilizar um material já utilizado ou o resíduo de um produto tal como foi encontrado, sem despendar mais energia na reutilização do mesmo, ou seja, sem reciclar o produto. É um processo de recuperação que transforma os resíduos desperdiçados em novos produtos ou materiais com superior qualidade e valor ambiental” (ANICET, 2011, p. 3).

Em síntese, o *upcycling* busca ampliar o valor de um produto que, anteriormente, seria jogado no lixo. Os artigos produzidos por meio do *upcycling* prologam o ciclo de vida de um artefato e melhoram o aproveitamento de seus materiais, diferenciando-se da reciclagem, que pode promover a desvalorização dos artigos.

Por fim, percebe-se um momento de transformação e ressignificação de conceitos, onde tanto as marcas quanto a sociedade buscam aprender formas de associar o consumo e os métodos produtivos em relação as fronteiras ambientais, em um processo onde não há receitas, mas sim a busca por resultados pertinentes à nova realidade.

Para impulsionar e viabilizar esta transição, há a necessidade de atuação de vários atores sociais, fazendo-se necessário voltar o olhar ao sociólogo Michel Maffesoli (2014), o qual ressalta em sua noção de ecosofia que as transformações sociais acontecem por meio de pensamentos associativos, no sentido das emoções compartilhadas. A sustentabilidade se desenvolve por meio do pensamento de forma holística e, ao mesmo tempo, relacional em grupos fragmentados, integrando a ecologia às práticas cotidianas, ao território e as outras formas espaciais (MAFFESOLI, 2014). Logo, o interesse está no que é tecido conjuntamente e para além dos poderes oficiais. O olhar em direção aos movimentos de retorno à terra, inspirado em uma sabedoria comum, significa uma nova sensibilidade ecológica que sempre esteve presente entre nós e que agora se revela graças às mudanças climáticas e sociais pós-modernas.

3.3 O ARTESANATO E A VOLTA AO ARCAICO

Diante dos apontamentos citados acima, sendo um dos pilares do movimento *Slow Fashion* a valorização da cultura local e o fazer artesanal, abre-se reflexão sobre o artesanato, o afeto e a forma como o imaginário está presente nesta nova forma de pensar o processo produtivo na pós-modernidade. O conceito de artesanato apontados por Octávio Paz (2006), escritor mexicano e Prêmio Nobel de Literatura em 1990, propõe um diálogo com as concepções de afeto, imaginário e pertencimento do sociólogo francês Michel Maffesoli por meio das narrativas contidas na vida cotidiana.

Partindo daí, sustenta Maffesoli (1996) que a volta ao arcaico e aos prazeres artesanais são características da pós-modernidade. Em sua obra “*No fundo das aparências*”, o autor aponta para uma pós-modernidade que inaugura “a mais nova forma de solidariedade, a social, então definida não por contratos, mas por um processo complexo, feito de atrações, de repulsões, de emoções e de paixões” (MAFFESOLI, 1996, p.15). Neste contexto, o retorno ao arcaico leva a sociedade ao espírito fraternal, à “lei dos irmãos”, sendo a partilha cotidiana o elemento central da vinculação social. Retoma-se a perspectiva de que as crises econômicas, os excessos produtivos e a massificação estimulam a solidariedade e nos encaminham ao comunitarismo, ao tribal, ao arcaico. Daí se vê que o artesanato, a arte de fazer, expressa essa nova forma social direcionada pelo autor, produzindo comunhão e valorizando o estar-junto por meio dos afetos.

É preciso tempo, já disse, para pensar o ser coletivo em sua inteireza. Isto é, para apreciar a complementaridade dos pares de opostos. É preciso tempo para saber identificar, tal como aconselhava Heidegger, um *Schritt zurück*, esse passo atrás que retrocede na direção de algo mais original, mais essencial. É preciso tempo para saber abandonar os pensamentos convencionais, os lugares-comuns progressistas, as evidências dogmáticas, a fim de se acomodar melhor ao que é vivido, no que tem de melhor e de pior, pelas novas tribos pós-modernas (MAFFESOLI, 2009, p. 100).

Nesta lógica, o autor ainda completa ao firmar que, “há alguns tipos de volta atrás que não são simples regressões. Quanto mais não seja, porque põe em evidência o papel da memória, dos arquétipos, das criptas diversas, do inconsciente coletivo na constituição de um povo” (MAFFESOLI, 2009, p. 98). Assim, entende-se que o paradigma moderno encontra-se

em saturação, dando lugar a uma força de renovação que se configura nas raízes da tradição buscando ensinamentos hereditários, verdade morais, lembranças históricas, provérbios, sentimentos e presságios enraizados no dinamismo que reconhecem um elo social a partir do que foi dado em seu tempo e que, sempre, continua vivo. A progressividade toma o lugar do progressismo, surgindo uma nova ordem simbólica onde o afeto redescobre a força e o vigor que se conhece. A base da socialidade pós-moderna se funda sobre a reemergência dos mitos ancestrais, que voltam com força. Gosto pelo autêntico, sensibilidade ecológica, elementos primordiais (água, terra, fogo...), produtos naturais, alimentação orgânica, patrimônio arquitetural e literário, eis o que move em profundidade as multidões contemporâneas (MAFFESOLI, 2014).

Historicamente, com a chegada da Revolução Industrial no século XVIII e com a produção em massa realizada pelas máquinas criou-se uma ruptura entre criação e produção, pois as atividades no setor industrial tornaram-se mais rápidas. Porém, conforme afirma Paz (2006), na década de 70 do último século o artesanato entra em voga e renasce ganhando força junto a economia mundial. Os movimentos *hippie* e *punk* deram destaque para essa nova forma de observar o fazer artesanal por meio da customização de peças do vestuário e da cultura “*Do it yourself*” - faça você mesmo. Desta forma, alguns consumidores começaram a mostrar um certo interesse por objetos feitos à mão, que representassem referências culturais de seus produtores, ou de seus locais de origens.

Daí por que, a compreensão a respeito do artesanato corresponde a penetrar a alma de um povo, entender suas tradições, modos particulares e suas sociabilidades. Neste contexto, entende-se que a herança artesanal brasileira nasce de diversas culturas que compõem as matrizes fundadoras de nossa etnia: indígenas, africanos, europeus, asiáticos e norte-americanos, como explica Bergamin:

As fontes básicas dessa herança artesanal são as mesmas da nossa etnia: o artesanato indígena que está na base do trabalho com barro, palha, fibras e madeiras; o artesanato português que trouxe consigo outras heranças culturais, ligadas à arquitetura civil e religiosa e às festas populares; e, finalmente a herança do negro, quase que restrita a instrumentos musicais e objetos rituais, que os diversos cultos africanos a preservaram até os dias atuais. A essa herança básica somaram-se, ao longo de décadas, artesanatos trazidos por imigrantes de diferentes culturas (BERGAMIN, 2003, p.39).

Em consequente, segundo Octávio Paz (2006) o artesanato vai além de objetos feitos manualmente, pois falar de artesanato é falar de pessoas, uma vez que o fruto resultante do trabalho artesanal é um produto “com alma”, no qual estão presentes o saber, a arte, o afeto e as memórias de gerações. A comunhão que o artesanato carrega, intrinsecamente, expressa a arte do fazer que passa de geração em geração e tem nas tradições, artes populares e crenças religiosas, as fontes de inspiração.

Em complemento, Maffesoli (2014) destaca que o coração pulsante da (r)evolução social em curso é a passagem de um ideal democrático, em que a razão exercia um papel maior, a um outro comunitário, em que o emocional é a virtude cardeal. Passa-se da sociedade para a comunidade. Neste sentido, o artesanato é “um sinal que se exprime à sociedade não como um trabalho (técnico) nem como um símbolo, mas como vida física compartilhada” (PAZ, 2006, p. 89), razão por que o autor afirma que não existe uma história do artesanato separada da história da evolução humana, pois a própria arte está enraizada nas tradições populares e se confunde com o espírito de um povo. Neste contexto, Maffesoli corrobora o pensamento de Paz (2006) ao ressaltar que arte não deve ser vista apenas como obras culturais, mas sim todo momento da vida é uma obra de arte, de tal maneira que “é, portanto, a partir de uma arte generalizada que se pode compreender a estética como faculdade de sentir em comum” (MAFFESOLI, 1996, p. 28).

Em consequente, entende-se que o fazer artesanal revela-se em toda a sua força pela marca profundamente humana que imprime em objetos, atividades e processos a sua digital. Com efeito, todos nós, em algum momento, de alguma forma, somos artífices de algo e com isso exercemos os princípios norteadores da atividade artesanal (PAZ, 2006). Desta forma, compreende-se que o ato de fazer com as mãos atribui sentimentos e afetos a um objeto. Nesta senda, as obras e fazeres artesanais traduzem valores culturais em formas materiais, em técnicas e em habilidades, mas também contribuem para regenerar a cultura com a produção de novas referências, experiências e registros simbólicos. Assim, percebe-se que o artesanato possui uma potência simbólica coletiva que se oferece como possibilidade concreta de expressão, podendo vir a ser um instrumento de criatividade e elaboração subjetiva, que colabora para o processo de desenvolvimento pessoal.

Não diferentemente, Paz (2006) avança afirmando que o artesão não possui pátria, notadamente porque o artesanato não possui fronteiras, não é nacional, é local, sobretudo

porque “suas verdadeiras raízes estão nas vilas nativas, ou mesmo em um único quarteirão, ou em suas famílias” (PAZ, 2006, p. 88). Por esse ângulo, o artesanato é visto como a alma de um povo, seus modos de vida, suas tradições ancestrais e suas sociabilidades. É dizer que, os trabalhos artesanais nos religam com o nosso passado e com um grupo, uma vez que “isso nos leva a considerar a ideia obsedante do estar-junto como sendo essencialmente religação mística sem objeto particular” (MAFFESOLI, 1996, p. 29). À vista disso, é possível enxergar a sociedade como simples faculdade de agregação e é nesse sentido que a emoção estética pode servir de cimento. Assim, o tempo do eu sucede o tempo do nós. “Não se trata mais de dissertar, basta olhar em torno de si. É por meio do tal olhar que se saberá apreciar o orbe de um viver-junto em que paixões e emoções ocupam um lugar de destaque” (MAFFESOLI, 2014, p. 88).

Por seu turno, para Paz (2006), o artesanato situa-se entre dois polos: o útil do objeto industrializado e o contemplativo da obra de arte. O fazer artesanal não é regido por princípios de eficiência, mas pelo prazer, que é sempre dispendioso, e que não prescreve regra alguma. O artesanal expressa a dimensão da sensibilidade individual e coletiva, eis que, como destaca Maffesoli (1996, p. 78), “o sensível é um princípio de uma realidade supra-individual, integrada a uma comunidade”, de tal forma que o artesanato pertence a um mundo anterior à distinção entre o útil e o belo, explica Paz (2006):

O prazer que o artesanato nos dá é uma dupla transgressão: contra o culto à utilidade e contra o culto à arte. Nossa relação com o objeto industrializado é funcional; com a obra de arte, semi-religiosa; com a peça de artesanato, corpórea. O artesanato se localiza bem no meio desses dois pólos: como o desenho industrial, ele é anônimo, mas não impessoal; comparado à obra de arte, ele enfatiza a natureza coletiva do estilo e demonstra que o eu orgulhoso do artista é na verdade um nós (PAZ, 2006, p. 86).

Em suma, entende-se que o artesanato caracteriza a lógica da sociabilidade, assim entendida como uma estética descompartmentada que permite compreender o estar-junto desordenado, versátil e completamente inatingível, destacado por Maffesoli (1996, p. 13), pelo que o ofício artesanal aponta para uma nova forma de laço social, no qual o que está em jogo são os sentimentos, o prazer do aqui-agora e a relações compartilhadas coletivamente. Ou seja, o trabalho manual, como construção e transmissão de conhecimento, pode restituir ao ser humano a percepção de sua dimensão coletiva, favorecendo que ele reconheça em sua trajetória uma dimensão que ultrapassa o nível pessoal e sinta-se como parte de um grupo.

Outro princípio material do trabalho artesanal é a corporalidade, processo essencial a todas habilidades artesanais (SENNETT, 2009). Desta forma, entende-se que a corporalidade permite a troca entre conhecimento tácito e sensível. Assim, para aprender a fazer algo artesanalmente, é necessário não somente um processo idealizado mentalmente, mas incorporado pela destreza física e estética do artífice frente à obra em construção. A transmissão do saber-fazer artesanal é feita com intencionalidade incorporada. Tais modo são apreendidos por meio da conexão entre mente e mão. Desta forma, a paixão criativa orienta a ação, a qual prescinde de aptidão básica e de condições objetivas de execução.

Fazendo alguma coisa acontecer mais de uma vez, temos um objeto de reflexão; as variações nesse ato propiciador permitem explorar a uniformidade e a diferença; a prática deixa de ser mera repetição digital para se transformar numa narrativa; movimentos adquiridos com dificuldade ficam cada vez mais impregnados no corpo; o instrumentista avança em direção a maior habilidade (SENNETT, 2009, p. 181).

À vista disso, entende-se que a competição e a pressão por produtividade é um artefato cultural fruto do capitalismo. Assim, segundo Sennet (2009), em qualquer organização, os indivíduos ou equipes que entram em competição são recompensados por se sair melhor que os outros. Desta forma, para evitar isto, o autor destaca a cooperação como uma forma mais dinâmica e eficaz de realização do trabalho. Esta conduta é vista no fazer artesanal, em que artesãos cooperam entre si para desenvolver um produto, formando comunidades na qual a troca de ensinamento e a participação desinteressada ganham evidência, surgindo assim um espírito comunitário. Nesta lógica, Maffesoli (1999) completa que com todas as mutações sociais, o perfil dos grupos, não institucionais, também tende a uma mudança brusca, cujas características fundamentais são: relativismo do viver; cooperativismo, pertencimento e identificação.

Além disso, a memória faz parte constante no ofício artesanal para manter viva as tradições passadas de geração em geração. Como bem pontua Pollak (1992), “o que está em jogo na memória é também o sentido da identidade individual e coletiva” (POLLAK, 1992, p. 3), de sorte que a referência ao passado serve para manter a coesão dos grupos e das instituições que compõem uma sociedade, para definir seus lugares respectivos, pois “manter a coesão interna e defender as fronteiras daquilo que um grupo tem identificação, eis as duas funções essenciais da memória comum. Isso significa fornecer um quadro de referências semelhantes” (POLLAK, 1992, p. 3).

Ademais, Halbwachs (1990, p.71) teoriza ao discorrer sobre memória: “a lembrança é em larga medida uma reconstrução do passado com a ajuda de dados emprestados do presente e, além disso, preparada por outras reconstruções feitas em épocas anteriores e de onde a imagem de outrora manifestou-se já bem alterada”. Neste contexto, constata-se que o trabalho artesanal permite experimentarmos práticas culturais ancestrais, sendo configuradas por símbolos, representações, rituais, valores e etc. A cultura é o ponto de partida e o resultado da materialização das obras artesanais, que ganham valor simbólico pela sua originalidade cultural e seu enraizamento em um cotidiano cultural específico.

Para mais, a memória herdada, ressaltada por Pollak (1992), circunda a vinculação as lembranças não pertencidas ao mesmo espaço-tempo referente à vida física de um indivíduo, mas diante de transmissão de fatos, lugares e personagens que acabam se transformando quase que em conhecidos próximos. Igualmente, o artesanato exprime essa memória “vívda por tabela”, pois as histórias e técnicas transmitidas de pai para filho tornam-se meios importantes de representação da identidade local e familiar.

Nesse processo, entende-se as memórias como registro do vivido que possibilita o ser humano a regressar e recriar momentos. Isto é, a memória possui em si uma característica eufemizante, buscando suavizar e equilibrar o tempo e o destino, assim como o imaginário. Nesta lógica, entende-se que não há memória em que o imaginário não esteja presente, assim como, não há imaginário sem que possamos encontrar nele a memória dos indivíduos, grupos ou sociedades. Sem memória não seria possível a formação de um imaginário, do mesmo modo que o imaginário é essencial para a construção da memória.

Com isso, a memória possibilita organizar, por meio de um fragmento, o conjunto que compõe o todo, impregnada pelas significações do momento. Para Durand (2002, p. 403),

[...] a organização que faz com que uma parte se torne “dominante” em relação a um todo é bem a negação da capacidade de equivalência irreversível que é o tempo. A memória – como imagem – é essa magia vicariante pela qual um fragmento existencial pode resumir e simbolizar a totalidade do tempo reencontrado [...] que motiva todas as nossas representações e aproveita todas as férias da temporalidade para fazer crescer em nós, com a ajuda das imagens das pequenas experiências mortas, a própria figura da nossa esperança essencial (DURAND, 2002, p. 403).

Diante do fazer artesanal a memória assume um papel fundamental, pois o armazenamento de tudo que um artesão aprende no decorrer da vida é fator determinante para

evolução e preservação de sua cultura. Assim, a aquisição de outras aprendizagens depende da memória produzida anteriormente. É dizer que, a memória é a medida que possibilita ao ser humano, por meio de um processo (a)temporal, reencontrar-se com o que foi significativo em sua vida, em forma de imagens que remetem às experiências vividas (DURAND, 2002).

Com isso, ao refletir sobre as memórias e o passar do tempo, Paz (2006) afirma que o artesanato nos ensina a fluir, como os dias que se gastam pouco a pouco.

O artesanato não quer durar milênios nem está possuído da pressa de morrer prontamente. Transcorre com os dias, flui conosco, se gasta pouco a pouco, não busca a morte ou tampouco a nega, apenas aceita esse destino. Entre o tempo sem tempo do museu e o tempo acelerado da tecnologia, o artesanato tem o ritmo do tempo humano. É um objeto útil que também é belo; um objeto que dura, mas que um dia, porém se acaba e resigna-se a isto; um objeto que não é único como uma obra de arte e pode ser substituído por outro objeto parecido, mas não idêntico. O artesanato nos ensina a morrer, e fazendo isto, nos ensina a viver (PAZ, 2006, p. 85).

Sob esta perspectiva, “o artesanato é considerado um estilo de vida que subsiste ainda na sociedade industrial”, afirma Sennett (2012, p. 19), uma vez que, apesar de sofrer grande desvalorização, pode ser configurado como ato de resistência e preservação da memória de um povo, buscando uma política de inclusão, promovendo o diálogo entre grupos e a conexão com a natureza. O ofício movimenta a economia e o convívio entre as pessoas, além de transmitir aprendizados e tradições para as próximas gerações. Percebe-se que “a sociedade não é apenas um sistema mecânico de relações econômico-políticas ou sociais, mas um conjunto de relações interativas, feitas de afetos, emoções, sensações que constituem o corpo social” (MAFFESOLI, 1996, p. 73).

No entanto, durante muito tempo, a sociedade industrial e pós-industrial buscou desqualificar os princípios da atividade artesanal, considerando-os como arcaicos e ultrapassados. Na lógica contemporânea, Maffesoli (2014) aponta para importância do resgate dos conceitos artesanais constituindo um novo olhar para a vitalidade do artífice e de seu processo laboral como fonte simbólica. Assim, explica Sennett (2009), que o fazer artesanal permite perceber melhor as técnicas da experiência, amadurecendo as habilidades, fundamentando a ética do trabalho e assim qualificando as relações humanas. Desta maneira, acredita-se que por meio de um retorno ao arcaico, os fundamentos dos processos produtivos poderão ser repensados, sobretudo os que foram herdados de uma lógica industrial e que

destoam das expectativas contemporâneas para melhorar o futuro de nossas organizações e sociedades.

Portanto, afirma Paz (2006) que a volta ao arcaico e ao artesanal é um dos sintomas da grande mudança que está acontecendo com a sensibilidade contemporânea, já que “estamos presenciando, mais uma expressão de revolta contra o abstrato progresso e contra a visão quantitativa do homem e da natureza, razão por que a popularidade do artesanato é um sinal de saúde” (PAZ, 2006, p. 89). Visto assim, com o avanço da globalização, os indivíduos passam a ter necessidade de pertencer a algum lugar ou grupo, dando valor aquilo que é da ordem do sentimento, dos afetos e do emocional, voltando às suas raízes.

3.3.1 O processo artesanal como diferencial na criação de produtos de moda

Diante do cenário atual, o *design* contemporâneo e a moda estão avançado em direção as novas técnicas de criação e em estratégias de mercado, cujos processos projetuais criativos seriam capazes de produzir artefatos para a transformação do mundo. Essa dinâmica precisa ser considerada à frente de um contexto pós-moderno em que o processo de questionamento dos modelos de desenvolvimento adotados por novas marcas e empresas estão sendo baseados na supremacia da dimensão econômica em detrimento de aspectos sociais, culturais e ambientais. O aumento da demanda por produtos autóctones e a valorização da arte regional, com referências históricas e locais que se materializam em forma de artefato, demonstram uma complexidade em que tudo, ao mesmo tempo, completa e contrapõe a relação local-global instituída pelo processo de globalização (KRUCKEN, 2009).

Está-se diante de um momento em que se busca as mudanças dos paradigmas tradicionais de compreensão da realidade e de visão do próprio mundo com o visível esgotamento do modelo de industrialização e a emergência das sociedades pós-industriais (MAFFESOLI, 2010b). Em tal conjuntura, a moda, como aura da sociedade, procura em seus processos capitalistas adaptar-se às novas faces do tempo, gerando diferentes formas para

produzir valores reais e simbólicos, processo que implica em ter parâmetros de produção com desejável equilíbrio em confronto com o cenário atual e as perspectivas de futuro.

Nesse trilhar, o método artesanal é introduzido na indústria da moda como elemento de exclusividade e valor simbólico agregado, trazendo valores emocionais, culturais e coletivos para criação de novos produtos, ou ainda a representação de um olhar mais humano para a indústria. Assim, a moda busca recriar-se diante de um mercado de consumidores que exigem espaço para individualização à frente da massificação acelerada.

Para Baudrillard (2007) o consumo pode ser um processo de diferenciação e classificação social:

[...] nunca se consome o objeto em si (no seu valor de uso) - os objetos (no sentido lato) manipulam-se sempre com signos que distinguem o indivíduo, quer filiando-o no próprio grupo tomado como referência ideal quer demarcando-o no respectivo grupo por referência a um grupo de estatuto superior. (BAUDRILLARD, 2007, p.60).

A definição adotada pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) define o artesanato como aquilo que “compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, produzida por um indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural” (MDIC, 2012, s/p). É dizer que o artesanato é uma atividade que ocorre com auxílio limitado de maquinários e ferramentas, admitindo-se a utilização eventual de soldadoras, polidoras, teares ou tornos, desde que não impeçam o contato direto do artesão com a matéria-prima, notadamente porque tal contato humaniza o objeto e dá identidade ao produto, de forma a imprimir valor simbólico e territorial.

Em contrapartida, Maldonado (1999, p. 14) explica que o *design* é considerado um “processo que busca significar, coordenar, integrar e articular todos os fatores que, de uma maneira ou de outra, participam no processo constitutivo da forma de um produto”. Ou seja, mais precisamente, alude-se ao conceito de *design* os fatores relativos à utilização, funcionalidade, ergonomia, consumo individual, social, simbólico e cultural do produto, que se relacionam com aspectos técnicos, sistêmicos, produtivos e distributivos de gestão.

Visto dessa forma, para unir artesanato e *design* é necessário reconhecer que o fazer artesanal é muito mais que uma técnica manual, eis que seu sentido só é atingido quando se leva em consideração as práticas sociais daqueles envolvidos na sua produção, os artesãos. Em

outras palavras, é necessário ver o trabalho artesanal imerso em uma rede de relações sociais, em que o ato de produzir perpassa o nível econômico e possui um importante papel na promoção da inclusão social e no resgate de valores culturais e regionais (LIMA E OLIVEIRA, 2016). A inter-relação entre artesanato e *design* é mais uma possibilidade de atuação diante de uma sociedade em constante mudança, em que os valores culturais e éticos precisam estar em equilíbrio e em respeito com cada indivíduo presente no processo de criação.

Ainda, partindo desse olhar, faz-se necessário entender o *design* como uma ferramenta para potencializar econômica e socialmente as comunidades artesanais e os contextos em que se localizam. No entanto, tal aproximação se mostra complexa, pois acarreta algumas questões delicadas que devem ser levadas em consideração diante destes dois campos distintos. Assim, é preciso compreender que inserir o artesanato na moda não é uma ação assistencialista de ajuda comunitária, e sim garantir vida digna a pequenos produtores em condições justas, não interferir de forma brusca na cultura local, respeitar o processo de criação e identificar as necessidades expostas pela comunidade, afirma Silva (2015).

Nessa lógica é que o *designer* tem o papel de atuar como parte de um movimento de transformação da realidade do mercado, já que contribui para a valorização do produto artesanal disponível, para a promoção, revigoração e resgate do artesanato sem deixar de considerar as tradições culturais (GONÇALVES, BITTAR E MUSSE, 2010). Porquanto, ainda que se trate de uma produção artesanal, deve-se levar em consideração as metodologias e processos no ato de fazer o projeto de produto. O *design* ampara as abordagens metodológicas necessárias para serem utilizadas como ferramentas na gestão e na geração de soluções criativas e funcionais de planejamento e organização de projetos.

O artesanato antes de ser uma atividade econômica, é uma manifestação cultural, pois toma para si a representação de valores distintos no desenvolvimento produtivo. Na arena da globalização, o artesanato vem humanizar a produção, enfatizando o trabalho manual e a importância do processo criador. Dessa maneira, o artesanato faz o movimento contrário à homogeneização dos produtos globalizados. Todavia, a organização artesanal em prol da construção identitária cultural, irrompe no mercado, inserindo-se na lógica capitalista com a finalidade de se fazer presente e competitiva. O *design* e a comunicação são os instrumentos para a concretização deste objetivo (GONÇALVES, BITTAR E MUSSE, 2010, p. 11).

Além disso, nota-se que a indústria da moda tem destacado a importância de repensar a prática artesanal para além de uma visão orientada aos objetivos do mercado, ao

evidenciar a função social como parte fundamental para o pensamento sobre o papel do *design* hoje. Porém, importa observar e entender que essa troca entre artesanato e *design* deve ir além de uma relação de inclusão social para que não se torne uma aculturação. De acordo com Coelho (1997, p. 35), “a aculturação acontece por meio de um fenômeno de contato direto e prolongado entre duas culturas diferentes que levam a transformações em qualquer uma delas ou em ambas”. Tal termo é usado, por vezes, para indicar a resultante de uma pluralidade de formas de intercâmbio entre os diversos modos culturais. Assim, a aculturação acontece quando uma cultura se sobressai ou retira informações de outra cultura para benefício próprio.

Diante das características culturais do artesanato em relação ao *design* contemporâneo, questiona-se se é possível existir essa troca mútua entre duas culturas distintas sem que uma delas não seja prejudicada. À vista disso, poderia o artesão, carregado de conhecimentos e práticas populares, desenvolver uma coleção de moda, ou ainda incrementar a produção industrial com seus conhecimentos, já que é característica destes profissionais a criatividade desprendida dos modismos, mas atrelado à memória das práticas do fazer? Essa indagação serve como base para a presente pesquisa, pois é nesse contexto que se busca as respostas para compreender como os novos caminhos em direção aos processos produtivos na indústria da moda mobilizam e sensibilizam as novas formas e métodos de produção. Partindo de tal cenário, faz-se necessário refletir acerca dos fenômenos contemporâneos que estão a transformar a esfera da indústria, do consumo e do mercado atual, tornando-se partes ativas nos processos de criação, em razão do que está por vir e dos complexos desafios que o futuro trará consigo.

Ademais, a “descoberta” da importância dos recursos locais na geração de produtos e serviços com valores reais e percebidos, leva os consumidores a estarem visualizando a cadeia produtiva com mais transparência, conhecendo novas técnicas de criação, concebendo e orientando definições de um novo conceito de qualidade. Segundo Krucken (2009, p. 15), “o designer é aquele que, mais do que outros profissionais, possui a capacidade e a possibilidade de criar novos modelos de referência, de imaginar novos estilos de vida com base em ordens diversas de valores e de qualidades”. Sob essa perspectiva, a inserção do artesanato na criação de novos produtos de moda tende a gerar uma desaceleração da produtividade industrial, pois é preciso respeitar o processo artesanal no qual o tempo é contado de forma diferente em relação ao mercado veloz. Por esse motivo, o *designer*, como profissional capaz de imaginar cenários

e traduzir visões, deve buscar compreender essa dinâmica, inserindo na gestão do *design* o capital cultural imaterial e as formas de agregação da competitivamente aos produtos introduzidos no mercado, buscando, como novo método de criação, uma rede de sistemas locais e materializando artefatos que possuam alma, identidade e viabilidade econômico-produtiva (KRUCKEN, 2009).

Dados esses aspectos, entende-se que a inserção do artesanato na moda se dá a partir de uma cultura híbrida, na qual os níveis que separam uma cultura da outra são rompidos e retirados de seus contextos de origem, sendo recombinaados com outros modelos culturais no processo de novas práticas. Segundo Coelho (1997), “a hibridização é a desterritorialização, fenômeno pelo qual modos culturais desvinculam-se de seus espaços e tempos originais e são transplantados para outros espaços e tempos nos quais mantêm aproximadamente os mesmos traços iniciais”. A pós-modernidade encontra-se neste cenário no qual os aspectos culturais são mesclados uns aos outros, sem separação, tendo em vista que a cultura erudita mistura-se com a popular e a de massa; a científica converge com a literária; a artesanal funde-se com a industrial; a étnica arcaica associa-se com a tecnológica de ponta e a identitária se agrega à globalizada. Constrói-se, assim, o fenômeno contemporâneo da hibridização.

A hibridização não é mero fenômeno de superfície que consiste na mesclagem, por mútua exposição, de modos culturais distintos ou antagônicos. Produz-se de fato, primordialmente, em sua expressão radical, graças à mediação de elementos híbridos (orientados ao mesmo tempo para o racional e o afetivo, o lógico e o alógico, o eidético e o biótipo, o latente e o patente) que, por transdução, constituem os novos sentidos num processo dinâmico e continuado [...] (COELHO, 1997, p. 125).

Segundo Gomes e Araújo (2013), a inclusão do artesanato na moda pode se dar de duas maneiras: na primeira, o artesanato é usado como complemento simbólico e agregador de valor ao produto de moda – quando inserido na cadeia produtiva da indústria apenas como inspiração, detalhes ou tendências. Em contrapartida, a segunda maneira dá-se por meio do desenvolvimento totalmente artesanal do produto de moda – quando o artefato é confeccionado através da cadeia produtiva manual e em seu local de origem. Vê-se a partir disso, constantemente, objetos que apresentam características artesanais nas prateleiras de grandes lojas, porém pouco se sabe se eles foram imitados, copiados ou apenas lembrados como valor simbólico de alguma cultura. Daí por que se tem dúvidas se os núcleos e as comunidades artesanais são realmente reconhecidas como elementos propulsores de transformações genuínas

na sociedade por parte dos *designers* e marcas, ou se só servem de forma atrativa. Nesse sentido, Gomes e Araújo (2013, p. 4) ainda explicam que é função da empresa ressaltar a forma como um artefato é produzido, especialmente porque “um produto de moda seja ele totalmente artesanal ou não, deve ser explicitada ao consumidor para que ele entenda como se deu toda a produção e possa dar o devido valor ao produto adquirido, assegurando-lhe o papel de criação do artesanato”.

À vista do exposto, para Krucken (2009) existem diferentes metodologias para orientar a interferência do *design* no artesanato, porquanto, segundo descreve em seu livro “*Design e Território*”, os caminhos percorridos pela ação do *design* em um projeto de valorização artesanal. Com efeito, deve-se seguir oito ações essenciais para valorizar produtos locais, pelas quais o designer pode se orientar para identificar oportunidades e desafios, a saber: Reconhecer as qualidades do produto e do território; Ativar as competências situadas no território; Comunicar o produto e o território; Proteger a identidade local e o patrimônio material e imaterial; Apoiar a produção local; Promover sistemas de produção e de consumo sustentável; Desenvolver novos produtos e serviços que respeitem a vocação e valorização do território; e, por último, Consolidar redes no território

Figura 2 - Ações essenciais para promover produtos e territórios



Fonte: Krucken (2009)

O início do processo acontece baseado na relação entre artesão e *designer*, pois na primeira etapa o *designer* deve reconhecer as qualidades do produto e do território. Assim, alguns questionamentos devem ser colocados à prova, como: Quais recursos, características, elementos, paisagens, histórias e identidades territoriais estão fortemente associadas a essa comunidade? Diante dessa indagação, deve-se planejar um projeto de valorização do artesanato no qual se faz necessário “compreender o espaço onde nasce o produto, sua história e suas qualidades, associadas ao território e à comunidade de origem” (KRUCKEN, 2009, p. 99), de maneira que essa compreensão abrangente constitui a base para projetar produtos e serviços ligados ao território.

Em um segundo momento, a autora também ressalta que é papel do *designer* ativar as competências situadas no território, pois “a valorização de recursos locais depende de capacidades e competências que vão muito além dos limites isolados das diversas áreas de conhecimento” (KRUCKEN, 2009, p. 100). Mostra-se necessário que o meio governamental, institucional e empresarial compartilhem de uma mesma visão, na qual esteja inserida alguns temas sobre: práticas sustentáveis, impacto socioeconômico, gestão de negócios e produtos, análise de mercado e finanças e entre outras. Essas questões são fundamentais para a compreensão de um clima favorável para o desenvolvimento de redes de colaboração e para promover oportunidades de sinergia dos atores no território.

Por conseguinte, na terceira etapa metodológica, é preciso comunicar o produto e o território por meio de valores e qualidades locais presentes nos artefatos, que “precisam ser traduzidos e comunicados em linguagem acessível a consumidores que vivem em outros contextos. Investir na comunicação, portanto, pode reduzir a opacidade do produto aos olhos dos consumidores, tornando as relações mais transparentes” (KRUCKEN, 2009, p. 101). Informar o consumidor sobre o processo em que o produto está inserido é importante para a perpetuação das tradições locais, dando evidência para culturas e povos muitas vezes esquecidos e, com isso, exaltando as comunidades que atuam na região. Nessa mediação entre produtor e consumidor, o *design* ganha destaque, na medida em que pode ser uma ferramenta que contribui para visibilidade da rede de atores envolvidos no processo.

Ademais, a quarta etapa se dá por meio da proteção das identidades locais e do patrimônio material e imaterial, consistindo noutro tópico que ganha relevância na metodologia de Krucken (2009). Esses fatores são percebidos como orgulho local, em que a imagem territorial é fortalecida por histórias e recursos regionais.

Desenvolver imagem clara e coesa do território promove, ainda, o interesse de investir em atividades comerciais e industriais nele situadas. O desenvolvimento do turismo local, por exemplo, pode favorecer e divulgar o território, atraindo visitantes e consumidores. O estabelecimento de relações do tipo ganha-ganha com atores interessados em utilizar os recursos locais é outro fator essencial para estimular a valorização da imagem e do patrimônio do território (KRUCKEN, 2009, p. 102).

Ainda segundo a autora, em um projeto de valorização do artesanato através do *design*, um dos pilares mais importantes é o apoio a produção local, na qual inovação e tradição devem contribuir para a valorização do saber-fazer artesanal. Aqui, o papel do *design* é ser

facilitador, “buscando formas de incorporar novas tecnologias e possibilidades de projeto sem descaracterizar a identidade do produto e do território. Inovações podem tornar um produto mais atraente para o consumidor, mantendo suas qualidades essenciais” (KRUCKEN, 2009, p. 103). Por isso, é importante analisar a viabilidade econômica, técnica e ambiental dos produtos e dos modos de produção, para identificar competências necessárias futuras.

Outra etapa necessária para o fortalecimento territorial é a promoção sistemática de produção e consumo sustentável, definida por Krucken (2009) como a sexta etapa de sua metodologia. O uso sustentável de recursos depende da “conscientização e da sensibilização dos produtores e dos governantes e exige condições básicas relacionadas com a qualidade de vida da comunidade, para que os recursos sejam utilizados em longo prazo e não esgotados rapidamente” (KRUCKEN, 2009, p. 105). Ou seja, é crucial que haja apoio de disciplinas como o *design* para difundir valores relacionados com a sustentabilidade e estimular um posicionamento mais ativo e consciente do consumidor em suas escolhas.

Por fim, as últimas etapas baseiam-se em desenvolver novos produtos que respeitem a vocação território, a fim de consolidar redes locais. Por assim dizer, é por meio das competências percebidas na comunidade que se pode identificar as vocações territoriais que contribuam para renovar a imagem do território, melhorar a condição de vida local e atrair visitantes. Para além disso, o desenvolvimento de redes estimula a integração e a competitividade local, motivando os atores a trabalharem de forma conjunta, produzindo valor e qualidade (KRUCKEN, 2009).

Logo, percebe-se que com os cuidados necessários, o *design*, como conhecimento interdisciplinar, pode potencializar e contribuir para o desenvolvimento socioeconômico local, uma vez que agregar valor aos produtos faz do artesanato um meio capaz de trazer significativo desenvolvimento regional.

3.3.2 Crochê: uma trama simbólica e afetiva

A fim de entender como se dá o processo artesanal na sociedade pós-moderna, pretende-se analisar a técnica do crochê, como objeto de estudo, e como a carga cultural local agrega valor simbólico por meio do imaginário *Slow Fashion*. Além do que, busca-se ampliar o olhar para os saberes tradicionais do ofício artesanal para compreender suas questões intrínsecas, como a identidade e o pertencimento social.

Diante deste contexto, fez-se necessário buscarmos referências sobre a história do crochê e das práticas do tecer na sociedade. Assim, de acordo com Pezzola (2008) o trabalho de tecer teve seu início, com o manuseio de fibras com os dedos. A autora refere que “[...] o mais antigo indício da existência têxtil na história da humanidade data de mais de 24 mil anos; recentemente, foram encontradas preciosidades que documentam a presença da tecelagem no período paleolítico” (PEZZOLA, 2008, p.13). À vista disso, percebe-se que a tecelagem faz parte da história humana.

Além disso, para Sennett (2009) o artesanato ligado aos fios – renda, bordado, crochê, costura e tecelagem – é uma produção tipicamente feminina. Pois, em suas origens, as técnicas de tecer serviam para deixar as mulheres ocupadas, uma vez que, diante dos dogmas da igreja as mulheres eram vistas como indolentes e com tendência a libertinagem sexual. Assim, a tentação feminina poderia ser combatida com um artesanato específico, o da agulha, para manter as mãos das mulheres ocupadas (SENNETT, 2012).

Historicamente, o crochê não possui fontes concretas sobre sua origem, porém alguns autores explicam, ainda que de modo sucinto, o seu surgimento. Segundo a pesquisadora Ruthie Marks (1997), a palavra crochê possui derivação da palavra francesa “*croc*”, que significa gancho, fazendo alusão ao instrumento usado no desenvolvimento da técnica, uma agulha com um gancho na ponta que facilita que a linha seja puxada e permite o feitiço do ponto. Além disso, a autora aponta três teorias que podem explicar a origem do crochê. A primeira ideia enfatiza, hipoteticamente, que a técnica do crochê tenha se originado na Arábia e ampliou-se pelo leste do Tibete e para o oeste da Espanha, onde avançou com as rotas comerciais árabes e expandiu-se para outros países do Mediterrâneo. Contudo, a segunda suposição indica que as primeiras evidências do crochê surgiram na América do Sul em uma tribo primitiva que usava

adornos feitos da técnica artesanal em seus rituais da puberdade. Diferentemente, a terceira teoria, destaca a China como país originário do crochê, pois em pesquisas arqueológicas foram achadas bonecas tridimensionais tecidas com pontos semelhantes ao crochê que conhecemos atualmente.

No entanto, a escritora dinamarquesa Lis Paludan (1995), aponta em seu livro “História do Crochê e Técnica” que, provavelmente, a arte de “crochetar” tenha chegado na Europa por volta do ano de 1700, mas ganha espaço e força apenas em meados de 1800 com a francesa Riego de La Branchardiere, que publicou a técnica do crochê em uma revista, ensinando os leitores por meio de desenhos e diversos padrões a tecerem peças de forma prática.

Os livros de crochê em meados de 1800 eram pequenos, a apenas cerca de 4 polegadas por 6 polegadas, e incluía ilustrações em xilogravura. Estes pequenos tesouros, referindo-se aos livros de Mill Riego, explica Paludan (1995): “padrões contidos para branco laço-como colarinhos, punhos, laço, inserções e tampões para mulheres e crianças, juntamente com os padrões para bolsas e chinelos masculino e bonés. Os materiais recomendados para crochê branco (inserções, orlas, esteiras, aparar para roupa interior) foram fio de algodão, fio de bobina (linha escocesa em bobinas), roupa ou fio de cânhamo. Para trabalhos coloridos, seda, lã e fios de chenille, bem como fios de ouro e prateado, foram sugeridos” (PALUDAN, 1995 apud SILVA, 2016, p. 16).

Para mais, os estudos de Paludan (1995) sugerem que o crochê provavelmente tenha sido desenvolvido por meio do bordado chinês, uma técnica feita com tecido esticado sobre uma armação chamada de “bastidor”. De tal modo, os fios eram posicionados por baixo dos tecidos e entrelaçados com a ajuda de uma agulha finíssima com um gancho na ponta, formando assim uma trama delicada.

Assim, no século XVIII os franceses aboliram os bastidores e começaram a trabalhar a técnica apenas com a agulha e o fio, chamando o método de “crochê no ar”. Neste momento, o crochê começa a espalhar-se por toda Europa, e ganha fama na Inglaterra, quando a Rainha Vitória usa a técnica como passatempo. Além disso, nessa época, era importante para uma mulher de boa família saber realizar alguns trabalhos manuais. Para tanto, o crochê e o bordado estavam entre as técnicas mais praticadas e valorizadas no período vitoriano, sendo consideradas atividades básicas para qualquer mulher, que desde criança aprendia a técnica, ressalta Leme (2017).

Já no século XIV, os fios de seda ganham evidência e são usados para desenvolver rendas finas e delicadas denominadas de “crochê filé”. Neste período, observa-se que “boa parte

das mulheres usavam as atividades artesanais como lazer para se fazer junto com vizinhas e amigas íntimas” (LEME, 2017, p. 39), valorizando a coletividade e o sentimento de pertencimento a um grupo. Assim, observa-se que a prática de tecer se relaciona, durante toda história, ao trabalho da mulher na esfera doméstica, responsáveis pela composição não apenas do imaginário feminino, mas na representação de seu espaço e seus objetos, traduzindo o lugar da mulher na sociedade.

Outrossim, o crochê teve grande importância na Irlanda entre os anos de 1845 a 1850, durante os conflitos com a Inglaterra. Nesse período, os irlandeses passaram por extrema pobreza, mas foi com a ajuda do crochê que o povo pode se reerguer financeiramente. Assim, a população foi organizada em pequenas cooperativas para aprenderem a técnica. Desta forma, as famílias começaram a usar o crochê como fonte geradora de renda e, também, como uma nova perspectiva de futuro, afirma Marks (1997).

[...] o crochê tornou-se uma indústria caseira em expansão, particularmente na Irlanda e Norte na França, sustentando comunidades cujo meio de vida tradicional foi devastado pelas guerras e mudanças de hábito nas fazendas. Mulheres e, às vezes, crianças, ficavam em casa e criavam peças do vestuário e da casa para ganharem dinheiro. Os trabalhos eram comprados principalmente pela classe média emergente (MARKS, 1997, apud LEME, 2017, p. 39).

Na sequência, após a Primeira Guerra Mundial o crochê estagnou-se e passou a ser conhecido como uma prática das classes baixas, sendo menosprezado perante outras rendas mais sofisticadas. Mais à frente, já no século XX, as técnicas artesanais voltam a ser valorizadas pela sociedade da época, assim o crochê ressurgiu em 1940 e se caracteriza como arte da “dona de casa”, destaca Leme (2017).

Ademais, o crochê sofreu evoluções ao longo dos anos, especificamente, em seus materiais que foram sendo substituídos pouco a pouco. Desta forma, as matérias-primas usadas na confecção eram: cabelos, gramíneas, juncos e peles de animais, que foram supridas por fios de ouro, prata, cobre, seda, algodão e lã. Neste contexto, corroborando com o autor, Silva (2016) afirma que:

Nos primeiros séculos, o homem utilizou o crochê para suas tarefas corriqueiras. Caçadores e pescadores criaram, a partir de fios de fibras, tecidos, cordas ou tiras de pano, armadilhas para uso na caça e pesca. Além da caça, o crochê também foi usado para confecção de jogos e utensílios de cozinha. Além do uso cotidiano, o crochê foi também usado para decorações em datas comemorativas tais como ritos religiosos,

festas, casamentos ou funerais. Muitos trajes cerimoniais eram ornamentados com detalhes em crochê e enfeites decorativos para braços, tornozelos e pulsos (SILVA, 2016, p. 14).

Igualmente, as ferramentas utilizadas para tecer, que em tempos anteriores eram instrumentos como ganchos feitos de cerâmicas, madeira, espinha de peixe, hoje são simples agulhas de metal ou plástico encontradas facilmente em lojas de aviamentos. Assim como, as inúmeras variedades de fios naturais e sintéticos que facilitam no desenvolvimento e confecção da técnica. Além disso, “o crochê também pode ser confeccionado com materiais diferenciados como tiras de plásticos, sisal, juta e sucatas de tecidos” (SILVA, 2016, p. 14).

Atualmente, com o crescimento e a valorização do artesanato, o mercado vem direcionando seu olhar para o crochê, pelo que o fenômeno da globalização fez com que a técnica fosse reconhecida em todo mundo e “principalmente no Brasil, de modo que o crochê é visto como manifestação do regionalismo cultural” (LEME, 2017, p. 17). Não fosse isso o bastante, com o crescimento do movimento *Slow Fashion*, a moda também se apropria desse ofício, valorizando a cultura local e o fazer artesanal.

O artesanato brasileiro, inclusive o crochê, é um dos mais ricos e expressivos do mundo, se manifesta de várias maneiras e cada região contribui de forma significativa para enriquecer esses produtos. A diversidade cultural do Brasil destaca o país como um centro criativo de arte e garante o sustento de várias famílias e comunidades brasileiras (LEME, 2017, p. 17).

O crochê, antes visto apenas com a função de ser utilitário ou decorativo, rompe as barreiras preconceituosas entre arte e ofício, valorizando o multiculturalismo e as práticas regionais. Bem por isso, o crochê pode fazer parte de manifestações artísticas, “como as intervenções urbanas feitas com a técnica, onde artistas envolvem com fio de lã objetos urbanos com o propósito de levar mais aconchego e cor as cidades (BRAUN, 2013, p. 17). Logo, para o autor, a técnica do crochê nunca se perdeu totalmente, pelo contrário, ela se transforma através de gerações:

Ao longo das décadas este fazer perde parte de seu espaço no universo feminino, pois as mulheres começam a trabalhar e não dispõem mais daquele tempo para a produção de seus trabalhos manuais. Porém esta técnica nunca se perde totalmente, de algum modo é sempre passada de gerações em gerações, por vezes com mais intensidade do que em outras épocas, mas sempre esteve presente em nossa história. E agora ressurgiu com muito glamour até nas passarelas da moda. Nomes de grandes estilistas fazem

uma retomada daquela que seria uma das técnicas mais delicadas da história (BRAUN, 2013, p. 64).

Ademais, a aplicação do crochê em ações femininas coletivas, através de associações e grupos, dá voz às mulheres, permitindo maior atuação política e mobilização para a conquista de espaço na sociedade. Desta maneira, entende-se a relação e importância da tecelagem para a vida humana, um saber técnico, doméstico e essencialmente feminino, que mesmo frente à contemporaneidade e produção industrial é uma prática que não desapareceu, resiste ao progresso e permanece vívida no imaginário feminino, na forma de rendas, bordados, crochê, tricô, etc. Sob esta perspectiva, a técnica do crochê evidencia o processo de empoderamento feminino, fortalecendo o individual e o coletivo, incentivando a cooperação entre mulheres, ultrapassando as barreiras pessoais e nutrindo a relação de um grupo. De acordo com Maffesoli (2000, p. 21), as “relações grupais caracterizam-se pela partilha de valores, que tendem a compor uma pluralidade de elementos com ambiência específica que os torna solidários uns com os outros”.

Nesta lógica, entende-se que há um simbolismo presente na prática do crochê, em que os fios se entrelaçam dando suporte e estrutura uns aos outros, pode servir como uma metáfora para as relações sociais em grupos, na qual caracteriza-se por uma rede, onde o compartilhamento de ideias, valores e experiências são tecidos. À vista disso, segundo Moraes e Bressan (2019) observa-se, que há um universo simbólico, com matrizes imaginárias que forjam as narrativas do cotidiano, notadamente marcado, quer seja em essência ou pela socialidade, pertencimento, identificação e laços de afeto.

Por este ângulo, compreende-se que o ato de tecer faz parte das mais antigas civilizações, e está enraizado como matriz arquetípica em diferentes culturas, por meio de práticas e de narrativas míticas. Desta forma, repara-se que os fios carregam um simbolismo por meio da imagem da tecelã e da roca de fiar presentes em diversos mitos como, o “Mito de Ariadne”, “Mito de Penélope” e “As Moiras”. Assim, para Gibert Durand, os instrumentos de tecedura e fiação, refletem valores transcendentais das imagens no movimento do destino. “A tecnologia dos têxteis, pela roda, o fuso e os seus produtos, fios e tecidos, é assim, no seu conjunto, indutora de pensamentos unitários, de fantasias do contínuo e da necessária fusão dos contrários cósmicos” (DURAND, 2002, p. 323). É dizer que, o movimento dinâmico e contínuo do tecer consiste e simboliza a infinita dinâmica do fio que tece o destino da vida contra a morte.

Em concordância, Chevalier e Gheerbrant (1998) ressaltam que os fios e os elementos de tear representam muito mais que um simples material que permitem a confecção de belos trabalhos artísticos. Eles simbolizam o destino humano e servem para designar tudo o que rege e intervém sobre a linha tênue da vida.

Esse simbolismo é expresso acima de tudo no *Upanishad*, onde se diz que o fio (süIra) efetivamente "conecta este mundo e o outro mundo e todos os seres". O fio é *atma* (o Sim) e *prana* (a respiração). A ligação ao centro principal, às vezes representada pelo sol, exige que a linha seja rastreada por toda parte. Isso evoca o simbolismo do fio de Ariadne, que é o agente da ligação ao centro do labirinto e que leva do mundo das trevas para o da luz. Seria necessário mencionar, nesse sentido, os fios que ligam os bonecos à vontade central do homem que os anima, como no teatro japonês. No plano cósmico, devemos distinguir o fio da urdidura e o fio da trama: a urdidura se liga entre eles, os mundos e os estados; o enredo representa o desenvolvimento condicionado e temporal de cada um deles. O conjunto desse tecido é designado como (dois fios de Shiva. O desenvolvimento exclusivo do fio de trama é simbolizado pelos Grim Reapers, que giram o tempo ou o destino (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1998, p. 570).

Por fim, aqui percebe-se que o crochê ultrapassa a materialidade e se constitui como potência simbólica, por meio do conhecimento construído ligando o fazer comunitário, a cultura e a tradição. É a repetição do ato de crochetar que possibilita a interligação do passado ao presente, realizando uma transmissão de valores, saberes e experiências que constituem o registro da história a qual o sujeito pertence. Logo, a valorização do saber-fazer artesanal, em um tempo no qual prevalece o imediatismo da tecnologia e o valor da efemeridade, possibilita o fortalecimento e a manutenção da tradição, do imaginário, da memória e da identidade local de um grupo.

4 METODOLOGIA

4.1 HERMENÊUTICA SIMBÓLICA: A ARTE DA INTERPRETAÇÃO

A presente pesquisa terá como um de seus substratos metodológicos a interpretação por meio da hermenêutica simbólica. Assim, busca-se estabelecer uma teoria geral da compreensão, em que não se pode compreender o todo sem que se compreenda suas partes e vice-versa. Desta forma, entende-se que só “existe interpretação onde existe sentido múltiplo, e é na interpretação que a pluralidade de sentido se torna manifesta” (RICOEUR, 2008, p. 66).

A história da formação da Hermenêutica, enquanto arte e técnica da interpretação, começa com os gregos e suas tentativas de compreender seus poetas e filósofos; todavia, esta metodologia atravessou um longo caminho com suas fases e dimensões, sacra, profana e jûris, mas se consolidou por meio do Círculo de Erasmo. “A Hermenêutica Clássica torna-se assim Hermenêutica simbólica através de uma reinterpretação que passa por J. J. Bachofen, C. G. Jung, E. Cassirer e pelo Círculo de Erasmo com G. Durand [...]” (ORTIZ-OSÉS apud ARAÚJO. BAPTIST, 2003, p. 138). Desta forma, a cosmovisão do símbolo ganha um novo sentido, saindo dos moldes dos racionalismos e se inseriu nos métodos fenomenológicos.

Segundo Carvalho (1998) a Hermenêutica Simbólica ou Antropologia Hermenêutica desenvolveu uma “ontologia mito-simbólica” ou uma “mitologia hermenêutica”, que deu início a investigar quais as atitudes arquetípicas do homem diante do sagrado, destacando ainda a hermenêutica do sentido.

A fase da hermenêutica simbólica chega a conclusões de alto valor não só teórico, mas heurístico: 1. Elabora-se uma filosofia da cultura, que verem os presentes, por exemplo, na Escola de Grenoble (o “novo espírito antropológico”, NEA); 2. Essa filosofia da cultura centra-se no simbolismo da mediação e na hermenêutica do homo religiosus ; [...] São aqui ativos: Durand. Eliade. Hillman, Miller, Von Franz, Porkert, Zahan, Fairvre, Brunm, Guiomart, Ortiz-Osés. (CARVALHO, 1998, p. 25-26).

Sob esta perspectiva, a hermenêutica apresenta-se como sendo a filosofia interpretativa, uma vez que representa um encontro interdisciplinar em torno da compreensão do sentido da realidade, do texto ou do contexto. É através da linguagem, considerada o elo

entre o mundo e o homem, que a hermenêutica se constitui como escolástica pós-moderna, buscando, configurar “uma nova síntese contemporânea entre o pensamento clássico aristotélico-tomista e o pensamento cartesiano-hegeliano” (ORTIZ-OSÉS apud ARAÚJO; BAPTIST, 2003, p. 94).

Nesse contexto, percebe-se que um “Novo Espírito Científico”, deixa um legado para uma nova concepção da Ciência Antropológica, cujo método da não mensurabilidade, da não causalidade, do não agnosticismo e da não dualidade desponha para uma nova epistemologia, numa abordagem poética-experimental e compreensiva. Assim, entende-se que o ato de interpretar pode ser considerado uma interlinguagem, pois a partir do momento que um indivíduo busca compreender, traduzir e dar sentido a algo, seu mundo também é afetado por tal interpretação. Logo, compreender é compreender-se, especialmente porque “Não se trata de impor sua própria capacidade finita de compreender, mas expor-se e receber um si mais amplo, que seria a proposição de existência respondendo, de maneira mais apropriada possível, à proposição de mundo” (RICOEUR, 2008, p 66).

Em consequente, corroborando com Ricoeur (2008), os autores Ferreira-Santos e Almeida (2012) aduzem que:

Como cada individualidade é uma manifestação do viver total, cada um traz em si um mínimo de um dos demais, estimulando a adivinhação por comparação consigo mesmo. Assim, no contato interpretativo com a individualidade do autor, transformo-me num outro ao mesmo tempo em que o transformo em um eu (FERREIRA-SANTOS; ALMEIRA, 2012, p. 106).

Ademais, entre a interpretação e a linguagem existe o sentido, que vai muito além de um mero objeto da compreensão objetiva ou subjetiva, consistindo em um estágio interposto entre esses dois polos. Assim sendo, “a Hermenêutica trata do significado humano ou humanado, bem como da significação ou do sentido pregnante” (ORTIZ-OSÉS apud ARAÚJO; BAPTIST, 2003, p. 99), do que se vê que o sentido ultrapassa, meramente, a explicação abstrata do que é real, e se consolida em uma explicação implicativa do real vivido. Daí se interpreta que o conhecimento humano é por sua própria natureza um conhecimento simbólico, justo porque “É este traço que caracteriza tanto a sua força como as suas limitações. E, para o pensamento simbólico, é indispensável fazer uma distinção clara entre o real e o possível. Um

símbolo não tem existências real como parte do mundo físico; tem sentido” (CASSIRER, 1994, p. 96).

Nesta visão, Durand (1993) cita Ricouer para explicar a dimensão de um símbolo:

[...] símbolo autêntico possui três dimensões concretas: é simultaneamente “cósmico”, recolhe às mãos cheias a sua figuração no mundo bem visível que nos rodeia); “Onírica”, enraíza-se na recordações, nos gestos que emergem nos nossos sonhos [...] e, finalmente “poética”, isto é, o símbolo apela igualmente à linguagem, e à linguagem que mais brota, logo, mais concreta” (apud DURAND, 1993, p 12).

De fato, a Hermenêutica retira a venda que impede a visão do sentido, trazendo luz ao que estava nas sombras. Ou seja, o sentido da existência humana deve simbolizar-se, até mesmo porque “a morte cola-se a Hermenêutica como o vazio, o oco ou agulheiro surreal, de onde é possível interpretar simbolicamente a vida, já que a morte representa a suspensão da vida, a perfuração do tempo contínuo [...]” (ORTIZ-OSÉS apud ARAÚJO; BAPTIST, 2003, p. 103). Em acréscimo, vê-se que a hermenêutica simbólica pode ser entendida como uma jornada interpretativa, de cunho antropológico, “que busca o sentido da existência humana nas obras da cultura e das artes, através dos símbolos e imagens organizados em suas narrativas” (FERREIRA-SANTOS, 2004, p. 144).

Com isso, a Hermenêutica Simbólica ressignificou o conceito de símbolo com sua cosmovisão e redutibilidade o passando de mero signo para um novo sentido. Assim, “a especificação desta Hermenêutica consiste em passar do significado (o que se diz) para o sentido (o que se pretende dizer)” (ORTIZ-OSÉS, ARAÚJO; BAPTIST, 2003, p. 138). Ou seja, neste momento a Hermenêutica se desfaz dos modos racionalistas e se insere nos métodos fenomenológicos, no qual a essência do conhecimento passa a orientar-se por tentar explicar a consciência do sujeito humano. Assim, por meio da compreensão, não se busca o saber teórico e sim o saber prático, adotando a abordagem da interpretação do homem como ser único, singular e intérprete de si mesmo. A Hermenêutica estabelece que todo o entendimento de algo já é interpretação, de forma que a interpretação se eleva à categoria universal do conhecer humano (ORTIZ-OSÉS, 1989).

A nova interpretação do homem como *homo hermeneuticus* não se acrescenta de um modo justaposto às anteriores, nem intenta uma nova visão radical e espetacular do homem. Consiste numa revisão deste homem interpretado na história de mil modos diversos, convergentes, no entanto, como interpretações, todas do homem pelo homem. O homem será, pois – e foi-o, isto e aquilo, mas, em todo o caso, será sempre

o seu próprio intérprete. Isso, nem mais nem menos, é dito com a nossa definição antropológica. (ORTIZ-OSÉS, 1989, p.24).

À vista disso, foi preciso que o símbolo saísse do domínio próprio da história das religiões para enfileirar-se nos problemas da filosofia a partir da interpretação do homem. Na concepção de Ricoeur (*apud* Durand, 1993) a interpretação de um símbolo nos permite configurar o mundo que nos rodeia, enraizar os gestos e as recordações, e elucidar a forma poética. Corroborando com o autor, Durand (1993), afirma que a Hermenêutica se encontra em duas vias, pois qualquer símbolo é duplo:

[...] no fundo, qualquer símbolo é duplo: como significante, organiza-se arqueologicamente entre os determinismos e os encadeamentos causais, é “efeito”, sintoma; mas, como portador de um sentido, tende para uma escatologia tão alienável como as cores que lhe são dadas pela própria encarnação numa palavra, num objeto, no espaço e no tempo (DURAND, 1993, p. 92).

Ainda, segundo Durand (1993), a Hermenêutica simbólica se diferencia da noção algébrica do signo arbitrário de sentido único, quando o significado deixa de ser unívoco e acessível, alcançamos a Imaginação Simbólica. O símbolo parte do próprio significante concreto para diversas ideias, mesmo divergentes quanto ao seu sentido último. Para o autor, a consciência dispõe de duas maneiras de representar o mundo. “Uma, direta, na qual a própria coisa parece estar presente na mente, como na percepção ou na simples sensação. A outra, indireta, quando, por qualquer razão, o objeto não pode se apresentar à sensibilidade em carne e osso” (DURAND, 1993, p. 11). Nesse caso, a hermenêutica simbólica é a interpretação do homem e sua reflexão sobre os símbolos que dominam a sua existência, através das suas linguagens, culturas, condições históricas e filosóficas. O carácter mediador, entre a objetividade e subjetividade, contribuindo para a compreensão da linguagem enquanto ponto de encontro entre o mundo, o homem, a realidade e a idealidade.

Em suma, ressalta-se que a Hermenêutica não é uma técnica de interpretação que pode ser usada de forma instrumental; pelo contrário, trata-se aqui de uma jornada interpretativa que busca o sentido nas coisas e percebe que somos nós quem, reciprocamente, atribuímos sentidos a elas. Logo, “um indivíduo é o início, o meio e o fim da jornada interpretativa e que suscita um engajamento existencial” (FERREIRA-SANTOS, 2004, p. 145). Assim, o sentido

só vai ser captado nesse intercâmbio vivencial e existencial da jornada interpretativa sob as nuances de uma trajetória antropológica, como descrito por Durand (2002).

4.2 SOCIOLOGIA COMPREENSIVA: O CONHECIMENTO COMUM

Em continuidade, ainda no tocante aos fundamentos metodológicos que norteiam a presente pesquisa, tem-se como compreensão o comportamento humano refletido no fenômeno da moda, a partir de uma abordagem compreensiva, cujas bases foram lançadas pelo sociólogo francês Michel Maffesoli, para quem a metodologia compreensiva deve basear-se na razão sensível, no pluralismo de ideias, na valorização do cotidiano e da vida social.

Ademais, a óptica maffesoliana proporciona quadros de análise baseados na manifestação de algo que é, e não no que deve ser. Do mesmo modo, o autor corrobora que toda a experiência possui saber cognitivo, no qual tudo pode ser método, tudo pode ser o caminho e tudo pode ser útil à sociologia (MAFFESOLI, 2007).

Além disso, segundo Cidreira (2014), a característica da abordagem compreensiva consta em outorgar uma atenção especial aos dados qualitativos, compreendendo o observador e o observado nos procedimentos de observação. Ou seja, a sociologia compreensiva faz interpretações abstratas para explicar uma variedade de fatos e evidências coletadas. De tal sorte, Silva (2012, p. 20) aduz que “somos produtores de probabilidades, possibilidades e hipóteses, mas não criadores de doutrinas e verdades absolutas”.

Nesse sentido, para a sociologia compreensiva não basta a lógica dos conceitos e suas estruturas totalitárias, porquanto, tal como sustenta Maffesoli (2007, p. 9), “o conhecimento empírico ultrapassa as construções racionalizadoras [...] já que a própria vida social é inacabada superando qualquer condicionamento estrutural”. Com isso, a vida comum do homem e suas banalidades devem ser observadas e compreendidas como mola propulsora para inquietações e questionamentos, buscando explicar a dinâmica das relações sociais, suas vivências e experiências, como resultados da ação humana.

Para mais, Maffesoli (2007) em seu livro intitulado *O conhecimento comum: Introdução à sociologia compreensiva* aponta cinco pressupostos teóricos da sensibilidade que são fundamentais na sociologia compreensiva: Primeiro, a **Crítica do dualismo**, que ressalta a importância da dosagem entre erudição (crítica, razão) e paixão (sentimento, imaginação) para que se possa avaliar da melhor maneira possível um fenômeno qualquer. Segundo, **Crítica à forma**, que sugere uma quebra do estruturalismo e os conceitos, buscando a valorização das inquietações e questionamentos acima das respostas. Terceiro, a **Sensibilidade Relativista**, que declara que nas histórias humanas os valores retornam de modo cíclico e o que muda é a reflexão tecnicista sobre eles. Quarto, a **Pesquisa Estilística** que propõe a empatia e uma escrita mais aberta sem perder a competência científica; e, por último, o **Pensamento Libertário**, onde o pesquisador torna-se participante, sendo importante a atitude empática e as intensas trocas.

Nesse sentir, para o autor é por meio do método compreensivo que o pesquisador do imaginário deve mergulhar no sensível das práticas sociais, buscando entender cada fenômeno como um inconsciente compartilhado e coletivo, que envolve e influencia o imaginário social de um grupo e de uma época. Para tanto, a Sociologia Compreensiva ao invés de definir, propõe-se a compreender e explicar. É uma técnica que se constrói em curso, durante sua utilização, em meio à contextualização do fenômeno analisado.

À vista disso, entende-se que uma sociedade se constitui através de uma teia de sentido, com relações complexas e ações sociais em constantes mutações. Partindo desse olhar, Max Weber (1999) firma que uma sociedade é o resultado de uma imensa rede de interações entre os seus membros, é, a partir daí, que a sociologia compreensiva ganha destaque, pois seu método busca assimilar os diferentes tipos de racionalidade que motivam as ações sociais.

A sociologia compreensiva, entretanto, não se interessa pelos fenômenos fisiológicos e pelos anteriormente chamados fenômenos ‘psicofísicos’ [...], tampouco se interessa pelos dados físicos brutos... Pelo contrário, estabelece diferenças da ação conforme referências típicas providas de sentido [...] (WEBER, 1999, p. 315).

Segundo o autor, para analisar essas ações sociais não basta observá-las de modo distante, é necessário se aproximar, interagir e, a partir daí, assimilar os diferentes tipos de racionalidade que motivam as relações. Com isso, a compreensão abre caminho para o entendimento dos sentidos latentes e patentes de um indivíduo ou grupo.

Para mais, Maffesoli (2007, p. 19) aduz que o “método compreensivo permite uma abordagem indutiva”, sendo que o “conhecimento ordinário”, o nosso “conhecimento comum” é o que nos prepara para a vida, nos prepara para a caça. Assim, o pesquisador precisa estar aberto, com espírito de generosidade, de proximidade, pois “somos parte disso tudo” (MAFFESOLI, 2007, p. 19). Em outras palavras, diferentes de outras metodologias, a sociologia compreensiva insere o pesquisador no contexto fenomenológico estudado, pois entende que quando um pesquisador está imerso por inteiro no processo, ele pode apreender, pressentir as sutilezas, os matizes, as descontinuidades desta ou daquela situação social, com isso, o autor conclui que “somos parte integrante (e interessada) daquilo que desejamos falar” (MAFFESOLI, 2007, p. 29).

Diante do exposto, observa-se que a sociologia compreensiva possibilita o pesquisador a fazer parte do imaginário por ele analisado, mergulhando na bacia semântica do outro e trilhando seu próprio trajeto por meio de um percurso teórico. A esse respeito, Silva (2012, p. 76) explica que o esforço interpretativo do método compreensivo visa entender a sociedade contemporânea como um elemento vivo, já que é o sentido da ação que dá significado às relações sociais, dando a ela sentido e significado, pelo entendimento de que a dinâmica social não se dá apenas através de regras e normas, mas está expressa no conjunto de ações individuais que se ligam a um coletivo.

A diversidade do meio exige uma multiplicidade de caminhos para a entrada nos labirintos da teia social. O irracional, o não-razional, o afetivo, o passional, o estético e o emotivo não podem ser eliminados da análise sociológica pelo simples fato de que não são quantificáveis ou passíveis de observação numa cadeia repetitiva de indivíduo para indivíduo ou de grupo para grupo. A sociologia compreensiva não se restringe a perceber o mesmo em muitos, mas deve procurar também o diferente em poucos. O singular é tão sociológico quanto o geral. O único exige tanta explicação quanto o múltiplo (SILVA, 2012, p. 79).

Por conseguinte, observa-se que a Sociologia Compreensiva introduz alguns paradigmas para a condução das pesquisas científicas, pois se propõem a descrever a vida social através da mistura do “inteligível e do sensível, de *sapiens* e de *demens*” (Maffesoli, 2007, p. 95) onde esta percepção reintroduz na análise social as dimensões míticas e imaginárias. Logo, o método compreensivo visa entender não somente os aspectos da razão, mas também as características intangíveis e imprevisíveis, dando valor ao banal, ao cotidiano, ao casual,

oferecendo uma nova visão as investigações acadêmicas e servindo como ferramenta metodológica para a reflexão epistemológica.

O minúsculo cotidiano é importante para apreender o que se chama de socialidade (...) a qual reside em um misto de sentimentos, paixão, imagens, diferenças, que incitam a tornar relativo às certezas estabelecidas e a uma multiplicidade de experiências coletivas (MAFFESOLI, 1984, p. 20).

Enfim, pretende-se, portanto, neste projeto de pesquisa, valer-se da sociologia compreensiva, juntamente com a hermenêutica simbólica, pelo viés do imaginário social, para responder as questões em análise, sobretudo porque, à luz do exposto, a vida social supera qualquer condicionamento estrutural e nos leva a refletir sobre sua dimensão eterna.

4.3 MÉTODOS DE PESQUISA: DELIMITAÇÃO E CRONOGRAMA

A estratégia de pesquisa adotada para o desenvolvimento deste estudo consiste na realização de um estudo de caso, que ora se propõe a analisar a marca *Leafy Natural Couture*, enquanto um dos expoentes do *Slow Fashion*. A marca foi oficialmente criada em 2008 pela *designer* gaúcha Silvia Vassão. Suas coleções nos apresentam peças artesanais de crochê feitas a partir de fios de seda fiados à mão e tingidos com pigmentos orgânicos. Tais peças rústicas são produzidas por comunidades de mulheres artesãs das cidades de Imbituba e Garopaba, no litoral sul de Santa Catarina, onde a marca oferece oficinas de crochê e apoio à cultura local, buscando, assim, incentivar e valorizar o fazer artesanal, o empoderamento feminino e a geração de renda.

Neste contexto, segundo Yin (2001, p. 22), o “estudo de caso é uma análise empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto de vida real”, de modo que, no processo de coleta de dados, o estudo de caso pode recorrer a várias técnicas de investigação qualitativa, como observações, entrevistas, relatórios, diários de bordo, dentre outros.

Por assim dizer, o presente estudo dar-se-á sob à luz da análise Hermenêutica Simbólica de um curta-metragem apresentado pela marca em seu canal no *Youtube*, em que é demonstrado o caminho percorrido para a criação e desenvolvimento de um produto *Slow Fashion*. Pretende-se, com isso, investigar os sentimentos e símbolos que o vídeo da marca suscita, procurando, assim, identificar a atuação do imaginário *Slow Fashion* e do fazer artesanal enquanto potência simbólica nas novas formas de criação de moda, a fim de identificar e discernir qual regime do imaginário rege este processo.

A metodologia do imaginário exige a constituição de um corpus empírico no qual vão se buscar as imagens simbólicas capazes de equacionar a situação investigada. Assim, por meio das imagens presentes no vídeo em análise, pretende-se compreender os aspectos da realidade que não estão expressos através das formas semânticas, buscando assim, identificar as formas de simbolização, ou seja, a atribuição de sentidos e de constituição de um imaginário, trazidas pelo marca *Leafy* em relação ao processo artesanal na cadeia produtiva de moda.

Cabe ressaltar que, ao pesquisar os regimes da imagem e a estrutura do imaginário de um grupo, o pesquisador está percorrendo o Trajeto Antropológico descrito por Durand (2002), valendo-se da existência de uma gênese que permite a oscilação do gesto pulsional ao ambiente social e material, e vice-versa. Nesse sentido, o imaginário seria o Trajeto no qual a representação do objeto se deixa assimilar e modelar pelos imperativos pulsionais latentes e patentes do sujeito. A partir dos preceitos metodológicos desse modelo teórico, busca-se descrever o funcionamento do imaginário e encontrar sua constelação de símbolos, identificando por meio das imagens projetadas pelo vídeo em análise, a *schème*, o arquétipo e o regime da imagem.

Além disso, almeja-se, por meio da Sociologia Compreensiva, descrever e explicar a dinâmica das relações sociais presentes no imaginário *Slow Fashion* e como se entrelaça essa trama afetiva entre criação, técnicas manuais, identidade cultural e colaboratividade, especialmente através das narrativas cotidianas de um grupo de nove mulheres crocheteiras que desenvolvem trabalhos para a marca em análise. Assim, a primeira aproximação com o sujeito da pesquisa será através de uma conversa informal tendo como ferramenta de coleta de dados um questionário aberto.

A proposição das reflexões e das narrativas recolhidas nas entrevistas serão utilizadas no sentido de colocar em destaque os processos simbólicos no fenômeno cultural,

seja em sua dimensão material ou dimensão imaterial. Desta forma, o método compreensivo possibilita a observar e descrever o cotidiano do grupo local em estudo.

Com isso, o teor dos elementos em investigação terá como premissa entrecruzar a potência simbólica presente no vídeo da marca com as narrativas, vivências e cotidiano das artesãs entrevistadas. A metodologia científica no estudo do imaginário permite analisar esse conjunto de imagens visuais e verbais criado por uma sociedade ou parte dela.

Assim, o método deste estudo se dará da seguinte forma:

a) Construção do referencial teórico sob o viés do imaginário amparado pela óptica maffessoliana e durandiana, buscando-se identificar os aspectos da cultura dos sentimentos e da intensidade das emoções comuns na sociedade pós-moderna;

b) Levantamento teórico das características e dos pilares do movimento *Slow Fashion* para análise fenomenológica;

c) Análise Hermenêutica Simbólica do curta-metragem apresentado pela marca *Leafy Natural Couture* em seu canal no *Youtube*;

d) Seleção das narrativas cotidianas do grupo de nove mulheres crocheteiras que desenvolvem trabalhos para a marca em análise, por meio de questionário aberto;

e) Análise qualitativa do estudo de caso com base nos preceitos da sociologia compreensiva através do entrecruzamento das potências simbólicas presentes no vídeo da marca com as narrativas das artesãs entrevistadas.

Por fim, a pesquisa abrange teorias sociológicas, dentre as quais se destaca a teoria do imaginário; contudo, cabe ressaltar que o campo de aplicação dos resultados restringe-se à área de moda, notadamente porque o estudo que aqui se propõe tem na moda seu principal supedâneo.

5 ANÁLISE

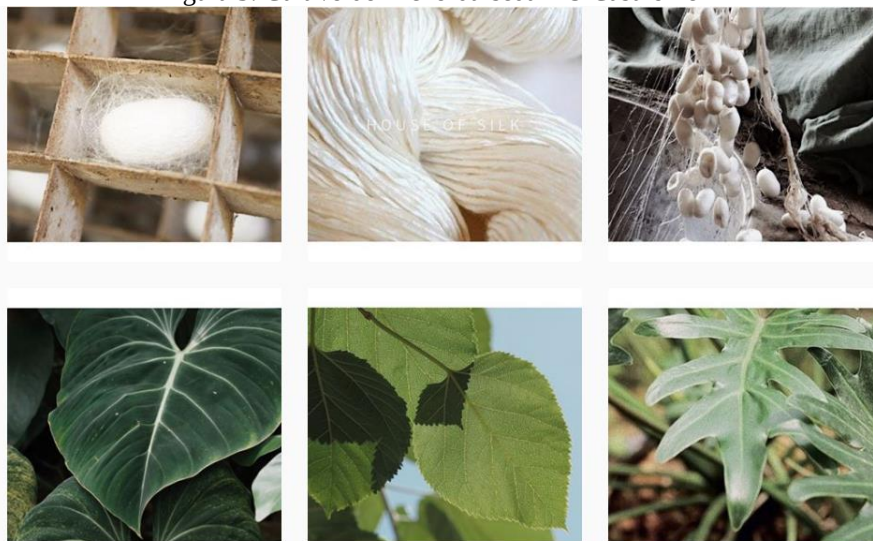
5.1 ESTUDO DE CASO: *LEAFY NATURAL COUTURE*

A presente pesquisa tem como objeto de estudo a marca *Leafy Natural Couture*, grife de luxo que possui como bandeira a sustentabilidade e a inspiração no movimento *Slow Fashion*. Dedicada à criação de peças artesanais com referências atemporais, modernas e conceituais, a marca reúne a arte antiga do crochê e o *design* contemporâneo.

A história da marca começou quando Silvia Vassão, diretora criativa e fundadora da empresa, aos 18 anos de idade resolveu deixar seu país natal, o Brasil, para se aventurar mundo afora, buscando novas experiência e aprendendo com diversas culturas (LEAFY, 2020). A designer gaúcha escolheu o estilo de vida nômade, que de acordo com Maffesoli (2010^a, p. 43) é “movido pelo desejo de evasão, principalmente em relação à não-fixação em uma profissão, à identidade, à família [...] é a pulsão migratória da mudança de lugar, de hábito, de pessoas e de rotina”.

À vista disso, foi durante uma de suas viagens que Sílvia desenvolveu seu amor pela natureza e pela diversidade humana, ao descobrir uma paixão pelo *Ethos Design*, no qual os usos e costumes, originados de um determinado lugar podem servir de inspiração para a criação de um produto ou bem simbólico. Nesse contexto, a origem sustentável da marca surgiu quando ela atravessou o Camboja, Vietnã, Índia e Japão e se encantou pela seda, a partir de quando começou a estudar e colecionar diferentes tipos de seda, buscando encontrar o tecido perfeito para desenvolver sua coleção (LEAFY, 2020). Após, foi no sul do Brasil, em Maringá no estado do Paraná, que ela descobriu o Vale da Seda e o projeto O Casulo Feliz e montou sua base de produção.

Figura 3: Cultivo do Bicho-da-seda – O Casulo Feliz



Fonte: www.instagram.com/leafynaturalcouture_officia (2020)

Ademais, após alguns anos vivendo o estilo nômade, Sílvia, finalmente, escolheu Nova York, no Estados Unidos, como sua base domiciliar e encontrou uma maneira de traduzir todos os seus interesses e acervo de pesquisa em um manifesto de moda sustentável, a marca *Leafy*.

As coleções da grife apresentam peças artesanais de crochê feitas a partir de fios de seda fiados à mão e tingidos com pigmentos orgânicos. Tais peças rústicas são produzidas por comunidades de mulheres artesãs das cidades de Imbituba e Garopaba, no litoral sul de Santa Catarina, onde a marca oferece oficinas de crochê e apoio à cultura local, buscando, assim, incentivar e valorizar o fazer artesanal, o empoderamento feminino e a geração de renda.

A marca possui o conceito de anti-industrialização e, por isso, suas peças são totalmente artesanais e não possuem contato com nenhum tipo de maquinário automatizado. Assim, para desenvolver suas criações são necessários apenas dois elementos: uma agulha e o fio de seda mais puro. O método produtivo da *Leafy* diferencia-se, primeiramente, porque seus produtos são concebidos fora de um ambiente industrial. São peças com aura local desenvolvidas de forma primitiva, no aconchego do lar.

Outra matéria-prima utilizada pela marca é a pele do peixe amazônico, Pirarucú. Este couro de peixe é uma alternativa ecológica ao couro bovino e seu processamento não é prejudicial ao meio ambiente. Como o Pirarucu faz parte da dieta básica da região amazônica,

a pele de peixe que a marca adquire é um subproduto da indústria pesqueira local (LEAFY, 2020). O processo de preparação do couro se dá por meio da técnica do curtume ecológico e possui certificado sustentável pelo IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis).

Figura 4: Couro de Pirarucú



Fonte: www.instagram.com/leafynaturalcouture_officia (2020)

A *Leafy* dedica-se a reduzir o impacto ambiental de seus negócios e promove uma maneira mais responsável de experimentar a moda. Adquirindo matéria-prima de fornecedores que atendem aos mais altos padrões de sustentabilidade e responsabilidade social. Nessa senda, a empresa utiliza os pilares dos movimentos *Slow Fashion* como suporte para desenvolver suas atividades, criando uma moda feita para durar, com peças versáteis que fazem a transição do dia para a noite e dos *resorts* para a cidade (LEAFY, 2020).

O público-alvo da marca são mulheres modernas e conscientemente bem esclarecidas, que possuem identificação com os propósitos destacados pela empresa, que gostem do *design* atemporal e valorizem a mão-de-obra local. Assim, o posicionamento de marketing da *Leafy* volta-se para o mercado de exportação. Desse modo, observou-se que todo o conteúdo exposto em seu site e em suas redes sociais se encontram em inglês. Além disso, a marca não possui loja física, suas peças são desenvolvidas sob-medida ou encomendas, coleções cápsulas também são criadas e expostas em feiras itinerantes, hotéis, *resorts* e *boutiques* de luxo ao redor do mundo.

Figura 5: Captura de tela – Site da Marca



Fonte: www.eafynaturalcouture.com/collections/couture (2020)

Em suma, a *Leafy*, com sua forma de produção diferenciada agrega aos seus produtos uma narrativa, uma história, trazendo consigo a aura local e afetual do fazer artesanal. Dessa maneira, o método da marca diferencia-se do sistema atual de moda e propõem em suas criações a potencialização do imaginário *Slow Fashion*, imprimindo os conceitos de sustentabilidade, transparência, incentivo à cultura local, visão abrangente e desaceleração do método produtivo industrial. Logo, a marca visa refletir e resistir à saturação contemporânea, por meio das pulsões comunitárias, da ecologia, e da troca de conhecimento entre local e global.

5.2 ANÁLISE HERMENÊUTICA: A POTÊNCIA SIMBÓLICA E O IMAGINÁRIO DA MARCA

A partir das perspectivas expostas, esta pesquisa tem como objeto de estudo a marca *Leafy Natural Couture* que será analisada por meio de um curta-metragem apresentado em seu canal no *Youtube*, em conjunto com as narrativas de nove artesãs que colaboram com a referida

marca. Num primeiro momento, busca-se compreender como se dá a atuação do imaginário simbólico expresso na narrativa audiovisual, quais símbolos pululam e convergem entre si, como a marca traduz o imaginário *Slow Fashion* e quais potências simbólicas são criadas para explicar o fazer artesanal na cadeia produtiva de moda, a fim de identificar e discernir qual regime do imaginário rege esse processo.

Nessa lógica, entende-se que a narrativa audiovisual em análise promove imagens que se apresentam como fonte privilegiada para a construção de um imaginário e, conseqüentemente, tornam-se um substrato pertinente à aplicação do método hermenêutico simbólico. Ou seja, busca-se aqui pensar o vídeo apresentado pela marca como um meio de comunicação complexo, que permite persuadir e influenciar o mundo contemporâneo, absorvendo, também, o espírito do tempo, demarcando o imaginário em torno da marca.

Ademais, ao questionar a *designer* da marca, Silvia Vassão, pode-se perceber que o desenvolvimento do vídeo foi pensado para que público pudesse visualizar e acompanhar de forma clara e figurativa a cadeia produtiva em que a marca está inserida, mostrando seus valores éticos e morais, que se estendem desde a empatia com o meio ambiente até a valorização da mão de obra local. Esses conceitos também são utilizados como base e princípios no movimento *Slow Fashion*, em que a busca por formas dignas de trabalho, transparência na cadeia produtiva, sustentabilidade ecológica e reconhecimento da cultura local, empregados como novas formas de frear o sistema veloz e efêmero da moda.

A narrativa exposta pela marca relata os caminhos percorridos para o desenvolvimento de uma peça de crochê, que se desdobra através do processo de criação do *designer*, mediante o desenvolvimento de esboços, desenhos, pesquisas de mercado e tendência; passando pelo cultivo do bicho-da-seda, por meio da sericultura, da fiação manual, do tingimento com substâncias orgânicas e naturais; avançando para o fazer artesanal vinculado à técnica manual do crochê, entrelaçando os fios, formando a trama e dando vida material e imaterial a um artefato de moda carregado de “aura”, simbolismo e originalidade.

Em vista disso, perante a sociedade de consumo, as marcas se transformam em códigos culturais que vinculam objetos e indivíduos. Elas se tornaram percepções e ideias do mundo; além de expectativas, estilos de vida e projeções de um indivíduo, na medida em que os produtos passaram a servir como dispositivos simbólicos que permitem aos consumidores projetar seu eu e sua autoimagem. Contudo, para atingir seu público-alvo no mercado

competitivo da atualidade, a marca *Leafy* mirou uma comunicação que atribui significados e encantamentos coletivos a seus produtos e serviços, atingindo seus consumidores de modo inconsciente e emocional.

Nessa senda, o processo narrado pela marca revela símbolos e arquétipos que ultrapassam a forma semântica da imagem e direcionam o telespectador para um entendimento amplo dos aspectos de vida social presente na pós-modernidade. A escolha da marca pela técnica do *crochê* se revela como um ato de resistência diante de uma sociedade veloz e imediatista, remontando uma narrativa que integra diversas fases do retorno, numa dialética do retroceder para progredir. Com isso, para Maffesoli (2010b) o paradoxo essencial da pós-modernidade coloca em cena a origem, a fonte, o primitivo, que resultam na mistura de elementos arcaicos e tecnológicos. Significa dizer que a aura estética reproduzida pela marca visa, mediante o artesanato, destacar as pulsões comunitárias, a perspectiva ecológica e a essência dos valores ancestrais.

Nessa dinâmica, na abertura do vídeo surge a primeira imagem destacada na narrativa, a Praia da Silveira, situada no município de Garopaba, litoral sul de Santa Catarina, localidade fortemente conhecida pela prática do *surf* e pelas aldeias de pescadores que povoam a região. Observa-se aqui a preocupação da marca em situar o telespectador, identificando o cenário onde seus produtos são desenvolvidos, remetendo ao imaginário de lugar, do território, da região e da localidade.

Figura 6: Praia da Silveira /SC, o refúgio.



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

Sob essa perceptiva, através de uma leitura sensível entende-se que a imagem da Praia da Silveira representa o arquétipo do refúgio, o qual destaca o lugar de convívio e as diversas formas de estética que encantam a vida em grupo, ou seja, a vida tribal. Assim, de acordo com Yves Durand (1988, p. 59), “para o imaginário heróico o refúgio será sempre um refúgio contra um perigo; para o imaginário místico ele fixa uma imagem do contém simbolizando o bem-estar e a vida prazerosa”, motivos pelos quais aqui o território é projetado como local onde é vivida a experiência comum, um refúgio em meio ao caos urbano e ao imediatismo pós-moderno.

As imagens de refúgio e abrigo, para Durand (2002), apresentam o calor íntimo da imaginação noturna, que se estende em uma constelação de imagens que pululam o calmo esquentar do ventre, a cabana que protege e a sensação de abrigo materno, típico das imagens noturnas. “A intimidade deste microcosmo vai redobrar-se e sobredeterminar-se como se quisesse. Duplicado do corpo, ela vai tornar-se isomórfica do nicho, da concha, do toão e finalmente do colo materno” (DURAND, 2002, p. 236).

Visto assim, de acordo com Maffesoli (2010b) os símbolos de intimidade possuem aspectos que evidenciam a noção de localismo em meio à saturação pós-moderna, direcionando para um olhar interno e profundo, na medida em que se volta para dentro, a fim de buscar a ressignificação e a valorização da cultura local, em que o íntimo é destacado. Assim, a marca *Leafy* representa, através da imagem da Praia da Silveira, o território como um refúgio e uma alusão ao arquétipo da Mãe Natureza - *Anima Mundi* (alma do mundo) -, que guarda o afeto e o aconchego materno do fazer artesanal e que resiste contra a efemeridade contemporânea. Logo, observa-se a natureza, representada na Praia da Silveira, como palco da atuação concreta do homem, de sua origem e dependência. Analogamente, a natureza indica a relação entre a criança pequena e a mãe que a alimenta, assim como o homem, desde os tempos primórdios, necessita da terra para alcançar seu estágio de existência.

Em continuidade, vislumbra-se em meio à narrativa a imagem da mão criadora e a projeção gráfica de um desenho de moda, no qual os traços finos imitam os fios de crochê que se entrelaçam e formam desenhos geométricos com linhas retas, estética visual característica da marca que mistura em suas criações as modelagens modernas e urbanas com a técnica milenar do crochê artesanal. Essa fusão pode ser definida por Maffesoli (2004, p. 30) como “a sinergia de fenômenos arcaicos e do desenvolvimento tecnológico”. Trata-se do eterno retorno,

característica presente na pós-modernidade na qual o regresso ao local, a importância da tribo, o retorno à natureza emocional, a acentuação da ecologia em relação à economia e a valorização das formas comunitárias e de solidariedade ganham seu lugar.

Figura 7: A mão criadora e a projeção gráfica



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

Em seguida, na figura 7, percebe-se o símbolo da mão correspondente ao regime diurno da imagem, no qual o homem utiliza seu poder por meio de suas mãos como ferramenta, arma e artefato, distinguindo sua vida humana da mera existência animal. A mão exprime a ideia de atividade, potência e domínio. Desse modo, a imagem da mão está presente em diversas cenas expostas pelo vídeo em análise, destacando que todo processo produtivo da marca passa pelas mãos humanas sem intervenção de maquinários automatizados, notadamente porque “as mãos são quase seres vivos... dotados de um espírito livre e vigoroso, de uma fisionomia. Rosto sem olhos e sem voz que, no entanto, veem e falam... A mão significa ação: limpa, cria, e por vezes até parece pensar” (FOCILLON, 2012, p.14).

Ainda, de acordo com Sennett (2012), no trabalho artesanal percebe-se que a própria evolução humana precisou desenvolver um forte vínculo entre a mão e a cabeça. Desta maneira, as peculiaridades das mãos, como o ato de pegar, o qual estaria permeado de voluntariedade, pode ser considerado ato que teria tornado possível o surgimento do *homo faber*, pois, a partir disso o homem tornou-se capaz de segurar as coisas, moldá-las e trabalhar com elas.

Figura 8: A mão criadora e o produto com aura



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

À vista disso, compreende-se que no fazer artesanal as mãos são elementos fundamentais, pois é por meio delas que o artesão dá vida a um artefato. De acordo com Focillon (2012, p. 15), “o artista representa o tipo humano mais evoluído, mas, por outro lado, ele dá continuidade ao homem pré-histórico”. A técnica e a poética das mãos se dão por meio da faculdade repetitiva e inventiva do espírito do artesão convertido em expressão artística. É dizer que o imaginário presente na marca busca evidenciar que seus produtos possuem impressão digital humana, pois além de meros produtos de moda e vestuário, carregam a alma, as impressões, as memórias, as histórias de vida e as heranças culturais dos seus criadores. Logo, é por meio das mãos que o homem adquire tudo que possui, sendo capaz de moldar um objeto e imprimir sua linguagem.

Diante disso, Bachelard (2013, p. 68) em sua obra “*A terra e os devaneios da vontade*” relata sobre os elementos da natureza que o homem modifica, e destaca as mãos como ferramenta modeladoras da vontade do homem. Segundo o autor, a mão cria suas próprias imagens e reflete a maleabilidade da matéria para a mão e da mão para matéria. Ou seja, ao modelar a matéria, o homem impõe suas vontades e seus devaneios, “é uma alegria para os dedos” (BACHELARD, 2013, p. 76). Assim, ao modelar um objeto o homem está criando vida e gerando forma, isso é, imagem.

A palma da mão é uma prodigiosa floresta muscular. A menor esperança de ação a faz estremecer. A quiromancia da mão em extensão não desvenda os sonhos da mão

viva. Pelo contrário, a quiromancia da mão curvada, no exato equilíbrio da descontração e da tensão, com os dedos prontos para pegar, para apertar, para estreitar, para amassar, prontos para querer, em suma, a quiromancia dinâmica revela, se não o destino, pelo menos o caráter (BACHELARD, 2013, p. 68-69).

Ainda no que tange aos símbolos de intimidades presentes no regime noturno, tem-se o casulo e a lagarta, duas imagens primordiais para a leitura do imaginário da marca *Leafy*. Desta forma, vê-se que essas imagens são nutridas de uma índole noturna em razão dos *schèmes* dominantes com base reflexológica íntima e digestiva, segundo Durand (2002). Assim, compreende-se que quando a lagarta penetra em seu casulo escuro, ela representa o processo de autoconhecimento que se dá quando um indivíduo imerge profundamente em seu próprio interior. Tal entendimento aponta que o imaginário da marca reflete esse novo olhar da moda sobre o mercado de consumo, no qual o movimento *Slow Fashion* busca direcionar seu foco para questionar e autoanalisar os caminhos internos do sistema de moda atual.

Sob essa perspectiva, a marca *Leafy* em parceria com a cooperativa *O Casulo Feliz*, motivada pela desaceleração e transparência do sistema de moda, utiliza a ideia de que os fios de seda também devem ser produzidos de forma manual, aproveitando os casulos impróprios para a indústria e também reciclando os subprodutos dessa mesma matéria-prima. Nessa senda, sedimentada pela ideia do naturalismo, a cooperatividade entre as empresas transforma seu trabalho em atitude social e ecologicamente responsável. O grande diferencial da matéria-prima produzida pela parceria entre as marcas são os produtos que fogem da modernidade de um mundo plastificado, buscando nas fibras naturais um refúgio, longe do sintético e do artificial.

Figura 9: O casulo e a lagarta



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

A partir disso, observa-se na figura 9 o casulo, que remete aos símbolos de aconchego, intimidade, ventre e túmulo. Elementos que para Durand (2002) constelam em imagens de encaixe, repetição, inversão e a dialética do voltar para trás, incitando a imaginação em uma narrativa que integra o eterno retorno e incorpora os símbolos da estrutura mística. Desta forma, as imagens de intimidade são configuradas e eufemizadas em símbolos de acolhimento, em que a morte não passa a simbolizar o fim permanente, mas um regresso ao berçário, espaço de pleno sossego e pureza; a moradia e a taça. Ou seja, aqui o casulo é representado como o ventre e o túmulo da lagarta, pois após a criação dos fios a lagarta morre, o novelo de seda sofre um processo de aquecimento para separar a umidade e garantir seu armazenamento por um ano. Em seguida, os casulos são selecionados e mergulhados em água quente, de 60°C a 120°C, para dissolver a sericina, cola que gruda o fio do casulo. Com isso, observa-se que ao mesmo tempo que os fios de seda dão origem ao casulo e geram vida a um novo produto de moda, por outro lado, para que isso aconteça, a morte da lagarta é inevitável, transformando assim o ventre em túmulo.

A morte é assim a suprema iniciação à vida imortal", escreve Cellier. [...] pululam as imagens de sepulcros, de clausuração e de emparedamento associadas ao tema da intimidade. [...] É a um estudo sistemático dos continentes que estes dois pólos psíquicos nos convidam, estes dois marcos fatais da representação que são o sepulcro e o ventre materno. Jung batizou o trajeto etimológico que, nas línguas indo-européias, vai do oco (*creux*) à taça (*coupe*). O *kusthos* grego significa cavidade, colo, enquanto *keuthos* quer dizer seio da terra; já o *arrnênio* *kust* e o védico *kostha* se traduzem por "baixo-ventre" (DURAND, 2002, p. 240 – 241).

Essa dramatização da narrativa áudio visual em análise, aponta para a transição fenomenológica que o sistema de moda vem passando na sociedade pós-moderna. Neste sentido, os caminhos narrados destacam o retorno e a descida ao primitivo e artesanal, aspectos que apresentam o movimento de mudanças cíclicas e constantes na indústria da moda, que apesar de se colocarem com características diferentes do sistema atual, vão e vem, aparecem e desaparecem ressignificados. Dessa forma, entende-se que a saturação imposta pela modernidade leva ao hipogeu e ao declínio, pois o ápice é entendido como motivador à descida por meio de novos conceitos e novos métodos de produção. A marca busca, assim, na técnica milenar do crochê, o retorno ao fazer artesanal diante de uma sociedade tecnológica e automatizada.

Nessa lógica, de acordo com Maffesoli (2010b), a crise, os exageros, a recessão econômica, a perturbação moral ou física, a situação tensa no domínio político e institucional, tem levado o mundo pós-moderno a uma saturação, que diante do cenário atual age como regresso, o eterno retorno. A grande ordem do século nasce sobre novas bases, que buscam um retorno regular aos conceitos, técnicas e métodos ancestrais, que em nosso progressismo nativo e ingênuo, acreditávamos ser ultrapassado (MAFFESOLI, 2010b). Daí porque entende-se que o retorno à origem, através do primitivo e artesanal, é um novo propósito estratégico adotado pela marca *Leafy* para resistir à massificação desenfreada do sistema contemporâneo de moda, buscando a ressignificação no modo de desenvolver e criar seus produtos, focando na responsabilidade ecológica, nos métodos sustentáveis, na valorização da cultura local e no incentivo ao consumo consciente.

Para mais, o casulo também representa o círculo, que se desdobra em fruto, ovo ou ventre, e desloca o acento simbólico para as volúpias secretas da intimidade. “Não há mais nada além do círculo ou da esfera que, para a fantasia geométrica, apresente um centro perfeito” (DURAND, 2002, p. 248). Desse modo, os signos que regulam o espaço curvo apontam para a circunferência perfeita com o olhar virado para dentro, assim como a marca *Leafy* que busca olhar para a cadeia linear da moda e transformá-la em uma cadeia circular, na qual a vida e a morte de um produto é pensada desde sua concepção, mantendo o sistema produtivo transparente e em um movimento rítmico.

Além disso, através do símbolo da lagarta, observa-se a fidelidade ao tema que nos leva a uma "viscosidade", ou excessivo apego a certas imagens ou à relação existente entre elas e que se vinculam em gestos de religação, amarração, soldagem, ligação, aproximação e abraço. Nesse cenário, a lagarta do bicho-da-seda é aqui percebida por meio do *schème* digestivo, que através do engolimento conduz às fantasias da profundidade e aos arquétipos da intimidade, subtendendo aos simbolismos noturnos. Significa que o gesto alimentar, a digestão e o engolimentos direcionam-se a profundeza da descida lenta. Assim, para narrativa audiovisual em análise, a viscosidade do conteúdo contido na cavidade do casulo ganha vida e torna-se matéria-prima e produto, a seda. Logo, a lagarta simboliza a mãe criadora dos fios que tece a seda, as roupas e o destino das artesãs. A mãe, então, traz sua essência à ambivalência e carrega consigo a imagem da *anima*, esse símbolo está relacionado ao mar, a terra, a fertilidade, a vida

ao sair do ventre, e a morte ao voltar à terra, o regresso (CHEVALIER e GHEERBRANT, 1998).

De modo sistemático, por meio do arquétipo da intimidade, observa-se a fantasia interior do ser humano que emite uma potência interna e particular para o âmbito coletivo e social. Nesse sentir, Maffesoli (2010) afirma que a pós-modernidade assiste à elaboração de uma aura estética íntima, na qual as pulsões individuais escorrem para o meio social e reencontram as inúmeras proporções e elementos que remetem ao comunitário, à propensão mística ou a uma perspectiva ecológica. Assim, a marca *Leafy* apoia-se nessa ética da estética descrita por Maffesoli (2010a), em que o prazer e as emoções particulares são compartilhados no mesmo ambiente e comungam dos mesmos valores. Por isso, a *Leafy* aposta no desenvolvimento de produtos que possuam afeto, memória e história.

Considerando os apontamentos acima, observa-se que a marca utiliza a seda em formato de fio (figura 10) como matéria-prima para confecção de seus produtos. Nesse cenário, os fios são símbolos que permeiam constantemente o imaginário da marca, na medida em que são apresentadas uma série de imagens que constelam em torno desse elemento. Importa destacar que o trabalho artesanal com a utilização de fios é empregado desde os tempos mais remotos, fiar e tecer são afazeres universais praticados nas mais diversas civilizações e culturas, e, na maior parte das vezes, são desenvolvidos por mulheres. Ao praticarem essas técnicas, as mulheres criam bordados, tecidos e utensílios que contribuem para economia da sociedade a qual pertencem. Esse cenário também é ressaltado pela marca *Leafy*, no qual a figura feminina é apresentada como a artesã criadora que procura por meio de seu trabalho artesanal o empoderamento e a fonte de renda para sua família.

Figura 10: O fio



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

Além disso, visualiza-se o fio como um símbolo que representa a vida e o destino daqueles que fazem parte da cadeia produtiva da marca. Por meio da potência simbólica, a partir de um imaginário cultural, verifica-se que a imagem do fio possui como atributos fundamentais a extensão e a fragilidade, os diferentes relatos míticos que trabalham essa temática realçam essa dualidade, tal como se vê, de longa data, a partir da narrativa mitológica grega: As Parcas que presidem o destino dos homens, fiam, medem e cortam o fio da vida; Aracne tece com seu fio tênue um bordado minucioso e extremamente belo que ofusca até mesmo o trabalho da deusa Atena; Ariadne, desenrola o longo fio de uma meada, conduzindo Teseu para fora do labirinto de Creta; Penélope tece e desmancha uma mortalha com a longa espera e a esperança de que Ulisses voltará um dia. Logo, observa-se que vida, salvação, destino e esperança são interpretações que os velhos relatos míticos trazem como simbologia para imagem do fio.

Segundo Chevalier e Gheerbrant (1998, p. 569), “o fio efetivamente conecta este mundo e o outro mundo e todos os seres”. Ou seja, o fio como símbolo nos evoca diversas interpretações que perpassam o fio de Ariadne no centro do labirinto e levam o mundo das trevas para o da luz. Assim também, fazendo referência ao mito de Penélope, quando o tecido é acabado de dia e desperdiçado a noite, os autores afirmam que o fio “simboliza o ritmo vital, a alternância indefinida da respiração, como a que ocorre entre o dia e a noite” (CHEVALIER e GHEERBRANT, 1998, p. 569). Compreende-se, por isso, que o método produtivo da marca possui uma força imaginal que direciona a produção artesanal a uma trama afetiva, na qual os

artesãos são como fios que se entrelaçam, dando suporte e estrutura uns aos outros, funcionando como tecido social e rede comunitária, dinâmica essa também corroborada por Maffesoli (2010a, p. 67) ao aduzir que “esse momento de vibração comum, de sensação partilhada, eis o que constitui o imaginário”.

Figura 11: A trama



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

O trajeto antropológico descrito por Durand (2002), nada mais é do que o fio condutor das experiências e substratos subjetivos e objetivos do ser, cujos símbolos de identificação estão embebidos na bacia semântica do sentido, numa ambiência em que ocorre as fusões emocionais que geram identificação dos grupos. Assim, a marca *Leafy*, busca tecer por meio de seu imaginário a volta aos conceitos tribais e comunitários no qual a relação com a natureza, com indivíduo e com o ato de criar são os fios que formam a trama afetiva que agrega “aura” aos seus produtos de moda.

Ademais, outras representações simbólicas do imaginário podem ser encontradas na narrativa da marca, tais como o tear e a roda, elementos que, segundo lecionam Chevalier e Gheerbrant (1998), estão relacionados ao desenvolvimento do trabalho de artesanal e ao trabalho de parto, porquanto:

Quando o tecido está pronto, o tecelão corta os fios que os prendem ao tear e, ao fazê-lo, pronuncia a fórmula de benção que diz a parteira para cortar o cordão umbilical do recém-nascido. Tudo se passa como se a tecelagem traduzisse em linguagem simples uma anatomia misteriosa do homem (CHEVALIER E GHEERBRANT, 1998, p. 872).

Os autores ainda completam que essa analogia descreve a representação do mundo e do movimento universal. Assim, os instrumentos utilizados para girar ou tecer, como o fuso e roda giratória, são símbolos do destino que servem para designar tudo o que governa o porvir. “A lua tece destinos; a aranha que tece sua teia é a imagem das forças que tecem os destinos. Os Moiras são giradores, amarram o destino, são divindades lunares [...]” (CHEVALIER E GHEERBRANT, 1998, p. 872). A tecelagem, por assim dizer, não significa apenas predestinação, no plano antropológico, mas também reúne realidades de natureza diferentes, na qual tecelões abrem e fecham indefinidamente vários ciclos individuais, históricos e cósmicos.

Figura 12: O tear e a roda



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

Sob esse contexto, a *Leafy* narra o movimento, a vida e a trajetória do fazer artesanal em um mundo pós-moderno, desafiando a realidade e inserindo questionamentos em relação ao futuro incerto da moda atual. Essa dinâmica de dominação do tempo referenciada pela marca, procura no conceito *Slow Fashion* novas formas para refrear a produtividade em massa e a destruição do ecossistema. De acordo com Cirlot (1992), a natureza cíclica, representa os processos e fenômenos que integram o movimento no espaço, passando no tempo, e modificando formas e condições, seja o ano, o mês, a semana, o dia ou a vida humana, a vida de uma cultura ou raça, de modo que “o ciclo é expressão que simboliza o ato de ir e desafiar o ar” (CIRLOT, 1992, p. 127).

Ainda, de acordo com Chevalier e Gheerbrant (1998), incontáveis deusas seguram fusos e rodas giratórias e presidem, não apenas nascimentos, mas também o desenvolvimento

dos dias e o encadeamento dos atos. “Elas dominam o tempo e a duração dos homens, essa lei que ordena mudanças contínuas e universal de seres e a partir da qual há uma variedade infinita de formas” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1998, p. 873).

Em acréscimo, Durand (2002, p. 58) afirma que a roda simboliza “os valores alimentares e digestivos, a sociologia matriarcal e alimentadora, agrupando as técnicas do ciclo, do calendário agrícola e da indústria têxtil, os símbolos naturais e artificiais do retorno, os mitos e os dramas astrosbiológicos”. Sob esse ângulo, Chevalier e Gheerbrant (1998) ainda complementam que a figura do círculo e da roda correspondem ao sentido de voltar ao passado, retroceder ou buscar o futuro. É dizer que “o movimento circular é perfeito, imutável, sem começo nem fim, e nem variações; o que o habita a simbolizar o tempo” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1998, p. 353). Logo, é por meio da dinâmica circular que a marca conta sua história e reflete sobre o ciclo de vida dos seus produtos, preocupando-se desde a extração dos recursos necessários para a produção dos materiais que o compõem, o nascimento, até o último tratamento, a morte, desses materiais após o seu uso. Adotar essa estratégia é uma forma de reduzir os impactos ambientais, é uma ação de responsabilidade social e contribui para melhorar a performance ambiental dos produtos em todas as fases do ciclo de vida, agregando valor aos artefatos artesanais.

Na sequência, o curta-metragem apresenta uma série de imagens que remete ao fazer artesanal, aos gestos, aos movimentos e à técnica milenar do crochê. Por esse ângulo, o arquétipo do artesão é apresentado pela marca como uma energia que está em potencial em todos os homens. O arquétipo daquele que faz, que gera um produto, que trabalha com a aproximação da intenção e do gesto, que traz a qualidade e estabelece uma relação entre quem faz e o que é feito.

Figura 13: O artesão e o fazer artesanal



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

É a partir de tal perspectiva que se evidencia o que Maffesoli (2011) chama de *transfiguração política*, segundo a qual as práticas culturais são resultado, não só da razão, mas sobretudo da paixão. Assim, para o autor, as possíveis mudanças no cenário atual possuem uma potência de “religação”, para dar conta de uma forma específica e orgânica de laço social marcado pela efervescência tribalista. Ou seja: “o preço das coisas sem preço: o papel do imaterial, aquele do cultural ou espiritual. Estes são os caracteres essenciais da religiosidade pós-moderna” (MAFFESOLI, 2011, p. 87).

Diante disso, observa-se que a marca *Leafy* caracteriza o fazer artesanal como um mergulho para dentro de si mesmo, evidenciando a ação como a casa do autoconhecimento. É a partir dessas ações que o artesão se revela como indivíduo dentro de um processo, elucidando descobertas e percebendo sua trajetória por meio de seus atos, gerando reflexões, questionamentos e aprofundamentos. Visto assim, o fazer artesanal se dá em uma ação composta de uma grande partitura de gestos entre a dança do pensar, sentir e agir. Ele é na verdade um ato de cognição, o resultado do que se estruturou mentalmente e emocionalmente para fazer, uma conexão neural que se alimenta e se constrói mutuamente. Logo, se é o que se faz!

Partindo desse pressuposto, Durand (2002, p. 209) ressalta que “toda descida dentro de si é ao mesmo tempo assunção para a realidade exterior”. Aqui se entende que ao optar pela produção artesanal, a marca busca evocar e conscientizar um nicho de consumidores e

produtores sobre a realidade atual da cadeia produtiva de moda. É dizer: o íntimo e o artesanal buscam por meio do autoconhecimento, individual e coletivo, redesenhar os limites e contornos que definem o mundo e os homens.

Também, ao longo do vídeo, é possível observar algumas imagens que fervilham em torno de signos que representam o sustento, o alimento e a fonte de renda, como é o caso da figura 14. A panela simples cozinha o alimento que foi adquirido com a fonte de renda do trabalho artesanal e ao fundo a toalha de crochê aparece fazendo referência à técnica empregada pelas artesãs. Diante desse contexto, entende-se que a atividade artesanal do crochê passa a representar uma importante fonte de ingresso monetário para algumas famílias da região de Garopaba e Imbituba onde a marca desenvolve seu trabalho.

Figura 14: O sustento, o alimento e a renda



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

A narrativa audiovisual faz questão de destacar que as peças produzidas pela marca são, essencialmente, confeccionadas por mulheres. Assim, a *Leafy* retrata a figura da mulher como resistência nos espaços colaborativos e nas práticas da cultura popular, evidenciando que a figura feminina traz, em suas trajetórias de vida, um saber-fazer permeado de significado, de histórias, frutos da matéria-prima local. Desse modo, o artesanato passa a ser considerado uma atividade crescente nesse contexto, considerado como uma forma de subsistência.

Ainda, tais representações de sustento e alimento podem ser associadas ao eterno feminino e à maternidade, na medida em que as artesãs simbolizam a mãe que sustenta sua

família representando o ato primordial natural da alimentação, como metáforas digestivas descritas por Durand (2002):

Muito frequentemente, essa acentuação do caráter lactífero e alimentar da Deusa faz que o arquétipo da Mãe se anastomose com o da árvore ou da planta lactífera [...]. É talvez por intermédio dessa imagem composta de leite e vegetação, figueira 'nutritiva' por excelência, já que além dos frutos sugere pelo seu suco o líquido alimentador primordial, ou por outras plantas nutritivas, como a tamareira, a vinha, o trigo ou o milho, que se pode explicar a frequente colusão dos símbolos alimentares e dos recipientes culinários com os arquétipos dramáticos da vegetação e do ciclo vegetal [...] (DURAND, 2002, p. 259).

Sob essa perspectiva, o artesanato serve como renda e empoderamento às mulheres artesãs. Todavia, cumpre ressaltar aqui que o empoderamento é compreendido não como algo que pode ser aprendido ou transmitido a alguém, mas sim como um impulso, uma força motriz que move as pessoas a gerirem suas próprias vidas em busca de autorrealização. É importante considerar que o empoderamento não pode ser feito em nome daqueles que devem ser empoderados; ao contrário, o processo de empoderamento precisa ter no centro as pessoas ou um grupo, suas visões, aspirações e prioridades. Nesse cenário, observa-se a marca *Leafy* como um agente catalisador que prepara o campo para que o empoderamento possa emergir. Visto desse ponto, o processo artesanal apresentado pela marca incentiva a autonomia quando está ligado à autoestima, ao bem-estar pessoal e, principalmente, quando serve como fonte de renda e incentivo financeiro, possibilitando voz às mulheres artesãs.

Diante dos apontamentos, considera-se, também, o aconchego do lar e a família como arquétipos noturnos de intimidade, nos quais circulam imagens que simbolizam o refúgio e o abrigo. O vídeo apresenta a imagem da artesã em seu lar, juntamente com sua família em volta da mesa (figura 15). Observa-se, assim, que o artesanato é tradicionalmente a produção na qual o produtor possui os meios de produção e trabalha com a família em sua própria casa, realizando grande parte das etapas de desenvolvimento, desde o preparo da matéria-prima, até o acabamento (SENNETT, 2012).

Segundo Durand (2002), a casa marca um território e dá ao lugar uma referência, ou seja, o homem ao habitá-la, habita o mundo, povoa-o e dá-lhe um significado, razão pela qual, além de espelhar o indivíduo, a casa reflete o homem no seu conjunto. Logo, a casa estrutura o mundo pessoal é o arquivo de experiências e memórias que juntamente com o corpo constrói a identidade de um sujeito.

Figura 15: A casa e a família



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

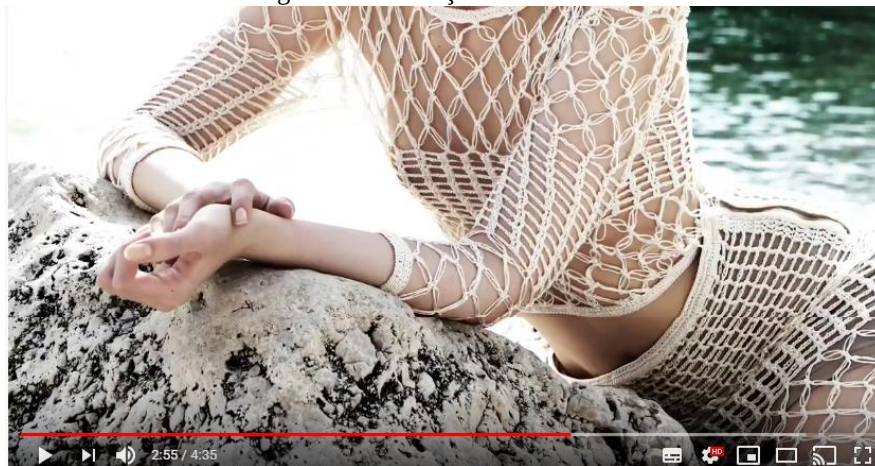
Ao destacar a casa como ambiente de trabalho, a marca narra uma aura local, repleta de intimidade e aconchego, revelando o trabalho artesanal como um método que comporta elementos subjetivos e pessoais de identidade e memória. Diferentemente de um produto industrializado e desenvolvido em grande escala, as peças confeccionadas pela marca carregam afeto e a bagagem pessoal do indivíduo que a cria, imprimindo sua identidade. E esse sentido de identidade não está na forma, mas no conteúdo, que atravessa os hábitos e culturas diferentes.

A casa constitui, portanto, “entre o microcosmo do corpo humano e o cosmo, um microcosmo secundário, um meio-termo cuja configuração iconográfica é, por isso mesmo, muito importante no diagnóstico psicológico e psicossocial”, afirma Durand (2002, p. 243). Daí porque se entende que a casa é mais do que um lugar para se viver, é um vivente. A casa redobra e sobredetermina a personalidade daquele que a habita. Ou seja, “quer seja templo, palácio ou cabana, a casa tornar-se isomórfica do nicho, da concha, do tosão e finalmente do colo materno” (DURAND, 2002, p. 244).

Seguidamente, de modo cronológico, a narrativa audiovisual apresenta uma série de imagens das peças desenvolvidas pelas artesãs. Nessas cenas, as peças de crochê surgem em *flashes*, mostrando, rapidamente, o estilo de modelagem, as texturas, as cores e o conceito utilizado pela marca e seus editoriais de moda. Desse modo, observa-se no conjunto de imagens peças com padrões modernos e inovadores, que transitam entre o estilo urbano das grandes metrópoles e o equilíbrio leve e fluído da praia. Esse conceito desenvolvido pela marca mostra

que peças artesanais, confeccionadas através de uma técnica milenar, podem ser consideradas contemporâneas e elegantes.

Figura 16: A criação e o artesanato



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

Ademais, a imagem acima (figura 16) não representa apenas um produto, visto que, para além disso, é parte de uma história e de experiências vividas. Dessa forma, as peças desenvolvidas pela marca *Leafy* revelam em toda a sua estética a força humana que imprime em objetos, atividades e processos a sua digital. Com efeito, em meio à crise e à produção massificada, a marca surge com o conceito de solidariedade, comunitarismo e tribalismo arcaico, a partir do que se vislumbra que o artesanato, a arte de fazer, expressa uma nova forma social direcionada a produzir produtos que possuam comunhão com meio ambiente, valor agregado e afeto.

Dados esses aspectos, Paz (2006) afirma que as obras e fazeres artesanais traduzem valores culturais em formas materiais, em técnicas e em habilidades, mas também contribuem para regenerar a cultura com a produção de novas referências, experiências e registros simbólicos. Fica evidente, portanto, que a marca imprime em seus produtos uma aura, do qual o sentido imaterial é a essencial constante. É dizer que o artesanato possui uma potência simbólica coletiva que se oferece como possibilidade concreta de expressão, podendo vir a ser um instrumento de criatividade e elaboração subjetiva, que colabora para o processo de desenvolvimento de um produto.

Nesse trilhar, o método artesanal é introduzido na indústria da moda como elemento de exclusividade e valor simbólico agregado, trazendo valores emocionais, culturais e coletivos para criação de novos produtos, ou ainda a representação de um olhar mais humanizado para a indústria massificada. Assim, atribui-se uma relevância simbólica às peças artesanais no momento em que elas conseguem comunicar fatos, expressões, memórias e tradições, seja para aqueles que as confeccionam ou para aqueles que as adquiram. Logo, Maffesoli (2010) anuncia a volta do vigor selvagem e do retorno à terra, mostrando que a valorização do saber-fazer artesanal, em um tempo no qual prevalece o imediatismo da tecnologia e o valor da efemeridade, possibilita o fortalecimento e a manutenção da tradição, do imaginário, da memória e da identidade local de um grupo.

Em seguida, a narrativa apresenta a modelo que surge vestida com uma das criações da marca, desfilando sobre as dunas da Praia da Silveira como se fosse uma passarela. Aqui se permite avistar mais uma vez, o arquétipo do território, o qual, em todas as cenas é destacado como ambiência local, transportando o telespectador para o cenário onde os produtos são desenvolvidos.

Figura 17: A criação na passarela local



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

O localismo afetual apresentado pela marca é definido por Maffesoli (2010) como a ordem dos afetos, e não mais do racionalismo contratual. Dessa forma, os aspectos afetuais e emocionais ganham uma ambiência ou dimensão climatológica. A ideia de emocionalidade leva ao sentido de atmosfera, no qual os elementos essenciais são as emoções e sentimentos

compartilhados com o outro. Logo, o território local é visto como refúgio, o lugar onde estão guardadas e preservadas as identidades culturais e as memórias de um grupo.

Para mais, observa-se na imagem abaixo (figura 18), referente ao território, o pé descalço que toca a água do mar, elemento com forte simbolismo para diversos autores do imaginário. Nesse sentir, segundo Cirlot (1992), a água pode ser considerada como uma forma de vida que circula por toda natureza sob a forma de chuva, seiva, leite, sangue, pelo que “ilimitadas e imortais, as águas são o começo e o fim de todas as coisas na terra” (CIRLOT, 1992, p. 54).

Figura 18: A água



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

Corroborando com o autor, Durand (2002) cita Bachelard para mencionar que a água corresponde ao arquétipo matriarcal, a Grande-Mãe, uma energia do gesto e do afeto, da fertilidade e da nutrição feminina. O elemento água no formato de onda simboliza o íntimo balançar do colo materno, uma característica do seu caráter feminino. Por esse ângulo, observa-se que a *Leafy* imprime em seu conceito de marca e em seus produtos o zelo, o cuidado, a função protetora e geradora de vida, do arquétipo da Grande-Mãe.

Em contrapartida, também, pode-se interpretar que a marca apresenta as artesãs através do inconsciente coletivo da Grande-Mãe, mostrando a mulher como eterno ventre provedor. O artesanato desenvolvido pela marca, por meio da técnica do crochê, pode ser considerado o alimento materno e o sustento que nutre a família. Nessa senda, a figura arquetípica da Grande-Mãe busca nas raízes e no instinto maternal, a função geradora de vida e

condutora das relações familiares. Ou seja, as artesãs são representadas pela marca por meio da imagem feminina universal que mostra a mulher como eterna provedora, a sabedoria e a elevação espiritual além da razão, a bondade que cuida, que sustenta e que proporciona condições de crescimento, fertilidade e alimento.

Em continuidade, surge a última imagem a ser analisada na presente pesquisa, o pôr-do-sol (figura 19), que desponta na narrativa audiovisual como a transição do dia para noite, que se mistura em cores *dégradés* do claro para o escuro. Aqui se mostra perceptível a mudança cíclica, enfatizando o sentido de periodicidade. De acordo com Durand (2002, p. 220), a noite opõe-se, primeiro, ao dia, que minimiza porque não passa do prólogo dela; depois, a noite é valorizada, inefável e misteriosa". Nesse caso, entende-se que para a marca *Leafy*, essa transição crepuscular represente sua cosmovisão diante do sistema de moda, que se apresenta entre o paradoxo polarizado em duas dinâmicas, *Fast Fashion* e *Slow Fashion*.

Figura 19: O crepúsculo



Fonte: Youtube Leafy Natural Couture (2019)

À vista de todos esses elementos, Durand (2020, p. 242) afirma que o crepúsculo é “o lugar mágico onde as trevas podem revalorizar-se em noite”, ou seja, é o começo, meio e fim de todas as coisas. Significa afirmar que no crepúsculo há a busca da harmonização das duas modalidades, diurna e noturna, através da criação de sistemas, de síntese e de formulações conceituais. A motivação desse processo envolve a busca por eliminar os males do mundo, transformando o perigo do presente em recompensa no futuro, ou a morte em renascimento, afirma Strôngoli (*apud* PITTA, 2005). Ou seja, seu princípio é o da causalidade e seus

processos, sincrônicos ou diacrônicos, desenvolvem a dialética do tempo e do espaço e promovem deslocamentos de pontos de vista, proporcionando progressões temáticas ou argumentativas. Desse modo, entende-se a razão da marca ao finalizar sua narrativa audiovisual com a imagem do crepúsculo, porquanto dentro de seus conceitos essa imagem representa a consciência bipolar do sistema de moda atual que oscila entre *Fast Fashion* e *Slow Fashion*.

Por sua vez, é importante destacar que ao refletir sobre os dois sistemas de moda, *Fast Fashion* e *Slow Fashion*, tem-se em evidência um paradoxo, no qual dois caminhos diferente direcionam-se para seus objetivos. Diante disso, entende-se que ambos sistemas são reflexos de períodos históricos e sociais que se divergem na forma de pensar. Assim, segundo Maffesoli (2010b), os conceitos se saturam e se transformam, uma vez que não são mais suficientes para a solucionar as questões e as mudanças do mundo contemporâneo, revelando o que está em oculto. Logo, o processo de mudança não é imediato, pelo contrário, é um processo construído com base em diversas facetas do todo que é a moda, a sociedade e a pós-modernidade.

Sob essa perspectiva, compreende-se que a maioria das imagens analisadas na presente pesquisa giram em torno do regime noturno da imagem, como pode ser visto no quadro abaixo (figura 20), pois o que prevalece em evidência são símbolos recorrentes dos arquétipos de intimidade, da casa, do círculo e da Grande-Mãe, que direcionam a narrativa exposta para uma atmosfera que traduz o imaginário *Slow Fashion* e a potência simbólica do fazer artesanal em uma ambiência que retrata os símbolos do repouso primordial, justa recompensa de uma vida agitada, trata de um retorno ao berço, local de calma, aconchego materno e felicidade, um retorno ao lar.

Figura 20: Narrativa simbólica da marca *Leafy Natural Couture*

IMAGENS	SCHÉMES	ARQUÉTIPO / SÍMBOLOS	REGIME DA IMAGEM
Praia da Silveira	Rítmica	Território, localidade, refúgio, intimidade.	Noturno
Mãos	Ascensão	Mão, poder, trabalho, criação.	Diurno

Casulo / Lagarta	Rítmica / Digestiva / Copulativa / Fervilhamento.	Grande-mãe, ventre, túmulo, taça, intimidade, casa.	Noturno
Fio	Cíclica / rítmica	Destino, salvação, trajetória, direção.	Noturno
Trama	Cíclica / rítmica	Intimidade, mundo.	Noturno
Tear / Roda	Cíclica / rítmica	Tear, círculo, artesanato	Noturno
Sustento / Alimento	Cíclica	Feminino, materno, ventre.	Noturno
Família / Casa	Cíclica	Aconchego, intimidade, ventre, casa.	Noturno
Água	Cíclica / rítmica	Grande-mãe	Noturno
Pôr-do-sol	Inversão	Crepúsculo, transição.	Crepuscular

Fonte: autora, 2020.

Por fim, diante da realidade e da saturação pós-moderna que a marca *Leafy*, por meio de sua subjetividade, desenvolve em seu enredo e em seus produtos a imaterialidade muitas vezes irresistíveis aos olhos dos consumidores, essa imaterialidade denominamos de valor simbólico ou aura. Assim é que, a partir da hermenêutica simbólica, é possível identificar as estruturas do imaginário que regem a narrativa exposta pela marca, seus rituais de criação e sua comunhão de imagens. Logo, mergulha-se em um imaginário místico noturno, repleto de símbolos, arquétipos e gestos que direcionam o telespectador a uma potência interna e particular, em que a fantasia interior cria vida em um clima de aconchego no qual as profundezas da psique penetram nas raízes emocionais do indivíduo, resgatando as lembranças íntimas da cultura, do lar e da ancestralidade local.

5.3 ANÁLISE COMPREENSIVA: A NARRATIVA DAS ARTESÃS

Para a construção da presente pesquisa, buscou-se, também, levar em consideração as referências tanto no embasamento teórico da temática em questão, quanto nos dados empíricos. Para este último ponto foi necessária a realização de uma entrevista por meio de questionário com respostas abertas realizada com nove artesãs que desenvolvem trabalho para a marca *Leafy*. Procura-se identificar por meio dos imaginários narrados pelas artesãs como a carga cultural, mediante o artesanato, agrega valor simbólico aos produtos de moda e contribui no processo de desaceleração do método produtivo industrial. Partindo de tal indagação, busca-se identificar como é feito o estímulo na troca de conhecimentos entre profissionais de moda e artesãos a fim de conceber e desenvolver produtos com “aura” e quais os imaginários e narrativas cotidianas se entrelaçam na trama afetiva entre criação, técnicas manuais, identidades locais e colaboratividade. Ou seja, o estudo aqui proposto, nessa segunda etapa de análise, busca analisar, sob as lentes da sociologia compreensiva, se o imaginário exposto pela marca em seu curta-metragem possui relação com as narrativas das artesãs entrevistadas.

O método compreensivo permite uma abordagem indutiva rica em matizes e composta de discernimento. Nesse caminho, o pesquisador busca compreender a explicação de um fenômeno e esboçar sua compreensão. É uma técnica que se constrói em curso, durante sua utilização, na contextualização. O dito “conhecimento ordinário”, da vida cotidiana do homem “sem valor”, é a mola propulsora “que institui os fundamentos de toda obra de pensamento. Ela prepara as armas para “sutis” partidas de caça que, aqui e agora, dizem respeito ao que se vem procurando [...], a vida em seu eterno recomeço, a vida em sua dimensão eterna” (MAFFESOLI, 2010b, p. 19).

Logo, essa segunda etapa da pesquisa ressalta a sociologia compreensiva destacada por Maffessoli (2007) como método utilizado para a analisar as narrativas das crocheteiras em relação ao processo artesanal e a marca *Leafy*, cujo escopo mira perquirir os modos através dos quais se dão as relações sociais no cotidiano pós-moderno, buscando entender a potência simbólica que organiza o social a partir de um imaginário cultural.

5.3.1 O crochê como herança cultural

O debate aqui proposto tem como substrato as perspectivas contemporâneas de um elemento histórico, como o crochê, sob o viés do imaginário de um grupo de mulheres artesãs. Com isso, busca-se refletir como o artesanato se liga em uma trama afetiva, a partir dos ensinamentos do sociólogo francês Michel Maffesoli, para quem a pós-modernidade está a voltar-se ao arcaico e aos prazeres artesanais, de modo que, para o autor, surge uma nova mudança nas formas de sociabilidade que se constroem por meio da comunhão, dos afetos e do estar-junto.

De partida, no contato imediato com as crocheteiras, pôde-se observar que o perfil do grupo em análise é bastante diversificado, porquanto a faixa etária das entrevistas varia entre 27 e 70 anos. Entretanto, esse dado nos revela que o crochê não está presente apenas entre o público mais maduro, mas também se estende a uma nova geração que vem desenvolvendo a técnica em seu cotidiano. Aqui se observa a presença da herança cultural como um sistema de representações, elementos simbólicos, narrativas e técnicas que perpassam o tempo e se mantêm viva em um indivíduo, grupo ou território, mesmo nas situações de distanciamento do campo original.

Nessa perspectiva, Maffesoli (2007b) afirma que “a consciência individual só existe em função de uma herança sociocultural que, de sua parte, é transindividual”. (p. 114). Trata-se de uma vivência prática, tendo como objetividade os fundamentos sociais que possibilitam uma espécie de mapa da memória social, a qual permite a relação entre os seres, os objetos e as ideias do passado que permitem viver o presente. Assim, o crochê encontra-se presente nas novas gerações através de sua potência simbólica instalada em um grupo e perpetuada ao longo do tempo.

Desse modo, ao serem indagadas sobre como e com quem aprenderam a fazer o crochê, a maior parte das entrevistadas narrou, repetidamente, que as principais mentoras e transmissoras deste ofício foram as mães, tias ou avós. Vislumbra-se a partir disso que a figura feminina se faz presente nos imaginários narrados, pois a transmissão da técnica se dá por meio de mulheres da família que, conseqüentemente, também aprenderam o ofício com outras mulheres de seu meio parental. Neste sentido, observa-se o princípio da separação a priori, que

repousa na divisão sexual do trabalho artesanal atribuindo qualidades consideradas femininas, como a delicadeza, o carinho e capricho a alguns tipos de trabalhos artesanais, principalmente aos que fazem referência à parte têxtil.

Jaqueline, de 42 anos, foi uma das primeiras artesãs a ser entrevistada. Ela relata que começou a aprender o crochê com sua avó aos 9 anos de idade, e esta, por sua vez, com a mãe, uma tradição familiar.

Aprendi a crochetar com minha avó materna aos 9 anos no Rio Grande do Sul. Ficava observando minha vó entrelaçando os fios na agulha e comecei a ter interesse, então pedi para que ela me ensinasse. Vendo que eu gostava de fazer, me ensinou meus primeiros pontos. E, eu levei jeito! Após isso, nunca mais parei... (JAQUELINE. 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Em casos como esse, a transmissão do crochê se dá pela figura matriarcal da família, que essencialmente colabora para uma manutenção das memórias coletivas, sendo estas importantes ferramentas de autoconhecimento e de identidade para as artesãs, motivo pelo qual a representatividade do crochê, enquanto herança cultural que não quer ser silenciada, resgata as lembranças vividas pelas mulheres ancestrais do grupo em análise.

Figura 21: Desenvolvimento da técnica do crochê



Fonte: www.instagram.com/leafynaturalcouture_official, 2020.

Em contrapartida, algumas entrevistadas ressaltaram que aprenderam a técnica do crochê sozinhas, por meio de revistas, *internet*, observação e da prática contínua, foram

desenvolvendo suas habilidades com a agulha e a linha ao tecer. A partir disso, percebe-se que o fazer artesanal também pode ser apreendido por meio da repetição e do desejo de fazer algo bem feito. Assim, a associação entre ideia e matéria ocorrem lentamente, destiladas pela prática, e não ditadas pela teoria, justo porque “repetir possibilita a autocrítica, permite modular a prática de dentro para fora” (SENNETT, 2012, p. 20).

Nessa lógica, Luzia, 64 anos, afirma que aprendeu a técnica do crochê sozinha, apenas observando sua mãe fazendo as peças.

Comecei a me interessar aos poucos, tinha 9 anos de idade. Minha mãe fazia crochê todos os dias, mas ela nunca parou para me ensinar, eu aprendi observando o movimento que ela fazia com a agulha. Meu primeiro ponto foi o ponto correntinha, logo fiz um jogo de toalhinhas e vendi rapidamente. Depois disso, nunca mais deixei de fazer crochê, fazem 55 anos (LUZIA, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Dessa maneira, percebe-se que o fazer artesanal está inserido no cotidiano dessas mulheres desde a infância. Assim, esse imaginário narrado pelas entrevistadas, encontra-se subjacente ao modo de ser e de agir dos indivíduos e das culturas, pelo que, através desses relatos pode-se chegar à compreensão do dinamismo que regula a vida social e suas manifestações culturais no grupo em estudo. No ponto, afirma Maffesoli (2007b) que o espírito coletivo está sempre ligado a uma cultura, a um enraizamento que promove a dinâmica do ser no mundo, pois a adesão a esses coletivos permitem a correspondência entre a identidade e a identificação dos sujeitos no mundo, tornando visível o invisível por meio do sentido comunitário, todavia tais sentidos são incongruentes para aqueles que não compactuam de certos valores.

Ademais, verifica-se por meio dos relatos, de forma unânime, que as artesãs entrevistadas já ensinaram o ofício do crochê para alguém da família, a partir do que se vê que a transmissão do conhecimento permite a difusão e a manutenção de uma herança cultural, que não quer ser esquecida. “Crochetar faz parte da minha cultura familiar, no momento em que eu aprendo a técnica tenho o dever de passar meus ensinamentos para que uma próxima geração também conheça o poder do crochê”, afirma Eunice de 67 anos. Assim, faz parte do ofício artesanal transmitir a técnica para outro grupo, pois existe uma relação entre a cultura herdada e a continuidade da uma identidade.

À vista disso, Dona Carolina aos 71 anos de idade, a entrevistada mais experiente, afirma que ensinar a técnica do crochê faz parte do ofício de uma artesã:

Ensinar o crochê faz parte da nossa profissão. Se eu quero que a técnica continue viva, eu preciso ensinar, não é? Ensinei para minhas vizinhas, já dei cursinho no grupo de mães aqui da cidade e sempre aparece uma ou outra aqui na porta de casa me perguntando alguma coisa. Eu ensino, é um prazer! (CAROLINA, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Nesse trilhar, segundo Maffesoli (2010a), o mundo é um conjunto de referências partilhadas, os elementos culturais, os ensinamentos herdados e as emoções são constituídos do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que esses processos são também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo.

Por fim, percebe-se que aprender e ensinar a técnica do crochê para o presente grupo em estudo é um ato de resistência, de resgate cultural e de preservação de identidade. Portanto, nota-se no imaginário das artesãs uma potência simbólica que é constituída por meio do fazer artesanal, podendo ser entendida como resultante da educação e da capacitação, que promove uma forma de expressão do indivíduo no mundo, criando ao mesmo tempo forma e conteúdo, ou seja, capacitando-o para atuar dentro de um modelo previsto de atuação. Logo, “o imaginário é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não quantificável” (MAFFESOLI, 2011, p. 2).

5.3.2 O artesanato: sustento, empoderamento e o gosto pelo fazer

Tendo em vista as considerações já elencadas, entende-se que desde as primeiras organizações sociais, os saberes e fazeres são compartilhados e repassados pelas gerações, para preservar a memória e garantir a disseminação da cultura de determinado grupo. Sem essa difusão de conhecimento a evolução humana seria impossível. Assim, sob esta perspectiva, observa-se que o artesanato, especialmente o crochê, atinge sua permanência enquanto herança cultural por meio da transmissão de geração a geração. Tal processo ocorre evolutivamente e

sofre adaptações e mudanças de acordo com seu contexto econômico, cultural, social e temporal.

Nesse quadro, buscou-se entender a relação das entrevistadas com a técnica artesanal, razão pela qual o grupo foi questionado sobre o porquê fazem crochê e qual a importância da técnica em sua vida. Sobre tal quesito, a maioria das artesãs respondeu que crocheta por amor e por prazer. Mas também há quem diga que o crochê serve como fonte de renda extra para suas famílias, de tal maneira que algumas delas chegaram a afirmar que a técnica possibilitou uma independência financeira, “não preciso depender apenas do salário do meu marido”, ressaltou Cristiani de 34 anos. Notadamente, a afirmação direciona a compreender o artesanato como uma ferramenta para o empoderamento feminino.

Sob essa conjectura, Jane, crocheteira há mais de 40 anos, narra que o crochê foi seu primeiro emprego e permanece até hoje sendo sua principal fonte de renda:

Comecei a crochetar desde muito nova, aos 16 fiz minha primeira venda de uma peça de crochê, uma toalhinha para colocar no centro da mesa. Passei um tempo crochecendo só pra mim, para minhas vizinhas e amigas mais próximas. Aos poucos fui vendo que tinha potencial e comecei a vender meus produtos em exposições e feiras de artesanato, esse era meu ganha pão. Depois a Sílvia, dona da *Leafy*, me encontrou e hoje eu trabalho para ela [...] meu marido entrou em depressão e não pode mais trabalhar, quem mantinha a casa era eu, graças crochê (JANE, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

A partir dessa narrativa se vê que o empoderamento traz em si uma vivência, uma forma de estar no mundo onde a tomada de consciência das habilidades e competências geram ações que envolvem ‘produzir, criar e gerir’, e que estão fortemente presentes no processo que envolve o fazer artesanal. Por essa vereda, fica evidente a presença de um imaginário social ativista, de mulheres que lutam pelos seus direitos e que esperam o reconhecimento diante da sociedade.

Em continuidade, Tereza, 60 anos, e Cristiani, 34 anos, mãe e filha, relatam que o crochê é uma tradição familiar e que possuem uma relação de afeto com o artesanato, além de ser um complemento de renda para suas famílias. Cristiani afirma que “o crochê é uma arte, que gera sustento para muitas mulheres aqui na região. Inclusive, hoje eu consigo comprar o que quero, ter minhas coisas pessoais e não depender só do meu marido, graças ao crochê”. Corroborando com a filha, Tereza relata que “minha mãe me ensinou a fazer crochê quando eu

tinha 8 anos e eu ensinei minha filha. Hoje ela faz crochê melhor que eu. Não quero que essa tradição se acabe, pois faz parte de nossa cultura”.

Sob tal perspectiva, o processo de empoderamento fortalece o individual e o coletivo, a partir do que se percebe que a cooperação entre mulheres ultrapassa as barreiras pessoais e nutre a relação de um grupo, expandindo como um exercício de solidariedade. De acordo com Maffesoli (2000, p. 21), as “relações grupais caracterizam-se pela partilha de valores, que tendem a compor uma pluralidade de elementos com ambiência específica que os torna solidários uns com os outros”. Em outros termos, empoderar pode sustentar a democracia e a solidariedade, além de diminuir os limites das relações dominantes.

Daí porque o fazer artesanal começa a ser visto com um novo olhar, já que, apesar da produção industrial, o artesanato ainda se constitui como gerador de renda familiar, principalmente através da mão-de-obra feminina. Tal cenário aponta para o crochê como um instrumento de empoderamento feminino, capaz de quebrar as barreiras que impedem a atuação igualitária no mercado de trabalho. Lembra Maffesoli (2010a) que a configuração da convivência social se explica pela multiplicidade de valores e comportamentos que podem se formar pela dependência dos diversos grupos dos quais o indivíduo faz parte, o que mostra a relevância e a força das comunidades nos processos de socialização. Logo, o modo de socializar em comunidades dá origem às tribos, nas quais o sentimento de pertencimento se destaca e fortalece a coletividade e a convivência e se estabelece no presente, podendo se desfazer ou se adaptar com o tempo.

Por conseguinte, Ana, 54 anos, ressalta que o crochê resgata um sentimento de utilidade, pois no momento que ela mais precisou, em um período de doença, foi o crochê que a salvou:

O crochê faz com que eu me sinta útil, é uma maneira de passar um bom tempo, ter tempo de qualidade... hoje o crochê me ajuda financeiramente e em um tempo atrás o crochê me tirou da depressão. É compensador trabalhar para uma empresa que valoriza minha arte. Eu gosto do que faço e saber que financeiramente também me ajuda é gratificante (ANA, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

A partir desse relato, entende-se o crochê como uma técnica artesanal que coopera para o bem-estar psicológico, buscando por meio das vivências uma forma de estar no mundo, onde a tomada de consciência inclui características que favorecem a concepção de mecanismos nos quais as mulheres se apropriam da sua história de vida, a fim de desenvolverem condições

emancipadoras através da produção e da criação. O artesanato desenvolvido por essas artesãs está repleto de identidade latente e patente, juntamente com o imaginário de um grupo, o que confere vida as suas criações. Por esse motivo, de acordo com Maffesoli (2010, p. 81), trata-se aí, *strictu sensu*, “de uma ordem simbólica, que sublinha a identidade profunda entre o homem e as outras manifestações de vida no cosmos. Não mais a simples ordem racional própria da modernidade, mas sim, uma ordem emocional”.

Para mais, Luzia, 62 anos, complementa que se tornou uma empreendedora devido ao crochê e à união de um grupo de mulheres da sua localidade:

Comecei fazendo o crochê por como terapia, vendia algumas peças para minhas amigas e vizinhas, mas aos poucos fui observando que existiam pessoas que valorizavam esse tipo de trabalho artesanal e que muitas artesãs da minha cidade desenvolviam o crochê mas não sabiam como vender. Foi aí que tive a ideia de unir essas mulheres e mostrar que juntas poderíamos vender nossos trabalhos. Hoje, sou empreendedora por conta do crochê, que coloca sustento na minha mesa e de muitas outras famílias aqui da região (LUZIA, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Diante disso, entende-se que o empoderamento de mulheres é uma via de acesso integral a todos os setores da economia e em todos os níveis de atividades, eis que o artesanato simboliza a trajetória feminina na reivindicação de seu espaço no mercado de trabalho, bem como sua emancipação da figura masculina, fruto da estrutura patriarcal, ainda dominante na sociedade atual. As ações femininas coletivas, através de associações e grupos, dão voz às mulheres, permitindo maior atuação política e mobilização para a conquista de espaço. É dizer que o conjunto de redes ou congregações permite que os indivíduos se ajustem socialmente, desenvolvendo cada vez mais a condição tribal concebida em seu significado social (MAFFESOLI, 2010a). Tal como o imaginário individual é marcado pela identificação pessoal, o imaginário coletivo se caracteriza pelo compartilhamento de valores.

Nessa lógica, observa-se que o grupo desenvolvido por Luzia vive o que Maffesoli (2011) chama de socialidade, quando a perspectiva orgânica da formação e existência grupal é a espontaneidade que qualifica as relações e garante seu arranjo cultural. O estar-junto ocorre quando as estruturas de negociação e comunicação se apresentam como expressão do fortalecimento do político como um fator de reunião de elementos individuais e coletivos. Logo, é essa afetividade natural e instintiva presente na vida social que gera o anseio de pertencimento, que se desenvolve por meio de sinais de reconhecimento tribal.

Além disso, é evidente, diante dos imaginários narrados, a importância da técnica artesanal e da estética prazerosa da criação, na qual a ambiência remete a uma pulsão comunitária e uma consciência de si no mundo, fazendo do processo artesanal um meio pelo qual as identidades fragmentadas se agrupem através de um reservatório de imagens, sentimentos, lembranças e experiências em comum, do qual sedimenta um modo de ver, de sentir, de agir, e de aspirar ao estar no mundo (MAFFESOLI, 2010a).

Por fim, o fazer artesanal pode ser considerado um fator que proporciona o empoderamento, porquanto “pensar como um artífice é mais que um estado de espírito: corresponde a uma aguda posição crítica na sociedade” (SENNETT, 2012, p. 56), sobretudo porque as habilidades artesanais transcendem o campo técnico e refletem na vida cotidiana por meio das relações sociais, produzindo experiências que podem influenciar na gestão das relações humanas, sob o ponto de vista individual e também coletivo.

5.3.3 A criação: fazer artesanal e processo criativo

No campo dos estudos da cultura material, as peças artesanais, suas formas, estruturas, o material de que são feitas e por quem são realizadas são consideradas objetos que carregam símbolos, signos e imaginários que refletem a vida social do homem comum. Neste tópico, pretende-se refletir sobre o crochê, buscando entender o artesanato como um processo e não um resultado. Aqui, almeja-se entender como se dá a troca de conhecimento entre o grupo de artesãs em estudo e os designers da marca *Leafy*, e como as relações sociais são elucidadas para a criação de um produto com aura.

De antemão, importa frisar que o artesanato requer muito mais do que descrições do desenho e das técnicas de produção; seu sentido só é atingido se se situar socialmente em relação ao contexto que o promove. Um artesão não se torna um artesão apenas porque está empregando uma técnica artesanal, mas porque está inserido num contexto em que ser um artesão possui um significado social em articulação com outros significados, dos quais ele

compartilha. Logo, em cada produto artesanal há a expressão da subjetividade e do imaginário das artesãs que além de técnica e habilidade, expressa emoção, sentimento, e a aura do artista.

Como já exposto, a marca *Leafy* incentiva a troca de conhecimento entre designers e artesãs. Diante disso, as entrevistadas foram questionadas sobre como esse processo ocorre. Os relatos apontam que a troca se dá de maneira colaborativa, na qual o designer desenvolve o desenho e a parte conceitual da coleção, pesquisando tendências, analisando o mercado e o gosto do consumidor. Doutro lado, cabe às artesãs o desenvolvimento técnico, a pesquisa de novos pontos, tramas e entrelaçamentos, a viabilidade do desenvolvimento do produto, a busca de inovações em modelagens e formas de produção. Nesse sentido, Ana, artesã da marca, explica que “a troca de conhecimento é sempre feita de forma respeitosa, pois todo processo é construído em conjunto”, já que:

Nós trabalhamos em conjunto com os designers... Geralmente, o desenho já vem pronto para a gente, nós analisamos a modelagem e buscamos interpretar e entender a forma de executar a peça. Muitas vezes não é fácil, pois nem tudo que está no papel pode ser feito através do crochê. Tem várias peças que chegam para nós e não conseguimos desenvolver, quando isso acontece, nós ajudamos o designer, pensamos soluções e damos nossa opinião sobre como deveria ser feito. Essa troca de informação nos ensina e valoriza nosso trabalho (ANA, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Durante os relatos sobre o processo de criação foram detectadas as particularidades de cada artesã, tornando-se evidente a maneira como cada uma deseja trabalhar. Observou-se que as peças são direcionadas para as crocheteiras de acordo com a afinidade de cada uma. Assim, Ana relata que “a minha criação é diferente da criação que a Dona Carolina faz, ela consegue criar uma peça do zero, tem bastante criatividade... eu já não, apenas copio o que me é passado, tiro inspirações e referências, não sei criar algo do zero”. Em concordância, Eunice afirma que “a Carolina faz peça mais elaboradas, cria uns vestidos diferentes... eu sou conhecida por fazer a peça mais rápido e de forma prática, sem muita elaboração [...]”. Aqui, também se observa que as mulheres possuem autonomia e liberdade de propor intervenções na peça, por meio das próprias experiências e técnicas. Elas colaboram e apontam outros caminhos, imprimindo sua identidade como artesã e atuando, não apenas na produção, mas também como participante no processo de criação.

Em vista disso, percebe-se que os conhecimentos informais, as habilidades técnicas e as experiências culturais das artesãs misturam-se com os conhecimentos acadêmicos e

projetuais dos designers. De acordo com Manzini e Vezzoli (2005) o novo papel dos designers é o de atuar como facilitadores, capazes de construir um futuro sustentável, promovendo novas metodologias projetuais, viabilizando novos modos de produção, socialmente úteis, visando à melhoria do contexto local e das interações sociais.

Figura 22: Croqui *Leafy Natural Couture*



Fonte: Acervo pessoal, 2019.

Além disso, o conhecimento tradicional e popular das artesãs abre possibilidades de reflexão sobre a atual cadeia produtiva da moda, direcionando os ensinamentos academicistas para um espaço social situado na cultura não institucionalizada. Assim, a força da sociabilidade que costura firmemente as redes de solidariedade se solidificam por meio do sensível e aparecem de maneira intensa nos produtos da marca *Leafy*. Para Jaqueline, uma das crocheteiras entrevistadas, “a comunicação entre designer e artesão é fundamental, pois duas cabeças pesam melhor que uma, por isso criamos em conjunto”.

Eu sempre busquei ouvir o que os designers tem para me falar. Sempre busquei aprender com eles, mas eles sempre falam que são eles que aprendem com a gente [...] Eu sou meio metida e curiosa, gosto de aprender, tem vezes que eu até crio uma peça do zero e mostro para eles, eles sempre gostam, e eu fico feliz, pois eles valorizam meu trabalho. Quando vamos criar uma peça nova pensamos juntos, pois duas cabeças

pensam melhor que uma, e eu sempre dou meus pitacos, principalmente sobre os pontos e modelagem (JAQUELINE, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Em continuidade, a maior parte das entrevistadas afirma que o processo de desenvolvimento das peças é feito com liberdade de expressão e que os designers não ultrapassam os limites impostos por elas no momento de desenvolvimento das peças. Bem por isso, Luzia, crocheiteira há 5 anos na marca, testifica que: “nossas criações são desenvolvidas do nosso jeito, a marca não interfere no processo de produção, temos liberdade para produzir de acordo com nossas técnicas e tempo”. Aqui se denota que a marca busca manter o processo produtivo das peças em estado puro de artesanato, sem interferência de *design* ou métodos produtivos inovadores, postura que evidencia a resistência ao sistema industrial contemporâneo.

Por outro lado, consoante o pensamento de Manzini e Vezzoli (2005), existe uma diferença de processos mentais entre designers e artesãos, representando um abismo entre visão e realidade. O designer é treinado para projetar soluções “do que poderia ser”; diferentemente do artesão, que possui um enfoque conservador “do que é”. No caso em análise, faz-se possível perceber que a marca não utiliza as artesãs apenas como mãos-de-obra qualificadas, mas sim como agentes locais agregadores no processo de criação, desde a concepção da ideia dos produtos até seu desenvolvimento. Por meio das narrativas transparece um elo afetual entre os profissionais, notadamente porque em nenhum momento as artesãs se posicionaram de forma negativa em relação aos profissionais do *design*.

Para a artesã Jane, a marca incentiva o processo autoral e valoriza as ideias e técnicas empregadas nas criações:

A marca me incentivou a querer melhorar cada dia mais minha técnica, hoje me considero uma melhor artista por conta disso. Para mim a troca de experiência com o designer é muito importante, pois abre minha cabeça no momento de criação das peças. As informações trazidas por eles facilitam no processo, pois não tenho tempo de ficar pesquisando... (JANE, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Nesse sentir, identificou-se que o “ponto de troca” entre os indivíduos acontece no momento em que o designer é visto por meio do imaginário do artesão como um facilitador e estimulador das descobertas, aquele que traz as histórias e informações do mundo externo para a comunidade, compartilhando ideias e inspirações. Assim, ressalta-se que esse processo de

entendimento deve vir do próprio grupo social, e não uma imposição para que não aconteça uma estrutura da alienação do trabalho. Logo, percebe-se que a marca busca emancipar o artesanato independente do trabalho do designer.

Segundo Maffesoli (1998), faz-se necessário compreender que a cultura prevalece sobre o processo econômico-político na pós-modernidade. Assim se exprime a sinergia da razão e do sensível, sobretudo ante o fato de que o afeto e o emocional são da ordem da paixão, “não estão mais separados em um domínio à parte, bem confinados na esfera da vida privada, não são mais unicamente explicáveis a partir de categorias psicológicas, mas vão tornar-se alavancas metodológicas que podem servir à reflexão” (MAFFESOLI, 1998, p. 13). Nesse trilhar, Tereza, uma das artesãs entrevistadas, afirma que “a relação com os designers da marca é familiar, pois eles estão dentro das nossas casas, criamos uma amizade e uma boa troca de experiências e ideias, não conversamos apenas sobre trabalho, mas também sobre a vida, problemas [...]”. Em outras palavras, o relacionamento entre os profissionais da marca *Leafy* ultrapassa a esfera institucional no momento em que o “estar junto à toa” é inserido no processo, desenvolvendo uma rede afetual entre comunidade, grupo local (artesãs), designers e a marca.

Ademais, de acordo com as reflexões tecidas por Krucken (2009), as ações para valorização dos produtos locais necessitam promover relações transparentes e duradouras. Sob a perspectiva do *design*, a autora afirma ser importante reconhecer as qualidades do produto e do território, ativar as competências situadas no território, comunicar o produto e o território, proteger a identidade local e o patrimônio material e imaterial, apoiar a produção local, promover sistemas de produção e de consumo sustentáveis, desenvolver novos produtos e serviços que respeitem a vocação e valorizem o território, e consolidar redes no território. Diante disso, é por meio do imaginário das artesãs que a marca desenvolve ações semelhantes ao ensinamento de Krucken (2009), buscando mapear as dificuldades e potencialidades na valorização de produtos e territórios, orientando as estratégias de desenvolvimento econômico e social, sempre respeitando a cultura e as tradições locais.

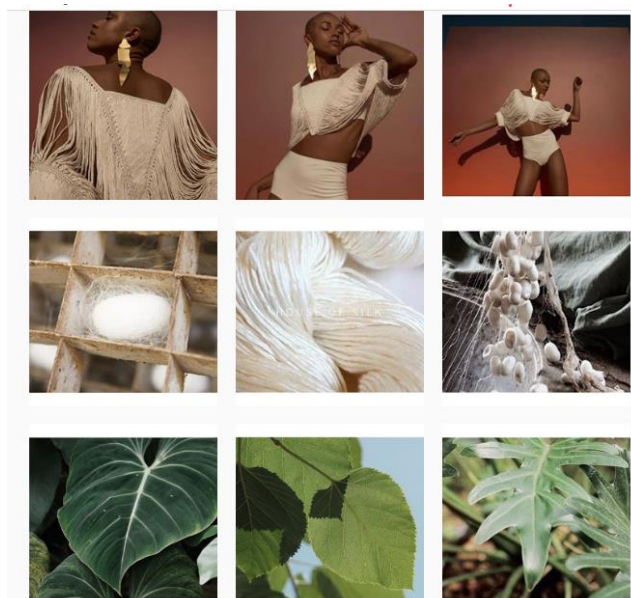
A crocheteira Eunice afirma que a marca *Leafy* sempre busca respeitar as etapas e processos do desenvolvimento das peças e que, além disso, valoriza o trabalho das artesãs, pois são elas quem determinam o valor do pagamento de cada peça feita.

[...] nosso trabalho é valorizado pela marca, pois nós criamos e nós também determinamos o valor da peça, esse é o diferencial da marca. Eu já trabalhei para uma

marca que tinha uma tabela de preço, não negociava os valores. Mas, com a *Leafy* é diferente, nós que damos o preço que achamos justo, calculando o tempo gasto no processo e a mão-de-obra se foi mais fácil ou mais difícil. Inclusive, eu já fiz vestidos para marca que cobrei setecentos reais pelo feitiço e eles me pagaram pois sabem o valor daquela peça (EUNICE, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Nesse cenário, a marca imprime em sua relação com as artesãs a transparência, a valorização da mão-de-obra local e a remuneração justa, que são características presentes no movimento *Slow Fashion*. Nas narrativas das artesãs é possível identificar diversos cenários em transformações como o *design*, o artesanato e a cadeia produtiva de moda. Essas mudanças são destacadas a partir de outras formas e direções, dentre as quais se evidencia uma visão sistêmica, que se mistura com a complexidade das tramas sociais, desenvolvendo a atuação dentro dos fenômenos atuais e difusos que caracterizam a sociedade contemporânea. Logo, observa-se aqui o que Coelho (1997) chama de “cultura híbrida”, expressão que designa o cenário cultural contemporâneo caracterizado não mais por níveis ou compartimentos estanques que separam a cultura erudita da popular e de massa, “a hibridização refere-se ao modo pelo qual modos culturais ou partes desses modos se separam de seus contextos de origem e se recombina com outros modos ou partes de modos de outra origem, configurando, no processo, novas práticas” (COELHO, 1997, p. 124).

Figura 23: Cultura Híbrida - Artesanato e Design



Fonte: www.instagram.com/leafynaturalcouture_official, 2020.

Ainda no tocante ao processo de criação, é importante ressaltar que a internet e os aplicativos digitais são relevantes ferramentas que possibilitam constantemente a troca de conhecimento entre artesãs e designers. Carolina, a crocheteira mais experiente, afirma que: “o *WhatsApp* faz parte da nossa troca de informação, pois muitas vezes os desenhos são enviados por ele, e nós também enviamos modelos de pontos e modelagem para aprovação do designer”. Isso significa dizer que a troca de conhecimento entre designer e artesã se expande por meio do que Maffesoli (2004) chama de união entre o arcaico e o tecnológico que produz uma nova forma de estar-junto.

Tereza explica que foi necessário se adequar à tecnologia, pois hoje as redes sociais são como vitrines:

Hoje eu uso minhas redes sociais para vender as minhas peças, pois além de desenvolver meu trabalho para a *Leafy*, eu ainda tenho minhas criações e encomendar exclusivas. Tenho meu *Instagram* e *Facebook*, que me servem de vitrine para venda de meus produtos, com toda essa tecnologia não dá para ficar só no tradicional, na verdade, o tradicional tem que fazer, mas também tem que se adequar ao que está se usando (TEREZA, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Nesse sentir, de acordo com Maffesoli (2010b) a chamada “lógica de redes” é uma forma antiga de solidariedade, que atualmente se expandiu com os avanços tecnológicos. Diante disso, o arcaico vem primeiro, ligado ao grupal e às maneiras antigas comunitárias, e em seguida encontra o paradoxo do desenvolvimento tecnológico com bases orgânicas e rizomáticas que nasce da expressão das redes eletrônicas. A mistura desses dois elementos é entendida pelo autor como a criação de uma nova forma de mudança nas estruturas do vínculo social. A internet, por assim dizer, possibilitou aos indivíduos uma conexão intensa, na qual a busca por valores comuns, como pertencimento e identificação, é destacada nas novas agregações sociais.

Indagou-se, ainda, sobre o modo através do qual as artesãs atualizam suas técnicas e seus conhecimentos nos dias atuais, de modo que a maior parte das entrevistadas respondeu em conformidade que a internet é o meio mais utilizado para renovarem e adquirirem novos conhecimentos sobre o crochê. Acerca de tal indagação, foram citadas algumas plataformas como *Pinterest* e *Youtube* que possuem inspirações e tutoriais com novos pontos e modelos modernos, o que se dá porque “a internet modificou as relações sociais e tornou-se cada vez mais presente no cotidiano das pessoas, possibilitando o acesso a cursos, informações e trocas”

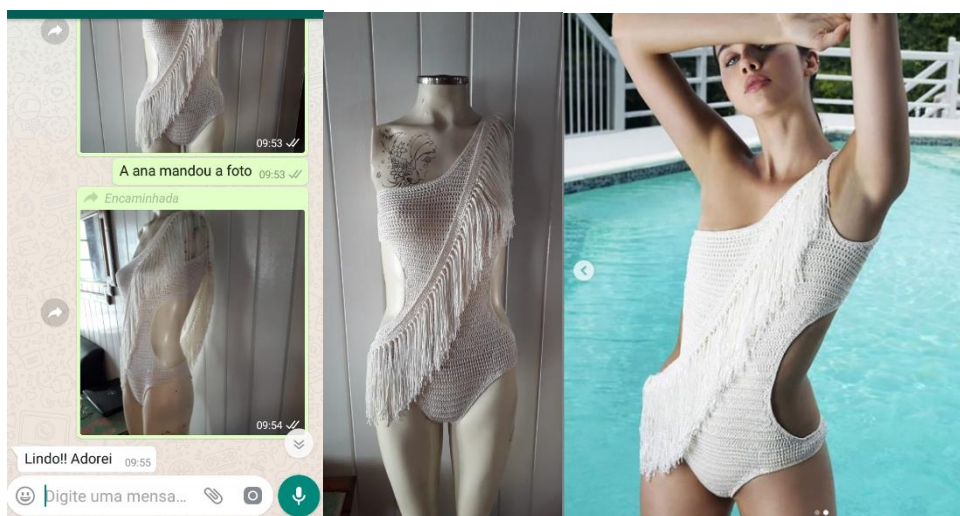
(LEME, 2017, p. 65). Isso permite que mesmo os ofícios mais tradicionais, como é o caso do crochê, possam ser aprendidos e transmitidos pelo viés das mídias contemporâneas, caminhando ao lado das constantes mudanças e inovações da sociedade atual.

Conforme Cristiane, artesã entrevistada, a internet é uma grande aliada para atualização das técnicas artesanais:

Tudo que aparece no *Facebook* sobre crochê eu compartilho. Também passo horas no *Pinterest* procurando novos pontos e modelagens. Eu amo! A gente se distrai, é quase uma terapia, tem tanta coisa linda! [...] junto com as outras meninas da marca temos um grupo no “zap” lá trocamos bastante informações, enviamos fotos de referências. Quando eu vejo algo de crochê na internet que é a cara da pessoa, eu já compartilho (CRISTIANE, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

À luz de tal contexto é que se pode afirmar que a marca *Leafy* utiliza apoio da tecnologia para manter contato direto com as artesãs, alterando a forma de integração dos indivíduos envolvidos no processo de criação. Observou-se, também, que além de visitas presenciais dos designers, a troca de conhecimento e o processo de criação de uma peça são feitos via aplicativos eletrônicos, como o *WhatsApp*, e as pesquisas desenvolvidas pelas artesãs são exclusivamente executadas através de meios digitais, como *Pinterest* e *Youtube*. Esse novo contexto possibilita uma maior aproximação entre os sujeitos e estimula a interação social, de tal maneira que o acesso à informação - outrora restrito e exclusivo - agora está, de certo modo, democratizado e ao alcance da maioria.

Figura 24: Comunicação via WhatsApp e produto final exposto no *Instagram*



Fonte: Acervo pessoal, 2019.

Nesse trilhar, percebe-se que as artesãs possuem valores, técnicas e signos comuns do sistema cultural ao qual fazem parte. Por meio dos relatos das entrevistadas se conclui que as técnicas artesanais conservadoras se misturam com elementos contemporâneos e tecnológico, como as redes sociais, renovando as técnicas sem abandonar os ritos e as tradições. Essa mistura é capaz de levar ao crescimento econômico e à reafirmação simbólica. Um não anula o outro, eis que “a modernização naturalmente não extingue as tradições, bem como o tradicional não quer ficar fora da modernidade. É a integração entre o tradicional e o moderno, o popular e o culto, o local e o global [...]” (KAULING, 2017, p. 81). Ou seja, a cultura híbrida assume seu espaço, no qual a mobilidade pós-moderna se conecta ao arcaico sem desintegrar-se das raízes ancestrais.

Agulha, fio e mãos são os elementos que compõem o tricô e o crochê. E, nesses casos, a mão muda tudo, mais do que os próprios materiais: a natureza de cada pessoa e a tensão colocada em cada ponto geram resultados diferentes. Também é da essência do trabalho manual a disposição a movimentos constantes de tecer e de desmanchar, um vaivém por meio do qual se entende o desdobramento do tempo (KAULING, 2017, p. 83).

Essas novas formas de comunidade são percebidas por Maffesoli (2010b) como a crescente fertilidade da imagem que é potencializada pelo desenvolvimento tecnológico, nesse caso, internet e as redes sociais. O artesanato que costumava deter-se a uma cultura local,

enraizada em uma localidade específica, atinge agora uma visibilidade global, bastando haver a identificação (*apud* KAULING, 2017).

Além disso, ao longo das conversas foi possível identificar que o crochê presente na decoração das casas das artesãs, em forma de toalhas de mesa, detalhes de cortinas, acessórios para utensílios e tapetes. Algumas entrevistadas, inclusive, mostraram seus acervos pessoais com peças que vão além da decoração e incluem roupas infantis e vestidos femininos. Cada artefato apresentado, em meio a lágrimas e risadas, conta uma história e carrega uma memória da família, da juventude ou de um momento especial. Tudo envolto em uma aura que ultrapassa a materialidade do objeto. Estão presentes, ali, os sentimentos, a memória, a identidade e a tradição dessas mulheres.

Compreende-se que esses acervos pessoais podem funcionar como “lugares de memória”, no qual o indivíduo bloqueia o trabalho do esquecimento, e busca fixar e imortalizar a morte em um estado material e imaterial, afirma Nora (1993). Ou seja, a memória pós-moderna é uma memória registradora, que delega ao arquivo o cuidado de se lembrar por ela. Existe uma necessidade contemporânea de eleger lugares onde as memórias possam ser depositadas, impondo a certos espaços ou objetos a tarefa de capturar a memória e deixá-la ali encerrada para a qualquer momento ser despertada pelo homem.

Em continuidade, verificou-se que a prática artesanal pode ser uma terapia relaxante ou uma válvula de escape para as artesãs entrevistadas, pois quando questionadas sobre o que pensam no momento que estão confeccionando uma peça, muitas responderam que “esquecem o mundo lá fora”, já que, segundo afirma a artesã Ana, “o crochê me faz pensar em coisas boas, me traz tranquilidade e relaxa a alma. Fazer crochê é uma terapia”. Visto de tal maneira, o artesanato, também pode ser reconhecido como uma atividade terapêutica ou método auxiliar de preservação de bem-estar mental. Nesse sentido, Sennett (2012, p. 19) aponta que “a habilidade manual oferece recompensas emocionais às pessoas que a exercem”, ligando-as ao simples prazer de fazer algo bem feito, construindo uma realidade tangível e fazendo com que elas se orgulhem do seu trabalho.

Crochetar é um ato que envolve consciente e inconsciente, na qual a sensação “da mente se esvaziar” é um momento de alinhamento e integração das diferentes camadas que compõem o ser humano, juntamente com o movimento inconsciente da mão que guia o trabalho artesanal e amplia a linguagem dos sentidos físicos e emocionais (SENNETT, 2012). Aqui, vê-

se o trabalho artesanal como um meio que possibilita o artesão a entender a construção de si mesmo. O artesão de si constrói mundos, realidade e também produtos. O trabalho artesanal passa a ser então uma atitude e uma cultura. É dizer que, de acordo com Sennett (2012) o artesão, ao exercer o fazer, adquire consciência sobre si mesmo e sobre sua prática, ao pensar sobre o que faz, sendo capaz, sobretudo, de criar e inovar em seu trabalho.

Ainda, as entrevistadas responderam que um dos aspectos que as motivam a crocheter é a realização de visualizar uma peça pronta. No ponto, importa resgatar a lição de Mills (2009, p. 60), para quem “o artesão tem uma imagem do produto acabado, e mesmo que não o faça inteiro, vê o lugar de sua parte no todo e, por conseguinte, compreende o significado de seu esforço em termos desse todo”.

Corroborando, Jane afirma que:

Não sei o que seria de mim sem o crochê. Se eu não tivesse o crochê eu iria fazer o que? Acho que acabaria ficando doente. Mente vazia oficina do diabo. Deus o livre! Enquanto eu estiver viva e com saúde quero trabalhar e fazer meu crochê, quando fazendo uma peça fico pensando na vida e sempre imagino a peça pronta e como ela vai ficar. Tenho orgulho das minhas criações! Esses dias, a Silvia, dona da marca, trouxe uma revista onde tinha um vestido que eu fiz... fiquei muito feliz, sei do meu valor! (ANA, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Questionou-se, também, sobre a valorização do crochê pela sociedade contemporânea, pelo que foi salientado que as técnicas artesanais, de modo geral, sofrem grande desvalorização e preconceito, pois “as pessoas acham caro um trabalho feito à mão, não reconhecem o valor do tempo investido na produção, nem a exclusividade de um produto artesanal”, ressaltou Cristiane, crocheteira mais nova do grupo em análise. Neste contexto, segundo Sennett (2012), mesmo sofrendo grande desvalorização o artesanato pode ser considerado um ato de resistência diante do sistema industrial.

Diante do exposto, o imaginário e as narrativas das artesãs refletem seu lugar de fala, no qual o fazer artesanal é compreendido como sustento, empoderamento, lugar de refúgio e estilo de vida. Para essas mulheres a marca *Leafy* é representada como a empresa que possibilita o alimento, a independência e a valorização do trabalho artesanal em uma sociedade industrializada. Observa-se, ademais, em unânime concordância, que todas as entrevistadas visualizam o crochê como herança cultura e memória de um grupo que deve ser preservada e passada de geração em geração, do que extrai um sentimento de nostalgia e uma aproximação

com o passado, com as raízes culturais e com os ensinamentos ancestrais, caso em que imaginário e a memória herdada se manifestam no ato do fazer artesanal, incorporando lembranças que correspondem ao legado de um grupo, através de um processo de socialização que leva à identificação e ao pertencimento.

Por fim, os depoimentos revelam que a troca de conhecimento entre profissionais do *design* e artesãs acontece de forma espontânea, em que artesanato caracteriza a lógica da sociabilidade, assim entendida como uma estética descompartmentada que permite compreender o estar-junto desordenado, versátil e completamente inatingível, destacado por Maffesoli (1996, p. 13), pelo que o ofício artesanal aponta para uma nova forma de laço social, no qual o que está em jogo são os sentimentos, o prazer do aqui-agora e a relações compartilhadas coletivamente. Em síntese, o processo de criação desenvolvido pela marca *Leafy*, por não apresentar nenhum tipo de método industrial, aponta para ações que visam a troca de conhecimento entre profissionais, apoio à cooperatividade, promoção do imaginário *Slow Fashion*, incentivo à cultura local e a valorização da herança cultural.

5.3.4 A parceria: relacionamento entre a marca *Leafy* e as artesãs

A moda se faz presente no mundo para suprir a necessidade da sociedade em se diferenciar e criar identidade própria ou grupal. Além do contexto material, a moda imprime em seu conceito a imaterialidade que ultrapassa o vestir e se estende para a esfera do simbolizar, razões por que as marcas de moda, na incumbência de suprir tais necessidades, buscam criar ambiência e levantar bandeiras que causem identificação aos consumidores. Segundo Lipovetsky (2007), criar produtos já não basta, é preciso criar uma identidade ou uma cultura de marca por meio do marketing, da publicidade e da comunicação, pois o que o consumidor compra em primeiro lugar é a marca, e com ela um suplemento de alma, de sonho e de identidade.

De certa maneira, as marcas de moda buscam construir seus negócios centrados em novas alternativas que se apoiam em causas e ideias, para que, assim, o consumidor tenha a

percepção dos valores e propósito da empresa. Por sua vez e ao seu modo, a marca *Leafy* busca, por meio do fazer artesanal, construir uma rede de produção não óbvia, na qual os valores culturais proporcionam uma mescla de arte, moda e identidades locais. Dessa forma, investe na agregação de valores culturais nas peças, a partir de técnicas tradicionais da cultura do país traduzidas no artesanato, destacando a matéria-prima nacional, o trabalho manual e favorecendo a subsistência das comunidades e cooperativas através dessas atividades. Oferecendo em seus produtos um diferencial de mercado, a partir de peças exclusivas.

Diante de tais fatores, questionou-se às artesãs sobre a forma como se deu o primeiro contato com a marca, pelo que foi ressaltado pela maior parte das entrevistadas que conheceram a marca por vias de terceiros. Assim, Ana conta que: “minha amiga trabalhava para a Silvia, dona da marca, e falou do meu trabalho para ela [...]”. Nessa mesma lógica, outras cocheteiras também relataram que foram apresentadas para a *Leafy*, por intermédio da Cooperativa O Casulo Feliz, empresa que desenvolve os fios de seda artesanal para a marca.

Ainda, segundo a artesã Eunice, a proprietária da marca, Silvia Vassão, sempre manteve contato com as artesãs de forma informal, e explica:

A primeira vez que tive contato com a Sílvia foi em minha casa. Ela me fez uma visita e falou um pouco sobre a marca. Eu logo fiquei muito empolgada, pois sempre quis poder produzir e vender minhas peças... ela me mostrou algumas fotos das coleções que ela desenvolveu e me encantei muito pelo seu trabalho, as peças são bem diferentes, são modernas [...] (EUNICE, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Outro ponto levantado foi acerca da nova roupagem que a *Leafy* dá às peças de crochê. Grande parte das entrevistadas citaram que as “as roupas são modernas e diferentes”. Nesse contexto, compreende-se que pensar a confecção e a valorização de uma técnica que não está no seu auge, tal como os crochê, já torna por si só o produto exclusivo e diferenciado. Logo, de acordo com Maffesoli (2010) a sociedade assiste à elaboração de uma “aura estética”, na qual se reencontrarão, em inúmeras proporções, elementos que remetem à pulsão comunitária, à propensão mística ou a uma perspectiva ecológica.

Figura 25: Coleção *Leafy Natural Couture*, 2019.



Fonte: www.leafynaturalcouture.com, 2020.

Em continuidade, buscou-se compreender o nível de entendimento das entrevistadas sobre o conceito de sustentabilidade e *Slow Fashion* que a marca emprega em sua produção. Nesse sentir, questionou-se as artesãs sobre o conhecimento do processo produtivo da marca, as formas como os fios de seda são desenvolvidos e como é feita a comercialização das peças.

Dessa maneira, a artesã Ana relata que os fios de seda utilizados pela marca é o diferencial de seus produtos:

O fio que chega até a gente passa por diferentes processos... eu não saberia explicar, mas eu assisti o vídeo da marca que mostra [...] O que posso falar é que a matéria-prima é de excelente qualidade, eu nunca trabalhei com o fio tão maravilhoso. Sei que é feito de seda diferente dos que a maioria das artesãs usam que são de algodão e deixam as peças rígidas. O fio de seda é de uma leveza incrível! Deixa as peças fluídas e muito maleável (ANA, 2019. Entrevista concedida à pesquisadora).

Por conseguinte, Luzia explica que: “já visitei a empresa O Casulo Feliz em Maringá. Lá eles produzem o fio que é utilizado pela marca *Leafy*. Pude observar como as bichinhos-da-seda são criados e como é produzido o fio que serve de matéria-prima das peças

[...]”. Em contrapartida, a artesã Carolina afirma que: “desconheço como é feito o desenvolvimento dos fios, sei que vem do bicho-da-seda, mas não sei como é o processo. Um tempo atrás a Sílvia me deu de presente um casulo... eu pensei, como a natureza é perfeita!”.

Sob essa perspectiva, observou-se que a maioria das crocheteiras não sabe explicar como funciona o processo produtivo da marca, mas possuem noção do contexto mais amplo, pois como afirma Ana “a marca fez um vídeo que mostra o processo... quando a Sílvia me mostrou eu quase chorei. Me orgulhei muito do meu trabalho”. Desse modo, a narrativa audiovisual pode ser considerada uma forma didática para mostrar a realidade e a transparência da cadeia produtiva por trás das peças da marca, de modo a reforçar seu imaginário e também o das crocheteiras, criando, assim, uma aura de pertencimento e vínculo, que constituem a própria finalidade do imaginário. Logo, a *Leafy* busca o resgate das técnicas manuais e tradicionais do passado para que sejam levadas para o futuro, desenvolvendo coleções atemporais, numa corrente contra a obsolescência e a efemeridade, a partir do que se nota que suas criações somente se justificam porque se amparam na valorização humana, e em todos os processos envolvidos no feitiço.

Ainda, os relatos expostos mostram a excitação das artesãs ao terem seus trabalhos reconhecidos pela empresa. Ana mencionou que “nosso trabalho é levado para fora do Brasil... encontrei na marca a valorização que eu merecia, mas nunca tive antes”. Corroborando com Ana, a artesã Carolina completa “um dia a Sílvia me trouxe de presente uma revista de moda que tinha uma foto de um vestido que eu produzi. Fiquei maravilhada, pois foi aí que vi meu potencial [...]”. Aqui fica evidente o imaginário das artesãs que encontram na marca um lugar de reconhecimento de seu trabalho e valorização da sua técnica. Sobre o tema, segundo Maffesoli (2010a), as redes sociotécnicas são fenômenos de estruturas fixas, acabadas e planificadas e vão contra as expectativas dos artesãos que consideram mais importantes o cotidiano, o vivido, o presente e o prazer, sentimentos encontrados na relação com a marca *Leafy*, que ultrapassa a barreira técnica e constrói uma relação de afeto.

Ademais, ainda, de acordo com Maffesoli (2014) a pós-modernidade aponta para a era dos afetos. Até mesmo porque é na mudança do tempo que o presente passa a ser mais valorizado, exurgindo a valorização do que o autor chama de “o aqui e agora”. O trabalho perde valor no sentido racional e técnico e o sonho agora é transformar a própria vida em obra de arte. Na avaliação do sociólogo, os seres pós-modernos acentuam o sentimento, as vibrações

espirituais e artísticas. Segundo ele, a ética da estética da sociedade contemporânea encontra-se na palavra sintonia, o cimento ético a partir das emoções e do compartilhamento dos afetos.

Mais do que isso, observa-se que a marca pratica com clareza a transparência na cadeia produtiva, um dos pilares destacado pelo movimento *Slow Fashion*. Por mais que as artesãs não tenham conhecimento profundo de como funciona o processo de produção da marca, observa-se, por meio dos relatos, que o conceito de sustentabilidade é entendido por elas como uma forma de cuidar do meio ambiente. Nesse sentir é que Jaqueline afirma que “a sustentabilidade pra mim é não maltratar a natureza, os animais, não poluir o mundo [...]”. Esse olhar bastante simples sobre a sustentabilidade é recorrente em todas as narrativas expostas, o que permite concluir que as artesãs ainda não possuem consciência completa do processo em que estão inseridas. Logo, são fundamentais mudanças de ordem de valores sociais, de atitudes e pensamentos, pois o princípio da sustentabilidade aponta uma resposta para a integração do ambiente, da equidade social a uma nova racionalidade produtiva, com vistas a uma ordem econômico-ecológica globalizada e biossustentável.

Por fim, é evidente o cuidado da marca em deixar exposto para as artesãs como funciona o processo em que estão inseridas. Ainda que assim não fosse, entre as situações concretas e subjetivas, o que é evidente para as artesãs, diante da relação com a marca, é a valorização do trabalho artesanal, a troca de conhecimento e a responsabilidade social da marca por meio da sustentabilidade. E o que é subjetivo para essas mesmas mulheres é tudo o que diz respeito à imaterialidade do trabalho, o que poderia ser considerado como seu valor simbólico. Em síntese, a parceria entre as crocheteiras e a marca *Leafy* emerge da “estética dos sentimentos”, que nada tem de interior, individual, bem pelo contrário, visa à abertura para o outro e estabelece o estreitamento de laços afetuais (MAFFESOLI, 2010a). Essa abertura ressalta a tendência ao comunitarismo, na qual os integrantes do grupo se esforçam para cumprir os interesses comuns. Há, portanto, uma doação dos membros, ressaltando a potência da identificação que salienta aquilo que se faz comum a todos. Logo, essas reflexões nos levam ao entrecruzamento das potências simbólicas expressadas pelas marca com as narrativas das artesãs que serão expostas e arrematadas na conclusão da presente pesquisa.

6 CONCLUSÃO: O ARREIMATE FINAL

Diante do exposto, nesse capítulo apresenta-se os resultados da presente dissertação tendo como expectativa central a abertura de um novo panorama para a representação da consciência sustentável na moda. Daí por que, o estudo proposto procurou compreender o despertar de consciências dos *designers* e marcas para um novo jeito de representar, criar e desenvolver os processos na indústria da moda, que vão além das criações de roupas e se expandem como expressão sociocultural e fenômeno social, que caracterizam e apontam o espírito do tempo, a vitalidade e as efervescências presentes em uma sociedade pós-moderna.

Para tal desiderato, buscou-se entender a sociedade pós-moderna através da óptica sociológica e compreensiva, tendo como viés a moda, a fim de que, por meio dessa perspectiva, fosse viabilizada a obtenção de informações relevantes e que auxiliassem na compreensão do fenômeno estudado, de modo a contribuir com a pesquisa científica e a ampliação das fronteiras estruturantes e tecnológicas do tema de fundo.

Partindo dessas premissas, o estudo de caso aqui exposto conduziu as informações relevantes e auxiliou no cumprimento do objetivo da pesquisa, possibilitando, por meio da análise dos dados obtidos, traçar maior compreensão do atual cenário da moda e sua saturação. Bem por isso, foi possível entender e expandir o conceito *Slow Fashion*, o fazer artesanal e a cultura dos sentimentos, referenciada por Maffesoli, através de um resgate de consciência e valores da narrativa da marca *Leafy Natural Couture*, enquanto objeto de investigação.

Por meio da análise hermenêutica feita na narrativa audiovisual da marca, foi possível averiguar que a potência simbólica desenvolvida pela *Leafy* possui uma ambiência ligada aos arquétipos de intimidade e da Grande Mãe. Isso porque a marca se posiciona por meio de símbolos que são regidos pelo regime noturno da imagem, descritos por Durand (2012). Esses símbolos, entendidos como variações de um mesmo arquétipo, constelam em imagens de refúgio, ventre, casa, família, casulo e círculo, direcionando a narrativa exposta para uma atmosfera de aconchego materno, um retorno ao lar e à ancestralidade. Tais símbolos são resíduos de sentimentos que estão enraizados na atmosfera proposta pela marca, permitindo compreender a potência simbólica do imaginário *Slow Fashion*, no qual as agregações sociais, os encontros afetivos, as afinidades eletivas, ganham seu espaço.

A *Leafy* faz parte dessa nova geração de marcas que possui propósito e que valoriza a imaterialidade por trás de seus artefatos e, com isso, utiliza a potência simbólica presente na sustentabilidade e no artesanato para construir valor para um produto que possui uma complexidade muito maior do que o valor monetário equivalente à sua função de uso. Nessa lógica, compreendeu-se que é na construção do signo da mercadoria que se encontra a grande marca da pós-modernidade, em que o imaginário converte mercadorias em imagens, tornando a representação imaginária a força principal de sua existência, foco que move as novas formas de criação de moda.

Ademais, diante da análise compreensiva pôde-se observar, através das narrativas das artesãs, a vivência sensível, comum e coletiva, perceptual de uma pregnância simbólica penetrante das raízes emocionais do indivíduo, em que são resgatadas as lembranças íntimas e trazidas à tona. As artesãs também expressaram grande entusiasmo ao serem convidadas para participar do desenvolvimento dessa pesquisa e relataram um sentimento de pertencimento e valorização. Visto assim, foi possível perceber uma devolutiva da parte das crocheteiras para com a marca, na qual ganham relevo a valorização do trabalho artesanal, a perpetuação da herança cultural, a transparência na cadeia produtiva, o empoderamento feminino e a troca de conhecimento. No imaginário dessas mulheres a marca *Leafy* é compreendida como um laço afetual, fazendo parte de seu cotidiano não apenas como provedora do sustento, mas como colo materno e abraço fraternal, ligando-se ao imaginário da marca: feminino do regime noturno. Nessa senda, as narrativas se cruzam e confirmam um imaginário no real, no cotidiano, no qual o saber-fazer é permeado por schèmes, arquétipos e símbolos da estrutura noturna da imagem.

Além disso, o presente estudo buscou entender como o artesanato se desenvolve nos dias atuais, tempos nos quais a realidade é processual e a cultura é dinâmica, enquanto que o artesanato não pode ser considerado como um bem intocado ou estático, alheio às transformações que ocorrem na vida daqueles que o produzem. Não se pode considerar o artesanato como algo à parte do artesão. Essa perspectiva não pretende anular o aspecto tradicional do fazer artesanal; bem pelo contrário, considera, ao fechar os olhos para as necessidades reais do artesão de hoje e para as transformações que vêm ocorrendo no contexto de seu trabalho, está se excluindo a possibilidade de valorizar a cultura local e de tornar o artesanato um produto de desejo, não só pelo seu valor simbólico, mas também pelo seu valor

estético. Logo, o modo de produção artesanal, por meio de seu tempo e espaço, pode ser uma alternativa capaz de refrear e resistir a industrialização efêmera do sistema capitalista.

Tendo em vista as considerações já elencadas no decorrer do estudo, buscou-se responder ao questionamento central que rege a presente pesquisa: Como a carga cultural, mediante o artesanato, agrega valor simbólico aos produtos de moda e contribui no processo de desaceleração do método produtivo industrial? Para tanto, identificou-se que o contexto de inserção do artesanato pela marca *Leafy* no mercado globalizado não envolve uma nova configuração no método produtivo artesanal, pois os produtos continuam sendo confeccionados de forma tradicional, dentro das comunidades e dos lares das artesãs, mantendo o tempo e o espaço de sua origem. Assim, a transformação que se vê é a expansão da consciência sustentável, a transparência na cadeia produtiva, a valorização da cultura local e o desenvolvimento de um produto com aura, trilhando um caminho que segue na contramão do cenário atual da indústria da moda. Essas mudanças são entendidas como pequenas flechas que apontam para o que Maffesoli (2010) chama de efervescências, lampejos de direcionamentos possíveis que só o tempo mostrará se foram efetivados como cultura, ou seja, incorporados à sociedade.

A partir dessas reflexões pôde-se compreender alguns dos principais aspectos que o fazer artesanal possibilita no processo de desaceleração do método produtivo industrial na cadeia de moda. Por meio do entrecruzamento das potências simbólicas presentes no curta-metragem apresentado pela marca com a narrativa das artesãs, identificou-se alguns pontos relevantes, como: **Aura Estética e Simbólica, Espaço-tempo, Nova Economia, Afeto e Criação Emancipada.**

Nesse trilhar, percebeu-se que os produtos desenvolvidos pela marca *Leafy* transcendem a reprodutibilidade técnica da indústria de grande escala, pois as peças criadas pelas artesãs possuem formas únicas e nunca serão reproduzidas da mesma maneira. Eis aí a **Aura Estética e Simbólica** do produto artesanal, o conjunto dos traços de autenticidade, autoridade e unicidade da obra, atributos que fazem do objeto algo único e irreproduzível. Por tais motivos é que o tipo de artesanato desenvolvido pela marca é puro, na medida em que não possui intervenção de métodos industriais, cada peça é única, feitas pela mão humana, com seus pontos, as suas tensões e identidade. Daí se vê o valor agregado que se desenvolve no produto artesanal, gerando um diferencial de mercado a partir de peças exclusivas, numa categoria que

envolve a sua valorização como bem simbólico e linguagem imagética que o transforma em bem exclusivo e artigo de luxo.

Outro aspecto relevante observado dentro do processo desenvolvido pela *Leafy* foi o retorno às formas arcaicas de produção, caracterizando um outro **espaço-tempo** e compreendendo onde nasce o produto, sua história e suas qualidades, associadas ao território e à comunidade de origem. Por meio de novos tempos de produção, promove-se também experiência de consumo menos instantânea e menos fugaz. Ou seja, o produto artesanal pode minimizar o impacto ambiental feito pela indústria da moda, porquanto representa uma visão de um mundo diferente, uma ruptura com as práticas atuais do setor e com os objetivos da moda rápida, uma visão construída a partir das premissas fundamentalmente distintas em relação ao tempo e espaço, sugerindo a transformação do cenário e desenvolvendo produtos com ciclo de vida atemporal e sustentáveis. Logo, a temporalidade desenvolvida pela marca aparece nitidamente como um referencial da vida com qualidade e segurança, cujas sensibilidades são associadas a um imaginário de proximidade e de intimidade com o consumidor.

Sob essa perspectiva, ainda, constatou-se que o fazer artesanal aplicado na indústria da moda se insere na economia contemporânea, agregando valor ao mercado como um dos fatores pertinentes ao consumo de bens culturais. A partir dessa abordagem pôde-se entender o surgimento de uma **Nova Economia**, que nasce da ideia de unir o fomento do *design* com a preservação da herança cultural e reconhecimento local, incentivando a vivência grupal e a experiência coletiva de tomada de decisões. Nesse contexto, a colaboratividade é uma das características dessa Nova Economia, em que a prática artesanal promove o trabalho em rede, como uma trama afetiva, na qual a troca e o apoio mútuo são o motor gerador de soluções criativas, responsáveis e inteligente, objetivando menor impacto produtivo e maior ciclo de vida dos produtos.

Ainda, no tocante ao processo de criação, é importante destacar que o **Afeto** é considerado um elemento primordial na relação entre designers e artesãs, permitindo um elo além das práticas projetuais. Como visto nas narrativas das crocheteiras, o designer não é apenas um profissional, ele assume o papel de amigo, pessoa íntima, a partir de quem a troca de experiência é efetivada de forma afetual. Dessa maneira, a vinculação afetiva parece estar assumindo a vetorização da relação entre os indivíduos, uma estrutura comunitária não mais fundada no contrato social, cujos deveres e as tarefas para com o outro sejam os elementos de

ligação; mas sim e principalmente uma possibilidade de vinculação em que o afeto, a simpatia, a igualdade de interesses e de partilha definem os contatos.

À vista disso, foi possível analisar que a definição de elos de identidade cultural para ligar os elementos tradicionais ao *design* contemporâneo imprime envolvimento pessoal e senso de orgulho das artesãs que passam a ser valorizadas pelo seu trabalho, e comunicam, através dele, aspectos de sua cultura para o público consumidor. Nesse contexto, a marca *Leafy* promove a **Criação Emancipada**, cujo processo de confecção das peças segue geralmente a intuição do artesão, na medida em que as peças ganham forma durante o processo de sua construção e o resultado final pode ser distinto do que se pretendia inicialmente. Diferente do método de *design* – em que tudo que diz respeito ao produto deve ser previamente calculado e antecipado em um projeto específico –, no artesanato, por ser uma atividade eminentemente manual, cujo espaço-tempo difere do sistema industrial, o processo de criação é concebido apenas na mente do artesão, podendo alterá-lo constantemente durante a execução das etapas de criação.

O enredo percorrido, por meio das narrativas da marca e das crocheteiras, direciona-se a um percurso fascinante, pois foi possível não apenas “dar voz” ao outro, pré-estabelecendo verdades para buscar o entendimento, mas ir a fundo e identificar, além das aparências e do rótulo de uma marca, como o processo e a troca de conhecimento de fato acontecem, dando atenção ao objeto de análise e permitindo enxergar e compreender que é na partilha que se dá o sentido de uma prática que se sustenta por meio dos afetos.

A pesquisa aqui exposta possui o escopo de servir de referência para novos estudos na área de moda, bem como bradar um novo conceito de criação de produtos sustentáveis e que resgatem a aura e a identidade cultural, a fim de romper padrões e indicar um novo despertar de percepção. Até mesmo porque se um novo paradigma econômico é preciso para se atingir a sustentabilidade, de igual modo se revela imprescindível um novo paradigma simbólico para expansão de consciência e comportamento.

Por fim, a trajetória percorrida se desenrola, assim como o fio que fia, e dá seu arremate final. Nesse trilhar, onde histórias foram entrelaçadas formando uma trama afetiva, percebeu-se que o homem como eterno artesão de si mesmo tece sem nem mesmo perceber, cada vez que compartilha ideias, que comunga na mesma mesa, que faz escolhas. Nesse sentir é que as narrativas aqui trançadas permitem essa significação simbólica, quase que imediata,

em que tecer e fiar são processos que descrevem bem a pós-modernidade e os ciclos da vida e da morte, nos quais os afetos funcionam como trocas e possibilidades de contato. Ante o exposto se faz possível compreender que o homem racional transforma-se em emocional, procurando resposta simbólica para a vida e, enquanto peregrino no labirinto interior, tem como propósito seguir fiando o destino com diferentes texturas, cores e forma, a fim de fazer do fenômeno da existência uma formidável e irrepetível obra de arte.

REFERÊNCIAS

- ANICET, Anne. **Ações na área de moda em busca de um design sustentável**. In: Colóquio de Moda, 7, 2011, Maringá. Disponível em <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/>> Acesso em: 10 de novembro de 2019.
- ARAÚJO, Aberto. F; BAPTIST, Fernando. P. **Variações sobre o imaginário**: domínios, teorizações, práticas hermenêuticas. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.
- ARAÚJO, Inês. **Do signo ao Discurso**: introdução à filosofia da linguagem. São Paulo: Parábola, 2004, p 9-57.
- ARAÚJO, Maria. **Sustentabilidade na moda e consumo consciente**. Barcelona, 2014. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/34492/1/APEC2014_MAraujo%20CBroega%20SMRibeiro.pdf> Acesso em: 14 de novembro de 2019.
- BACHELARD, GASTON. **A terra e os devaneios da vontade**: ensaio sobre a imaginação das forças. Tradução: Maria Ernestina de Almeida Prado Galvão, - 4ª ed, - São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2013.
- BALDINI, Massimo. **A invenção da moda**: as teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.
- BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade**: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.
- BERGAMIN, Sig. **Adoro o Brasil**. São Paulo: A Girafa Editora, p. 32-65, 2003.
- BRASIL. Parceria 21 – **Cidades Sustentáveis**. Rio de Janeiro: 1999.
- BRAUN, Sônia M. A. H. **Intervenção Urbana com Fios**: O Tricô e o Crochê na Arte Contemporânea em uma Perspectiva Educativa. São Paulo: Lume, 2013. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/87670>> Acesso em: 25 de maio de 2019.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Senac, 2008.
- CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o homem**: introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

_____. **Linguagem e mito.** São Paulo: Perspectiva, 1985.

CARVALHAL, A. L. B. **Moda com Propósito:** manifesto pela grande virada, São Paulo Estação das Letras e Cores, 2016.

CARVALHO, José Carlos de Paula. **Imaginário e Mitologia:** hermenêutica dos símbolos e histórias da vida. Londrina: Editora UEL, 1998.

CHEVALIER, J.; GHEERBRANT, A. **Dicionário dos símbolos.** Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

CIDREIRA, Renata P. **A moda numa perspectiva compreensiva.** Bahia: UFRB, 2014.

CIETTA, Enrico. **A Economia da Moda:** Porque Hoje Um Bom Modelo de Negócios Vale Mais do que Uma Boa Coleção. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

CIRLOT, Juan Eduardo. **Diccionario de Símbolos.** Editorial Labor, S. A. Barcelona, 1992.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural, cultura e imaginário.** São Paulo: Iluminuras/Fapesp, 1997.

COUTINHO, Marina; KAULING, Graziela. **Fast Fashion e Slow Fashion:** O paradoxo e a transição. Araranguá: Instituto Federal de Santa Catarina – IFSC, 2018.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe. **O sensacional da moda.** Caxias do Sul: Educs, 2002.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica.** Tradução Carlos Aboim de Brito. Lisboa: Edições 70, 1993.

_____. **Campos do Imaginário.** Tradução: Maria João Batalha Reis. Lisboa: Instituto Jean Piaget, 1996.

_____. **As estruturas antropológicas do imaginário.** São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. **O imaginário** – ensaio acerca das ciências e filosofia da imagem. Tradução Renée Eve Levié – 3ª ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2004.

DURAND, Y. **L’exploration de l’imaginaire,** L’Espace Bleu, 1988.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda?** Como a criamos, por que a seguimos. São Paulo: Senac, 2005.

FERREIRA SANTOS, Marcos. **Cultura Imaterial e processos simbólicos.** Rev. do Museu de Arqueologia e Etnologia, São Paulo, 14: 139-151, 2004. Disponível em: <<http://www.periodicos.usp.br/revmae/article/view/89663/92484>> Acesso em: 15 de julho de 2019.

FERREIRA-SANTOS, Marcos; ALMEIDA, Rogério de. **Aproximações ao Imaginário:** bússola de investigação poética. São Paulo: Képos, 2012.

FLETCHER, Kate; GROSE, Linda. **Moda & Sustentabilidade:** design para mudança. São Paulo: SENAC. 2011.

FOCILLON, Henri. **Elogio da mão.** Tradução de Samuel Titan Jr. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2012.

GOMES, G. C. C.; ARAÚJO, M. S. **Artesanato e Moda:** Inovação e Funcionalidade – Uma Referência Cultural no Piauí. 9º Colóquio de Moda. Fortaleza, CE, 2013.

GONÇALVES, Raruza K. T.; BITTAR, Wanessa D.; MUSSE, Christina F. **A interface entre o design e a comunicação na estruturação mercadológica das organizações artesanais.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Vitória, ES. 2010.

GONÇALVES, Elton L. **Imaginário e Identidade Nacional:** Análise Mitocrítica na série de TV Família Imperial. Dissertação. Universidade do Sul de Santa Catarina, – UNISUL. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem – PPGCL. Tubarão, 2017

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva.** São Paulo: Vértice, 1990.

KAULING, G. B. **As redes sociais como dispositivos do imaginário e potencializadoras simbólicas de novas formas de criação de moda.** Tese (doutorado). Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem – PPGCL. Tubarão, 2017

KRUCKEN, Lia. **Design e território:** valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LEAFY, Natural Couture. Direção: Rachel Vianna. Produção Executiva: Mitchell. E. Levine. YouTube, 2019. Vídeo (4 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VzjlPQO-pec>> Acesso em: Fevereiro de 2019.

_____. Natural Couture. **Sobre Nós.** 2020. Disponível em: <<https://leafynaturalcouture.com/>>. Acesso em: janeiro de 2020.

SANT'ANNA, Patrícia. **O desafio da criação de imagem de moda em um mundo global.** In: Styling e criação de imagem de moda. Organização de Astrid Façanha e Cristiane Mesquita. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

SCHULTE, Neide Kohler; LOPEZ, Luciana Dornbush. **Sustentabilidade ambiental no produto de moda**. Vale do Itajaí, 2007. Disponível em: <<http://ensur2007.paginas.ufsc.br/files/2015/08/Sustentabilidade-Ambiental-no-Produto-de-Moda1.pdf>> Acesso em: 14 de novembro de 2019.

SILVA, Izabelle Todsquini. **O Resgate do Uso de Técnicas de Tingimento Natural em Produtos de Moda Visando a Minimização de Impactos Ambientais**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

LEME, Bianca Xavier. **O “Saber Fazer” do Crochê: Valores do artífice e do patrimônio imaterial**. 2017. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Minas Gerais. Minas Gerais, 2017.

LIMA, Ana. **Consumo e sustentabilidade**: em busca de novos paradigmas numa sociedade pós-industrial. Anais do XIX Encontro Nacional do CONPEDI (Fortaleza/CE). Florianópolis: Fundação Boiteux, 2010.

LIMA, Verena Ferreira Tidei de. **O prolongamento da vida útil do vestuário de moda como alternativa para redução de seu impacto socioambiental**. 2013. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo – USP. São Paulo, 2013.

LIMA, F. M; OLIVEIRA, A. J. **Artesanato e Design**: Relações Delicadas. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Minas Gerais, 2016.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. 1. ed. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 2001.

MAFFESOLI, Michel. **A conquista do presente**. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

_____. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. **No fundo das aparências**. Tradução de Bertha Halpern Gurovitz. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. **Notas sobre a pós-modernidade**: o lugar faz o elo. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Atlântica editora, 2004.

_____. **O conhecimento comum:** introdução a sociologia compreensiva. Tradução de Aluizio Ramos Trinta. Porto Alegre: Sulinas, 2007.

_____. **O ritmo da vida:** variações sobre o imaginário pós-moderno. Rio de Janeiro: Record, 2007b.

_____. **A república dos bons sentimentos.** São Paulo: Iluminuras, 2009.

_____. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010a.

_____. **Saturação.** Tradução: Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2010b.

_____. **A transfiguração do político:** a tribalização do mundo. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. **O tempo retorna:** formas elementares da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

_____. **Homo Eroticus: comunhões emocionais.** Tradução de Abner Chiquieri. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

_____. **O imaginário é uma realidade.** Tradução de Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Revista Famecos, 2001. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123/2395>> Acesso em: 19 de fevereiro de 2019.

MACKENZIE, Mairi. **Ismos:** para entender a moda. São Paulo: O Globo, 2011.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis:** Os Requisitos ambientais dos Produtos Industriais. São Paulo: EDUSP, 2005.

MARKS, Ruthie. **History of crochet.** 1997. Disponível em: <<https://cdn.ymaws.com/www.crochet.org/resource/resmgr/pdf/history-of-crochet-rm.pdf>> Acesso em: 02 de junho de 2019.

MDIC. **Base Conceitual do Artesanato Brasileiro.** Programa do Artesanato Brasileiro. Brasília: Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2012.

MORAES, Heloísa P. J.; BRESSAN, Luiza. L. **Conversa fiada:** tecendo a ambiência social e informativa pelas redes sociais. In: LINS, Eunice Simões; MORAES, Heloisa Juncklaus Preis (orgs). *Mídia, cotidiano e imaginário.* João Pessoa: Editora UFPB, 2019

MORIN, Edgar. **O paradigma perdido:** A natureza humana. Lisboa: Publicações Europa-América, 2000.

MUNHOZ, Júlia Paula. **Um ensaio sobre o fast-fashion e o contemporâneo**. 2012. Monografia (Especialização) - Curso de Estética e Gestão de Moda, Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

NORA, Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. Projeto História, São Paulo, n.10, dez, 1993.

ORTIZ-OSÉS, Andrés. **Antropologia hermenêutica**. Lisboa: Escher, 1989

PALUDAN, Lis. **Crochet: History and Technique**. Editora Interweave, 1995.

PAZ, Octácio. **O Uso e a Contemplação**. Tradução; Alexandre Bandeira. São Paulo: Editora Cultura e Ação, Revista Raiz n.3 p.82-89. 2006.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: História, tramas, tipos e usos**. São Paulo: Editora SENAC, 2008.

PITTA, Danielle P. R. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand**. Rio de Janeiro: Atlântica editora, 2005.

_____. **Imaginário, cultura e comunicação**. Revista eletrônica do Centro de Estudos do Imaginário. UFRO. Ano IV, n.6, jan-dez. 2004.

POLLAK, Michel. **“Memória e identidade social”**. Revista Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, 1992.

RICOUER, Paul. **Hermenêutica e Ideologias**. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

RIELLO, Giorgio. **História da moda: da Idade Média aos nossos dias**. Tradução de Carlos Aboim de Brito. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2012

ROUSSENQ, Dayana. **Internacionalização da produção vestuarista e a questão do trabalho: Estudo de caso sobre a rede fast fashion Zara pela ótica das cadeias de valor globais**. 2017. Disponível em < <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/184982/Monografia%20da%20Dayana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso: 23 de outubro de 2019.

SENNET, Richard. **O artífice**. Tradução: C. Marques. Rio de Janeiro: Editora Record, 2012.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2012

SILVA, Emanuelle. K. R. **A relação entre designers de moda e artesãos na perspectiva da educação emancipatória**. Universidade Federal do Ceará, 2015.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

STRÔNGOLI, Maria Thereza. **Encontros com Gilbert Durand**: cartas, depoimentos e reflexões sobre o imaginário. In: PITTA, Danielle Rocha. *Ritmos do imaginário*. Recife: UFPE, 2005.

TONIN, Juliana; AZUBEL, Larissa. **Comunicação e imaginário**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

TURCHI, Maria Zaira. **Literatura e antropologia do imaginário**. Brasília: Universidade de Brasília, 2003.

WEBER, Max. **Metodologia das ciências sociais**. São Paulo, Campinas: Cortez: Universidade Estadual de Campinas, 1999.

YIN, Robert. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANEXOS

**APÊNDICE A – Modelo de Questionário Aplicado nas Entrevistas
com as Crocheteiras**

1 - Nome e idade?

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por hobby ou como fonte de renda?

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados?

7 - Como você conheceu a marca *Leafy*?

8 - Como é feita a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão?

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca *Leafy* desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você?

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças?

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

APÊNDICE B – Entrevista Crocheteira Ana

1 - Nome e idade?

Ana Glória Leal, 54 anos.

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

Eu aprendi a fazer crochê na escola, nós tínhamos uma disciplina de artesanato e foi lá que aprendi meus primeiros pontos, com 9 anos de idade.

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

Não, não tenho paciência... eu até explico e tal, mas ensinar do zero não dá! (Risadas).

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por hobby ou como fonte de renda?

O crochê faz com que eu me sinta útil, é uma maneira de passar um bom tempo, ter tempo de qualidade... hoje o crochê me ajuda financeiramente e em um tempo atrás o crochê me tirou da depressão. É compensador trabalhar para uma empresa que valoriza minha arte. Eu gosto do que faço e saber que financeiramente também me ajuda é gratificante.

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

Não sei o que seria de mim sem o crochê. Se eu não tivesse o crochê eu iria fazer o que? Acho que acabaria ficando doente. Mente vazia oficina do diabo. Deus o livre!

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados?

Não, as pessoas não ligam muito para o artesanato... até tem aquelas que gostam, mas a grande maioria trata de qualquer forma e ainda acha o valor das peças caras.

7 - Como você conheceu a marca Leafy?

Eu conheci a marca por conta de uma amiga minha que já fazia trabalhos para a Silvia e me indicou.

8 - Como é feito a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão? Nós trabalhamos em conjunto com os designers... Geralmente, o desenho já vem pronto para a gente, nós analisamos a modelagem e buscamos interpretar e entender a forma de executar a peça. Muitas vezes não é fácil, pois nem tudo que está no papel pode ser feito através do crochê. Tem várias peças que chegam para nós e não conseguimos desenvolver, quando isso acontece, nós ajudamos o designer, pensamos soluções e damos nossa opinião sobre como deveria ser feito. Essa troca de informação nos ensina e valoriza nosso trabalho.

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

Sim, eu me sinto valorizada pela marca, pois se não fosse a Leafy meu trabalho não teria tanta visibilidade. Minhas peças já saíram em revistas de moda de fora do Brasil. A marca também nos paga de forma justa, nós que colocamos valor em nossas peças.

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca Leafy desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você?

O fio que chega até a gente passa por diferentes processos... eu não saberia explicar, mas eu assisti o vídeo da marca que mostra [...] O que posso falar é que a matéria-prima é de excelente qualidade, eu nunca trabalhei com o fio tão maravilhoso. Sei que é feito de seda diferente dos que a maioria das artesãs usam que são de algodão e deixam as peças rígidas. O fio de seda é de uma leva incrível! Deixa as peças fluídas e muito maleável.

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças? Busco inspiração na internet e no *Pinterest*. Também troco informações com minhas colegas de trabalho e nos ajudamos. A minha criação é diferente da criação que a Dona Carolina faz, ela consegue criar uma peça do zero, tem bastante criatividade... eu já não, apenas copio o que me é passado, tiro inspirações e referências, não sei criar algo do zero.

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

[...] enquanto eu estive viva e com saúde quero trabalhar e fazer meu crochê, quando estou fazendo uma peça fico pensando na vida e sempre imagino a peça pronta e como ela vai ficar. Tenho orgulho das minhas criações! Esses dias, a Silvia, dona da marca, trouxe uma revista onde tinha um vestido que eu fiz... fiquei muito feliz, sei do meu valor!

APÊNDICE C – Entrevista Crocheteira Eunice

1 - Nome e idade?

Eunice Teresinha Martins de Freitas, 67.

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

Eu aprendi com minha mãe, e quem ensinou para ela foi a minha avó. Eu tinha oito anos de idade e já fazia crochê, comecei fazendo barra de toalhas de prato e aos poucos fui aprendendo mais e evoluindo...

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

Sim, até hoje eu ainda continua a ensinar. Sempre vem alguém aqui em casa me procurando e querendo dicas de como faz tal ponto.... eu sempre ajudo!

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por hobby ou como fonte de renda?

Faço crochê por amor e pela renda extra também. Eu sou aposentada, mas com o crochê eu tiro bem mais que o valor da minha aposentadoria.

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

O crochê é muito importante pra mim é meu momento de sossego, onde minha cabeça se esvazia de tudo. É uma terapia!

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados? Não, os jovens de hoje em dia não têm vontade de aprender o crochê, a técnica acaba sendo desvaloriza por eles e pelo mercado também que sempre acha tudo que a gente faz muito caro. Por que eles não sabem o trabalho que passamos.

7 - Como você conheceu a marca Leafy?

A dona Carolina me apresentou para Sílvia, dona da marca. A primeira vez que tive contato com a ela foi em minha casa. Ela me fez uma visita e falou um pouco sobre a marca. Eu logo fiquei muito empolgada, pois sempre quis poder produzir e vender minhas peças... ela me mostrou algumas fotos das coleções que ela desenvolveu e me encantei muito pelo seu trabalho, as peças são bem diferentes, são modernas

8 - Como é feito a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão? O designer nos envia o desenho via “zap”, - referindo-se a *WhatsApp* -, para irmos estudando a peça e vendo as melhores possibilidade para confecção. Depois ele aparece na nossa casa e temos a troca, conversamos sobre qual a melhor forma de ser feito a peça... as vezes a peça muda e fica totalmente diferente do que é desenhado no papel. Por que a gente sabe, né? O papel aceita tudo, a modelagem não.

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

Nosso trabalho é valorizado pela marca, pois nós criamos e nós também determinamos o valor da peça, esse é o diferencial da marca. Eu já trabalhei para uma marca que tinha uma tabela de preço, não negociava os valores. Mas, com a Leafy é diferente, nós que damos o preço que achamos justo, calculando o tempo gasto no processo e a mão-de-obra se foi mais fácil ou mais difícil. Inclusive, eu já fiz vestidos para marca que cobrei setecentos reais pelo feitiço e eles me pagaram pois sabem o valor daquela peça.

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca Leafy desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você?

Não sei explicar, mas sei que os fios são do bicho-da-seda, e que o processo é feito em Maringá, no Paraná. O fio é muito bom, maleável, super diferente do que temos aqui na cidade, que é feito de algodão e deixa as roupas duras.

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças? Eu olho no *Pinterest* e troco figurinhas com minhas amigas que também fazem crochê. Principalmente com a Carolina, já que ela faz peças mais elaboradas, cria uns vestidos diferentes... eu sou conhecida por fazer a peça mais rápido e de forma prática, sem muita elaboração...

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

Eu fico pensando na minha vida, nas coisas que tenho que resolver... as vezes, também, esqueço de tudo e fico só tentando resolver a modelagem da roupa, pensando em soluções para entender como vai ficar o caimento da peça no corpo e tal... tem dias que a gente está com mente cansada e não consegue resolver nada, não consegue fazer uma peça muito complicada e com pontos elaborados [...] Mas, eu sou teimosa, sempre me desafio.

APÊNDICE D – Entrevista Crocheteira Luzia

1 - Nome e idade?

Luzia Tunes Villar Toniello, 64 anos.

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

Comecei a me interessar aos poucos, tinha 9 anos de idade. Minha mãe fazia crochê todos os dias, mas ela nunca parou para me ensinar, eu aprendi observando o movimento que ela fazia com a agulha. Meu primeiro ponto foi o ponto correntinha, logo fiz um jogo de toalhinhas e vendi rapidamente. Depois disso, nunca mais deixei de fazer crochê, fazem 55 anos

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

Sim, já ensinei! Eu trabalhei em uma escola por 8 anos e nessa escola tinha muitas meninas carentes que iam lá para aprender datilografia, fazer curso de computação... mas, muitas vezes, elas ficavam mais tempo que o necessário na escola. Então, eu tive a ideia de pedir para o diretor que me deixasse recolher elas, colocar na sala de aula e ensinar para elas o crochê. E hoje a maioria delas trabalham comigo, na minha cooperativa.

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por hobby ou como fonte de renda?

Por amor, por gostar, por achar bonito e como fonte de renda. Comecei fazendo o crochê por como terapia, vendia algumas peças para minhas amigas e vizinhas, mas aos poucos fui observando que existiam pessoas que valorizavam esse tipo de trabalho artesanal e que muitas artesãs da minha cidade desenvolviam o crochê mas não sabiam como vender. Foi aí que tive a ideia de unir essas mulheres e mostrar que juntas poderíamos vender nossos trabalhos. Hoje, sou empreendedora por conta do crochê, que coloca sustento na minha mesa e de muitas outras famílias aqui da região

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

É minha fonte de renda! Não só para mim, mas pra minha família também, pois temos uma fábrica que trabalha com isso, temos máquinas de tear e também bastante crocheterias que fazem jogo de cozinha, de banheiro, tapetes...

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados? Não, eu não acho que o crochê é valorizado não! Principalmente roupa de crochê, está na última moda, vestido, saída de praia... Mas, você pode observar que nas praias e em quase nenhum lugar a gente vê as pessoas usando.

7 - Como você conheceu a marca Leafy?

Eu conheci a marca pelo intermédio do Seu Gustavo, do O Casulo Feliz. Ele que me apresentou a Sílvia, ele já conhecia minhas roupas e um dia ela esteve aqui em Maringá, nos conhecemos e fizemos a parceria.

8 - Como é feito a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão? Via *whats* e por peças pilotos que são confeccionadas em Garopaba e enviadas para que a gente faça a criação por meio da referência.

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

Sim, até por escolher fazer roupa de crochê já se vê que a marca busca valorizar o artesanato. Hoje em dia quase nenhuma marca quer trabalhar com técnicas manuais.

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca Leafy desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você? Sim, já visitei O Casulo Feliz e pude ver como são feitos os fios que confeccionam as peças que criamos. O processo é feito por meio da extração da ceda dos casulos descartados pelos sericultores da região. Os fios que o Seu Gustavo produz é rústico e tingido com cebola, urucum e outros tipos de alimentos...

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças? Eu olho inspirações na internet e no *Pinterest*.

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

O crochê é uma terapia, eu me desligo do mundo...

APÊNDICE E – Entrevista Crocheteira Janne

1 - Nome e idade?

Janne Ramos Figueiredo , 54 anos.

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

Comecei a crochetar desde muito nova, aos 16, minha mãe me ensinou,

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

Sim, mas de forma informal. Já tentei ensinar para minha filha, mas ela não tem interesse.

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por hobby ou como fonte de renda?

Pelo dois! Hoje eu faço do crochê minha fonte de renda. Aos poucos fui vendo que tinha potencial e comecei a vender meus produtos em exposições e feiras de artesanato, esse era meu ganha pão. Depois a Sílvia, dona da *Leafy*, me encontrou e hoje eu trabalho para ela. Teve um período que meu marido entrou em depressão e não pode mais trabalhar, quem mantinha a casa era eu, graças ao crochê.

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

O crochê hoje na minha vida tem uma importância fundamental, pois se tornou meu sustento e ganha pão.

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados? Não, são poucas pessoas que dão o devido valor a uma peça artesanal.

7 - Como você conheceu a marca Leafy?

A Ana, crocheteira da marca, me apresentou para Sílvia.

8 - Como é feito a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão? Para mim a troca de experiência com o designer é muito importante, pois abre minha cabeça no momento de criação das peças. As informações trazidas por eles facilitam no processo, pois não tenho tempo de ficar pesquisando. Eles nos enviam as fotos das peças pelo whats e depois vamos conversando para desenvolver junto a modelagem e o restante do processo. A peça vai sendo adaptada até ficar pronta.

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

A marca me incentivou a querer melhorar cada dia mais minha técnica, hoje me considero uma melhor artista por conta disso.

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca Leafy desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você?

Mais ou menos! Sei que é feito em Maringá e que o fio é de seda natural e tingido com produtos orgânicos, tipo café, cebola, essas coisas... é maravilhoso!

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças?

Hoje eu atualizo minha técnica na internet. Antes eu atualizava olhando revista.

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

O crochê é meu refúgio, eu passo meus dias crochecendo e tenho prazer nisso, apesar das dores nas costas (risos). O crochê já me livrou da depressão, quando eu tenho minhas crises é fazendo crochê que tento me acalmar.

APÊNDICE F – Entrevista Crocheteira Carolina

1 - Nome e idade?

Carolina A Martins, 71 anos.

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

Aprendi com minha mãe com minhas tias. Desde os meus 6 anos eu gostava de observar elas crochecendo, aos poucos fui me interessando e logo aprendi. Ensinar o crochê faz parte da nossa profissão. Se eu quero que a técnica continue viva, eu preciso ensinar, não é? Ensinei para minhas vizinhas, já dei cursinho no grupo de mães aqui da cidade...

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

Sim, sempre que posso eu ensino. Eu faço parte da associação de artesãs da cidade de Imbituba, sempre que estou nas feiras e eventos de artesanato vem alguém interessado em saber se eu ensino.

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por hobby ou como fonte de renda?

Faço por amor e como fonte de renda. Sou aposentada, mas o crochê faz parte do meu complemento de renda, me ajuda muito.

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

O crochê tem um lugar especial em meu coração, pois desde que me entendo por gente ele sempre fez parte de minha vida.

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados?

Não, acho que com os produtos desenvolvidos de forma rápida, pelas máquinas e com a quantidade de coisa que tem no mercado, o artesanato fica de lado, pois é um produto que demora para ser confeccionado e também tem um preço maior por ser feito à mão.

7 - Como você conheceu a marca Leafy?

Conheci por intermédio de uma das encarregadas da marca. Ela me viu em uma feira de artesanato e se encantou com meu trabalho e me convidou para fazer uma parceria com a marca.

8 - Como é feito a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão? As meninas recebem as imagens das peças pelo celular, como eu não sei mexer direito nesses negócios o designer traz aqui em casa a foto impressa no papel, analisamos juntos a modelagem, trocamos ideias e sugestões. Depois disso, eu vou desenvolvendo a peça e ele vem de dois em dois dias aqui analisar como está ficando, provamos no manequim, até a peça ficar pronta.

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

Sim, a marca valoriza muito nosso trabalho como artesã. Já fiz vestidos maravilhosos para eles, inclusive vestido de casamento. Outra coisa é a questão dos valores das peças, a marca sempre paga o valor que nós pedimos.

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca Leafy desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você?

A Sílvia, dona da marca, me mostrou o vídeo que fala como eles fazem os fios. Achei a coisa mais linda os bichinhos-da-seda, maravilhoso! Sei que os fios que trabalhamos são de excelente qualidade...

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças? Eu crio muito da minha cabeça, as inspirações que eu tenho são os designers da marca que me passam ou alguma crocheteira que me envia uma foto pelo celular. Eu sei ficar pesquisando na internet como elas.

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

Eu penso na vida, penso na peça pronta, busco sempre dar o meu melhor.

APÊNDICE G – Entrevista Crocheteira Jaqueline

1 - Nome e idade?

Jaqueline de Oliveira Netto, 42 anos.

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

Aprendi a crochetar com minha avó materna aos 9 anos no Rio Grande do Sul. Ficava observando minha vó entrelaçando os fios na agulha e comecei a ter interesse, então pedi para que ela me ensinasse. Vendo que eu gostava de fazer, me ensinou meus primeiros pontos. E, eu levei jeito! Após isso, nunca mais parei.

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

Sim, para minha filha, minhas filhas e uma amiga. Mas, não tenho paciência para ensinar.

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por hobby ou como fonte de renda?

Eu amo o crochê e faço por hobby.

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

Pra mim o crochê é uma terapia para fugir dos pensamentos depressivos. Criar me faz muito bem!

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados?

Depende muito da cidade ou país, na cidade que moro não, mas vejo que fora do Brasil eles valorizam muito.

7 - Como você conheceu a marca Leafy?

Uma amiga minha que trabalhava para marca e conhecia meu trabalho foi nossa ponte de ligação.

8 - Como é feito a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão?

No comunicamos via “zap” e vamos trocando ideias, vou provando as peças na minha filhas mando foto para os designer e vamos desenvolvendo em conjunto. Eu sempre busquei ouvir o que os designers tem para me falar. Sempre busquei aprender com eles, mas eles sempre falam que são eles que aprendem com a gente [...] Eu sou meio metida e curiosa, gosto de aprender, tem vezes que eu até crio uma peça do zero e mostro para eles, eles sempre gostam, e eu fico feliz, pois eles valorizam meu trabalho. Quando vamos criar uma peça nova pensamos juntos, pois duas cabeças pensam melhor que uma, e eu sempre dou meu pitacos, principalmente sobre os pontos e modelagem

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

Sim, muitas crocheteiras aqui da região desenvolvem trabalho para marca. Pra nós é muito importante ter alguém que acredite no nosso trabalho.

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca Leafy desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você?

Não sei explicar, mas já vi o vídeo da mrca e sei que o fim é totalmente orgânico e sustentável.

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças?

Atualizo minhas técnicas com tutoriais de e vídeos no *Youtube* e também no *Pinterest*.

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

Penso na peça pronta, na mobilidade e no conforto de quem vai usar. Faço sempre meu melhor!

APÊNDICE H – Entrevista Crocheteira Cristiane

1 - Nome e idade?

Cristiane Furtado Mai, 36.

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

Aprendi com minha mãe quando tinha 10 anos de idade. Hoje crochetas juntas para *Leafy*.

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

Sim, já ensinei para uma amiga. Mas o crochê é mais habilidade e força de vontade. Hoje em dia com a internet tem muitos tutoriais que ensinam também.

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por *hobby* ou como fonte de renda?

Faço por amor e por *hobby*, claro que ganhar um dinheirinho com isso é bom. Mas, não compensa o prazer que sinto quando estou crochutando.

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

É uma parte bem importante, pois faz parte da minha infância e de valores culturais que minha mãe me ensinou.

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados?

Não, nunca foi... as pessoas não dão muito valor para o artesanato, acham “coisa de vó” (risos). Mal sabem elas que hoje o artesanato tem muito valor e que pode ser renovado, é só ter criatividade.

7 - Como você conheceu a marca *Leafy*?

Conhece pela minha mãe. Ela foi uma das primeiras crocheteiras da marca.

8 - Como é feito a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão?

A troca é feita via *whats*, trocamos fotos de referências, debatendo sobre a modelagem e aos poucos eu vou desenvolvendo as peças e enviando fotos para aprovação. O designer também vem na minha casa, conversamos e vamos adaptando as peças até chegar no modelo ideal.

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

Sim, acho que trabalhar com o artesanato já uma forma de incentivar, né?

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca *Leafy* desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você?

Não conheço, mas sei que o fio é de ótima qualidade, pois são de seda pura.

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças? Tudo que aparece no Facebook sobre crochê eu compartilho. Também passo horas

no Pinterest procurando novos pontos e modelagens. Eu amo! A gente se distrai, é quase uma terapia, tem tanta coisa linda! [...] junto com as outras meninas da marca temos um grupo no “zap” lá trocamos bastante informações, enviamos fotos de referências. Quando eu vejo algo de crochê na internet que é a cara da pessoa, eu já compartilho

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

Fico ansiosa para ver a peça finalizada, penso na vida e as vezes esqueço o mundo lá fora.

APÊNDICE I – Entrevista Crocheteira Tereza

1 - Nome e idade?

Tereza Furtado

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

Aprendi com minha mãe quando eu tinha 8 anos de idade.

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

Ensinei para minha filha, Cristiane. Hoje ela faz crochê melhor que eu. Não quero que essa tradição se acabe, pois faz parte de nossa cultura.

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por hobby ou como fonte de renda?

Por amor e como fonte de renda. Eu vendo minhas peças on-line, uso minhas redes sociais para vender as minhas peças, pois além de desenvolver meu trabalho para a Leafy, eu ainda tenho minhas criações e encomendar exclusivas. Tenho meu *Instagram* e *Facebook*, que me servem de vitrine para venda de meus produtos, com toda essa tecnologia não dá para ficar só no tradicional, na verdade, o tradicional tem que fazer, mas também tem que se adequar ao que está se usando.

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

Faz parte da minha vida por completo.

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados?

Não! Mas, algumas pessoas e pequenos grupos que já fazem parte de comunidades artesanais se identificam e que gostam.

7 - Como você conheceu a marca Leafy?

Eu fui umas das primeiras crocheteiras da marca. A Sílvia estava procurando algumas artesãs para começar o seu negócio e me indicaram para ela.

8 - Como é feito a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão? A troca é feita via *whats*, e reuniões com os designers... eles vão até nossa casa e fizemos a prova da peça, vimos como está a modelagem e se é isso mesmo...

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

Sim, fazer crochê já é uma forma de valorizar a cultura.

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca Leafy desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você?

Não conheço!

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças? Eu me atualizo na internet, participo de grupos no *Facebook*, onde existe muita troca de conhecimento, também uso o *Pinterest* e vejo vídeo no *Youtube*.

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

Esqueço o mundo, eu me entrego realmente para aquele momento e para a peça. As horas passam e eu nem vejo (risos).

APÊNDICE J – Entrevista Crocheteira Maria

1 - Nome e idade?

Maria Fernandes de Ávila

2 - Como e com quem aprendeu a técnica do crochê?

Com minha mãe, quando eu tinha 10 anos de idade. Ficava observando ela fazendo as peças e achava lindo.

3 - Você já ensinou a técnica do crochê para outras pessoas?

Sim, para minha filha e para algumas vizinhas. Minha filha também faz crochê para *Leafy*.

4 - Por que você faz crochê? Por amor, por hobby ou como fonte de renda?

Por amor e como fonte de renda. Eu não vivo só de fazer crochê, mas ele me ajuda muito na questão financeira. É um extra, né?

5 - Qual a importância do crochê em sua vida?

É muito importante para mim e para minha família também, quase todas as mulheres da família crochê, faz parte da nossa cultura.

6 - Você acha que diante de uma sociedade imediatista e veloz o crochê e as técnicas artesanais são valorizados?

Não, acho que quase nenhuma técnica artesanal é valorizada nos dias de hoje.

7 - Como você conheceu a marca Leafy?

E eu fui uma das primeiras crocheteira da marca, a Silvia mora perto da minha casa.

8 - Como é feito a troca de conhecimento e desenvolvimento de produto entre designer e artesão? A Silvia vem na minha casa, trazendo as imagens das peças impressas, e trocamos informações de modelagens e sobre como a peça deve ser feita.

9 - A marca valoriza a cultura local e incentiva o desenvolvimento artesanal?

Sim, aqui na nossa região é uma das poucas marcas que trabalha com o artesão.

10 – Você conhece o processo produtivo que a marca Leafy desenvolve para a produção dos fios de seda e para a comercialização das peças? Se sim, explique como funciona esse processo e o que isso significa para você?

Sim, conheço um pouco pois a Silvia me contou. Eu participei do vídeo da marca. Foi filmado aqui na minha casa, minha filha também aparece. O processo de desenvolvimento dos fios é feito em Maringá, os fios são de seda pura e tingidos com pigmentos naturais. A marca valoriza muito a questão da sustentabilidade e de não destruir o meio ambiente, essas coisas...

11 - Como você atualiza sua técnica artesanal e onde busca inspiração para desenvolver suas peças? Eu não atualizo muito o que já sei, eu sei bastante coisa... quando quero algo novo invento da minha cabeça ou minha filha pega na internet para mim.

12 - O que passa em seu pensamento no processo de criação de uma peça?

Penso na satisfação de quem vai usar a peça. Crochetar também me traz muita paz e tranquilidade. Esqueço a vida!