

Diálogos entre Moda, Arte e Cultura



Natalia Colombo
(Organizadora)

Diálogos entre Moda, Arte e Cultura



Natalia Colombo
(Organizadora)

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Karine de Lima
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof^a Dr^a Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof^a Dr^a Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof^a Dr^a Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof^a Dr^a Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof^a Dr^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

| Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG) | |
|---|--|
| D536 | Diálogos entre moda, arte e cultura [recurso eletrônico] / Organizadora Natalia Colombo. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-898-4 DOI 10.22533/at.ed.984192312 1. Moda e arte. 2. Cultura. I. Colombo, Natalia. CDD 391.009 |
| Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422 | |

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

“Diálogos entre Moda, Arte e Cultura” intenciona articular pesquisas realizadas em diferentes regiões e Instituições de Ensino Superior do Brasil, em uma abordagem histórico-contemporânea de fenômenos sociais observados nos contextos culturais analisados.

Os primeiros textos tratarão de conceituar e delinear aspectos sobre cultura, relações psicossociais, aspectos simbólicos da roupa e seus reflexos na contemporaneidade. As relações de poder estabelecidas através do uso (ou proibição de uso) de itens do vestuário, as perspectivas simbólicas estabelecidas no consumo e os novos panoramas nas relações entre gênero e a roupa; são alguns dos temas abordados.

Na sequência, apresentamos referências normativas do estudo e aplicabilidade da abordagem acadêmica, relacionando o ensino do design á benefícios aplicáveis em comunidade: as novas perspectivas no cenário da colaboração e cooperação, a expansão das possibilidades de aproveitamento de recursos materiais e humanos, apontam para novas noções no entendimento de produção e consumo – um diálogo necessário.

As narrativas da propaganda em conjunção aos aspectos da roupa como meio comunicativo norteiam três textos dedicados a esboçar, através de uma perspectiva histórica, heranças que permeiam nossos entendimentos referentes ao poder, ao feminino e ao luxo e elegância. Sem correr o risco de propor uma abordagem anacrônica, verificar e interpretar práticas observadas ao longo da história colabora na compreensão das, aparentemente, novas condutas notadas no presente: invariavelmente acumulamos uma série de significados e estabelecemos um legado balizado por valores cunhados na tradição.

Os aspectos artísticos da moda são apresentados ao longo dos três últimos capítulos: compreender como instituímos no figurino narrativas que complementam produções artísticas colabora na concepção da roupa como potencial comunicador e do consumo como expressão identitária. Valer-se de um canal ‘superficial’ (não no sentido de ser leviano, mas por ser aparente e estar em evidência) como a roupa para estabelecer interações sociais em diversos níveis, é relevante na medida em que nos propomos a compreender nossas transmissões culturais.

Á Atena Editora agradecemos o espaço frutífero para a articulação e divulgação da pesquisa científica e aos que chegaram até este material, desejamos uma excelente leitura!

Natalia Colombo

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| CAPÍTULO 1 | 1 |
| ENSAIO SOBRE ROUPA E DOMINAÇÃO A PARTIR DA NOÇÃO DE CULTURA DE PAULO FREIRE | |
| Camila Maria Albuquerque Aragão | |
| Manuel Tavares | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923121 | |
| CAPÍTULO 2 | 10 |
| DESIGN DE MODA E AS RELAÇÕES DE PRAZER PROVOCADOS PELO VESTUÁRIO | |
| Juliana Bononi | |
| Cassia Leticia Carrara Domiciano | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923122 | |
| CAPÍTULO 3 | 19 |
| O ESVAZIAMENTO E A TRANSFORMAÇÃO SIMBÓLICA DA CALÇA COMPRIDA | |
| Camila Maria Albuquerque Aragão | |
| Carla Moura Ferreira | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923123 | |
| CAPÍTULO 4 | 29 |
| DE À LA GARÇONNE A LAGERFELD DO LEGADO ANDRÓGINO DE CHANEL AO NÃO-GÊNERO ATUAL | |
| Mônica Abed Zaher | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923124 | |
| CAPÍTULO 5 | 38 |
| A REPRESENTAÇÃO GRÁFICA E O SISTEMA DE PROJEÇÃO APLICADOS NO DESIGN DE MODA | |
| Marly de Menezes | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923125 | |
| CAPÍTULO 6 | 46 |
| ESPAÇO COLABORATIVO DE MODA SOB A ÓTICA DE AMBIENTES DE TRABALHO CONTEMPORÂNEOS | |
| Maria Julia de Lima dassoler | |
| Felipe Kanarek Brunel | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923126 | |
| CAPÍTULO 7 | 53 |
| A TECIDOTECA IFSUL CAVG: UM ESPAÇO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO | |
| Aline Maria Rodrigues Machado | |
| Luise Anita Wulff Al-Alan | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923127 | |
| CAPÍTULO 8 | 63 |
| O ARTESANATO NOS CAMPOS DE CIMA DA SERRA – RS: DESIGN E SUSTENTABILIDADE | |
| Ana Mery Sehbe de Carli | |
| Gilda Eluiza de Ross | |
| Roberta Haefliger Martins | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923128 | |

| | |
|--|------------|
| CAPÍTULO 9 | 80 |
| UPCYCLING NO SEGMENTO DE MALHARIA RETILÍNEA | |
| Ana Paula Gentile | |
| Francisca Dantas Mendes | |
| DOI 10.22533/at.ed.9841923129 | |
| CAPÍTULO 10 | 90 |
| PROPAGANDA ATRELADA À MODA NO PERÍODO ELISABETANO: ANÁLISE DE DOIS RETRATOS | |
| Rafaella Fernanda Lucera dos Santos | |
| Maria Antonia Benutti | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231210 | |
| CAPÍTULO 11 | 98 |
| MODA FRANCESA EM PORTUGAL: TRAJES E ADEREÇOS COMO SINAIS DE DISTINÇÃO DE CLASSE SOCIAL, PODER E PERSONALIDADE EM OS MAIAS (1888), DE EÇA DE QUEIROZ (1845-1900). | |
| Denise Rocha | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231211 | |
| CAPÍTULO 12 | 116 |
| A LINGUAGEM CONSTRUTIVISTA E A IMAGEM FEMININA NA PROPAGANDA DE MODA DA UNIÃO SOVIÉTICA | |
| Tamires Moura Gonçalves Leite | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231212 | |
| CAPÍTULO 13 | 125 |
| O DESIGN DE MODA NA NARRATIVA DO FILME O GRANDE HOTEL BUDAPESTE: O PAPEL DAS CORES NO FIGURINO | |
| Taciane Biehl Duarte | |
| Andréa Schieferdecker | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231213 | |
| CAPÍTULO 14 | 139 |
| TRAJE DE CENA: A POÉTICA DA LOUCURA NOS FIGURINOS DO CRUOR ARTE CONTEMPORÂNEA | |
| Surama Sulamita Rodrigues de Lemos | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231214 | |
| CAPÍTULO 15 | 147 |
| TRAJES PARA CENA: A ABORDAGEM DOS TRAJES NO CINEMA DE ALMODÓVAR E DA INDUMENTÁRIA DE FRIDA KAHLO NO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE FIGURINOS DO CRUOR ARTE CONTEMPORÂNEA | |
| Surama Sulamita Rodrigues de Lemos | |
| DOI 10.22533/at.ed.98419231215 | |
| SOBRE A ORGANIZADORA | 161 |
| ÍNDICE REMISSIVO | 162 |

ESPAÇO COLABORATIVO DE MODA SOB A ÓTICA DE AMBIENTES DE TRABALHO CONTEMPORÂNEOS

Maria Julia de Lima dassoler

Serviço Nacional da Indústria (SENAI) /
Universidade do Extremo Sul Catarinense
(UNESC)

Criciúma – Santa Catarina

Felipe Kanarek Brunel

Serviço Nacional da Indústria (SENAI) /
Universidade do Extremo Sul Catarinense
(UNESC)

Criciúma – Santa Catarina

RESUMO: Têm surgido meios para suprir a necessidade de trabalhar mais abertamente e modificando os padrões estabelecidos pelas indústrias, esses são espaços colaborativos. Nesse artigo buscou-se compreendê-los no contexto da moda buscando conceituar e exemplificar espaços que instiguem a construção, o aprendizado, a diversão e a colaboração entre profissionais da moda.

PALAVRAS-CHAVE: Espaço Colaborativo. Moda. Cooperação.

FASHION COLLABORATIVE SPACE THROUGH THE OPTICS OF CONTEMPORARY ENVIRONMENTS

ABSTRACT: Means have emerged to support the need to work more openly and by modifying standards set by industries, these are collaborative spaces. In this article it was

sought to understand them in the context of fashion, to conceptualize and exemplify spaces that instigate the construction, learning, fun and collaboration between fashion professionals.

KEYWORDS: Collaborative Space. Fashion. Cooperation.

1 | INTRODUÇÃO

No contexto atual, pode ser observado que novos espaços de trabalho têm surgido para suprirem a necessidade das pessoas de trabalhar de forma mais aberta, flexível e descontraída, fugindo dos padrões tradicionais de indústrias fechadas e verticalizadas. Dessa forma, este artigo busca apontar as características e funcionalidades de um espaço colaborativo voltado para a moda, visto que estes profissionais da economia criativa costumam ser inquietos. A indústria da moda, no entanto, mantém, em muitas vezes, a configuração empresarial de eras passadas. Somando a isso, a produção acelerada exige das empresas situações que podem ferir os direitos humanos e o bem-estar social para atingirem suas metas de fabricação. Um espaço colaborativo de moda pode se mostrar um lugar alternativo a este cenário.

Partindo disso, a pesquisa tem como objetivo principal caracterizar e desenvolver

um conceito de espaço colaborativo específico para moda, através de pesquisas bibliográficas baseadas, principalmente, nas ideias de Sennett (2015) sobre cooperação. Vale ressaltar que esse artigo é parte de uma monografia teórico-aplicada de conclusão de curso de Tecnologia em Design de Moda, chamada “Trabalhando Juntos: Conceitos, Características e Formatações de um Espaço Colaborativo Voltado Para a Moda”, que possui característica exploratória e abordagem qualitativa. Frisa-se que, além de terem sido consultados autores acerca do assunto, foram elaboradas entrevistas e um workshop com profissionais de diversas áreas da moda, os quais, a partir dos seus pontos de vistas e experiências, colaboraram para desenvolver um conceito de espaço colaborativo de moda.

A partir da análise de dois exemplos de ambientes que seguem os preceitos da colaboração – Lona e Malha - e da aproximação entre living lab, fab lab, coworking space e oficina, é apontado um conceito inicial de espaço colaborativo de moda. Entretanto, para pensar nesse ambiente, é preciso relacionar o trabalho com a cooperação. Ou seja, compreender como eles funcionam e de que forma a colaboração poderá ser instigada.

2 | TRABALHANDO JUNTOS (OU SEPARADOS)?

Para o estudo, foram observados dois espaços que possuem intenções colaborativas e que são voltados à moda no Brasil. Os espaços Lona e Malha são recentes, desenvolvidos entre os anos de 2016 e 2017. Por isso, foram usados somente os dados dispostos nos websites desses espaços, que apontam, principalmente, suas propostas.

Projetado na cidade de Florianópolis, a Lona foi pensada para profissionais de todas as áreas criativas. Ela pretende ser um espaço que incentiva as conexões entre as pessoas e o compartilhamento de experiências. Além disso, tem o objetivo de ser equipada com um “ecossistema de criação de moda” para fomentar iniciativas experimentais, cooperativas, artísticas e inovadoras. Ela pretende atingir profissionais empreendedores, produtores, fornecedores e consumidores das áreas da moda. Os objetivos traçados pela Lona são de promover um local onde há cooperação; que instiga novas ideias; reúna profissionais multidisciplinares; fazendo que com eles se conheçam e compartilhem ideias, trabalhos e pensamentos (LONA CRIATIVA, 2017).

A Lona se diz um ecossistema de criação livre. Isto é, busca, além de disponibilizar uma estrutura física, oferecer ferramentas e formas dos profissionais conseguirem alcançar seus objetivos. É perceptível no projeto que a mesma possui diversas similaridades com (1) *living lab*, (2) *fab lab*, (3) *coworking space* e (4) oficina. Já que tem como objetivo (1) incubar projetos, os quais tem como foco de pesquisa o âmbito social, tornando o centro da mesma os usuários. Além disso, (2) possui um laboratório de fabricação, voltado para à prototipação, (3) dá acesso a áreas compartilhadas de trabalho e, por fim, (4) se propõe ser um ambiente criativo, que tem a intenção

de trabalhar de forma horizontalizada, fomentando a criatividade e autonomia nos profissionais, do mesmo modo que oferece espaços e promove eventos para instigar o desenvolvimento de rituais específicos da Lona.

Com o projeto iniciado em 2016 na cidade do Rio de Janeiro, a Malha se propõe ser um espaço colaborativo de moda. Assim como a Lona, a Malha tem características vistas no (1) fab lab, (2) coworking space, (3) living lab e (4) oficina. Isso se deve ao fato de que possuem (1) lugares de fabricação, (2) salas de trabalho para serem alugadas e espaços compartilhados, (3) é um ambiente voltado para o usuário, que pensa no mesmo e tenta resolver problemas dele e, por fim, (4) é um lugar que incentiva a cooperação, a criação de rituais e que inspira o compartilhamento de ideias.

O público que a Malha diz pretender alcançar é bastante diversificado. No entanto, possuem algo que os conecta, a vontade de construir uma moda mais universal, colaborativa, ecológica (sustentável), justa e local. O objetivo dela é se unir a grandes marcas, bem como a entusiastas, profissionais da moda, empreendedores, blogueiros, designers e estilistas (MALHA, 2017).

Apesar da Lona e da Malha se dizerem espaços colaborativos de moda, é possível observar alguns aspectos que se diferenciam entre elas, fazendo com que a dinâmica do ambiente mude totalmente. Isto é, a primeira busca relacionar-se com pequenos profissionais da área artística e cultural, que partilham dos mesmos ideais que a organização em rede e que estejam alinhados ao contexto da moda. Já a segunda procura estabelecer conexões com grandes nomes, empresas e empresários. Além de se dispor a ser um ambiente aberto, a Lona deseja receber pessoas que, juntas, formam meios de convivência e buscam resolver as situações em conjunto, de forma horizontal. Mais que isso, ela mostra-se ser um lugar favorável à troca de ideias e experiências, fomentando o desenvolvimento de rituais específicos que incentivam a cooperação, além de ser um espaço de trabalho que, aparentemente, não apresenta um sistema de hierarquia. Já a Malha, apesar de se dizer um ambiente aberto, busca atrair, principalmente, empresas para ocuparem seu espaço físico e parcerias com grandes empresas. Devido a isso, ela coloca em questão a veracidade dos seus ideais, já que, certas vezes, essas conexões vão contra a eles. Dessa forma, a cooperação pode não ser tão instigada, uma vez que, a partir do momento em que os usuários não se veem representados, eles deixam de acreditar e cooperar com aquele ecossistema.

Pode-se afirmar que, com o que foi apresentado, a Lona se propõe a ser um lugar muito mais aberto e acessível que a Malha. Além de ser bastante claro que a primeira mostra ser mais horizontal e encorajadora para um ecossistema colaborativo que a segunda. É por isso que a conceituação de espaço colaborativo dessa pesquisa busca se aproximar muito mais da Lona do que da Malha.

3 | ESPAÇO COLABORATIVO DE MODA

Espaços como a Lona e a Malha demonstram que diversas organizações em rede, de âmbitos bastante diversificados, surgiram devido ao desejo de mudança nos meios de trabalho e das oportunidades e tecnologias atuais. Vale ressaltar que esses ambientes não exigem compromisso de permanência, permitindo que as pessoas façam parte dele enquanto for pertinente para seus interesses. Soma-se a isso as diversas transformações no âmbito industrial e a necessidade de buscar meios mais sustentáveis para a indústria da moda. Estes espaços, demonstram ser lugares onde a cooperação entre pessoas é reforçada.

A cooperação é uma troca entre pessoas, na qual ambas conseguem obter benefícios mútuos (SENNETT, 2015). Pode-se, assim, fazer uma relação entre a colaboração e as necessidades individuais de cada um porque as pessoas cooperam quando não conseguem obter determinada coisa sozinhas. Dessa forma, é possível perceber que, para um ambiente colaborativo, é preciso que haja incentivo do meio para que as pessoas troquem entre si, seja informações ou materiais, facilitando o desejo de cooperar.

Sennett (2015) destaca três contextos principais onde ocorrem a cooperação: a oficina, a comunidade e a coalizão. No entanto, não são todos que podem ser associados ao espaço colaborativo. Isso se deve ao fato de que, na coalizão, as trocas são verticalizadas e egoístas, não ajudando a todos. Já a comunidade e a oficina possuem diversos pontos em comum com o espaço colaborativo, visto que a primeira instiga as associações através do convívio social e da informalidade e a segunda por meio das associações e desenvolvimentos de rituais. E, é devido a existência desses rituais que esses ambientes ajudam a cooperação a serem estabelecidas de forma orgânica, sendo modificados conforme os envolvidos achem necessário.

De acordo com Sennett (2015), ritual está relacionado com repetição, sendo esse o motivo para que determinado rito seja simples, acessível e significativo. Além disso, as manifestações precisam estar em constante adaptação, se transformando durante o processo de imitação.

A partir da compreensão de cooperação e dos aspectos que a incentivam ou a desestimulam, torna-se tangível relacionar essa troca com alguns espaços de trabalho contemporâneos, como o living lab, o fab lab e o coworking space. É possível correlacionar ao que já foi discutido para construir um conceito inicial de espaço colaborativo de moda.

O *living lab* e espaços colaborativos apresentam alguns pontos de convergência. Ambos são um local físico ou virtual, sendo um lugar de interação entre empresas, profissionais e pessoas diversas, colaborando em prol da criação e da prototipagem. São espaços que estimulam a “co-criação”, fazendo com que as pessoas se unam e trabalhem juntas em busca de atingirem um objetivo. Todavia, alguns tipos de associações sugeridas pelos living labs não são vistos no espaço colaborativo, tais a

Lona e a Malha, como a relação com os órgãos públicos (SILVA; BITENCOURT, 2015).

O *fab lab* é um laboratório de fabricação, aproximando-se dos espaços colaborativos, principalmente, por ser um local físico, equipado com ferramentas (impressora 3D, máquina de corte a laser, etc.), possibilitando que seus usuários façam prototipagem e testem suas ideias. Sendo esse um fator importante, visto que facilita a inovação. Os *fab labs* são ambientes para diversão, criação, aprendizado, compartilhamento e colaboração, de forma gratuita e aberta ao público (FAB FOUNDATION, 2017). Contudo, ao contrário do que é proposto para um espaço colaborativo, a gestão do lugar torna o laboratório um local não horizontal. Isso porque são estabelecidas regras que diminuem a autonomia para as pessoas que frequentam, além dele ser estabelecido de uma forma pré-determinada, sem deixar que a ocupação seja feita da forma com que os usuários acreditem serem melhor. Dessa forma, há uma diminuição no estímulo do desenvolvimento de rituais.

Já a relação entre *coworking space* e espaço colaborativo é feita de uma forma mais periférica. Isso se deve ao fato de que as semelhanças são apenas em alguns aspectos, mesmo que muitos confundam os dois. Apesar de ambos os espaços focarem no trabalho compartilhado, o primeiro preza pela individualidade de cada um, fazendo com que o ambiente seja voltado para profissionais *freelancer* e que buscam por uma sala ou mesa para seu serviço (GANDINI, 2017). Contudo, mesmo que o espaço colaborativo tenha salas, escritórios, mesas e internet, ele funciona com uma dinâmica diferente, inspirando os trabalhadores a trocar ideia uns com os outros, trabalhando de forma mais aberta e colaborativa. Além disso, o *coworking space* é bastante vertical na gestão do espaço e não dá autonomia para os seus usuários.

A organização que mais converge com o conceito de espaço colaborativo proposto aqui é a oficina, ambiente esclarecido por Sennett (2015). O autor relata que a oficina surgiu para reintegrar e profissionalizar os escravos norte americanos para voltarem à sociedade. O objetivo dela era formar uma cadeia de conhecimento, a qual cada indivíduo repassaria seu aprendizado para seu círculo social. A partir disso, é possível compreender a similaridade entre as duas organizações, já que o espaço colaborativo visa desenvolver uma grande rede de conhecimento compartilhado, facilitando o acesso de informação, equipamento, espaço e contato profissional entre todos os participantes. Sendo assim, esses dois lugares unem a lealdade – entre as conexões e o ambiente – com os benefícios mútuos.

Uma das relações mais importantes feitas entre oficina e espaço colaborativo é que ambos se propõem ser horizontais, interdisciplinares, com pensamentos diversos, acessíveis, receptivos para experimentação e transformações. Mais que isso, a configuração do ambiente facilita o trabalho dos usuários, adaptando-se conforme a necessidade deles, instigando a comunicação e o desenvolvimento de suas tarefas. Devido a isso, esses lugares inspiram a criação de movimentos, sinais, organizações, caracterizando rituais particulares de cada espaço, ajudando os profissionais a relacionarem-se e colaborarem entre si.

Um espaço colaborativo pode, em diversos aspectos, ser igualado a uma oficina. Contudo, é preciso esclarecer que ele carrega características dos outros três ambientes mencionados anteriormente. De certa forma, pode-se dizer que o espaço colaborativo é um formato, atual e renovado, da oficina explanada por Sennett (2015).

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em vista de tudo que foi apresentado, é possível definir um espaço colaborativo de moda como um ambiente físico e/ou virtual que, por não isolar os profissionais em salas fechadas, incentiva o contato, a troca de experiências e afetos uns com os outros. Mas, mais que um local de trabalho, ele é um ambiente para trocar informações e conhecimentos. Dessa forma, a configuração dele é feita de maneira que facilite o trabalho e a comunicação entre as pessoas. No entanto, o local precisa oferecer oportunidades de adaptação da configuração, facilitando as conexões e a realização das tarefas dos usuários. Assim como o espaço físico, os rituais devem estar em constante mudança, representando a flexibilidade e horizontalidade do lugar, para que, assim, represente a todos.

Mais que um local que visa criar uma grande rede de conhecimento compartilhado, o espaço colaborativo permite, através de um local horizontal e interdisciplinar, maior acesso às informações, equipamentos e contatos profissionais. Além de instigar a experimentação e a formação de conexões, proporcionando a todos testarem suas ideias e/ou projetos, prototipar produtos e confeccioná-los.

Mais do que a configuração desse espaço colaborativo de moda, o que realmente persiste é o fato dele ser um ambiente para construir, aprender, divertir, compartilhar e colaborar, abordando uma postura horizontal, aberta e representativa para os que estão ali presentes.

A análise da Lona e da Malha tiveram a finalidade de perceber como um local de trabalho, que foge dos padrões tradicionais, funciona. Dessa forma, percebeu-se que, mesmo em espaços colaborativos, há a possibilidade de eles não estimularem tanto a colaboração, por tornarem-se corporativos e fazerem coalizões com empresas que não representam aquilo que os usuários buscam.

É preciso ressaltar que, para cogitar um espaço colaborativo de moda, deve-se pensar em um ambiente horizontal e interdisciplinar, onde há pensamentos que se contrapõem, porém, que se compõem. Sendo esse o motivo do local instigar a colaboração de forma aberta, acessível e transformadora. Por ser um espaço voltado para a moda, é imprescindível que o mesmo disponibilize ferramentas e estruturas próprias da área, estimule a criatividade, incentive a comunicação e a troca entre os profissionais, formando uma grande rede de conhecimento criativo compartilhado.

REFERÊNCIAS

BRUNEL, Felipe Kanarek; “ORGANIZAÇÕES EM REDE, ECOSISTEMAS CRIATIVOS E DESIGN ESTRATÉGICO PARA PRODUZIR INOVAÇÃO”, p. 1671-1682 . In: **Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2]**. São Paulo: Blucher, 2016. Disponível em: . Acesso em: 05 maio 2017.

FAB FOUNDATION. **Fab Lab Network**. Disponível em: . Acesso em: 21 mar. 2017

LONA CRIATIVA. **Sobre**. 2017. Disponível em: . Acesso em: 10 maio 2017.

GANDINI, Alessandro. **The rise of coworking spaces: A literature review**. Disponível em: . Acesso em: 31 mar. 2017.

MALHA. **Faça parte**. 2017. Disponível em: . Acesso em: 12 maio 2017.

SENNETT, Richard. **Juntos: Os rituais, os prazeres e a política da cooperação**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2015. Tradução: Clóvis Marques.

SILVA, Silvio Bitencourt da; BITENCOURT, Claudia Cristina. LIVING LABS: RUMO A UM QUADRO CONCEITUAL. In: CONGRESSO LATINOIBEROAMERICANO DE GESTÃO DE TECNOLOGIA – ALTEC, 16., 2015, Porto Alegre. **Conference Paper**. Porto Alegre: Altec, 2015. p. 1 - 18. Disponível em: < <https://goo.gl/By87Hd> >. Acesso em: 23 mar. 2017.

SOBRE A ORGANIZADORA

Natalia Colombo - Bacharel em Design de Moda (2015) e Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (2018). Bolsista Taxa PROSUP/CAPES (2016-2018). Membro no grupo de pesquisa: Tecnologias: Experiência, Cultura e Afetos (TECA) do PPGCom UTP/Curitiba (2017). Pesquisadora nas áreas de Moda, Comunicação, Consumo e Identidade. Experiente na área de Desenho Industrial, com ênfase em Planejamento e Desenvolvimento de Produto e Gestão de Comunicação com ênfase em Eventos Científicos.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Artesanato 53, 54, 55, 56, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78

B

Bourdieu 3, 5, 6, 20, 27

C

Ciclo de Vida 80, 81, 82, 83, 84, 87

Comunicação 2, 8, 12, 18, 26, 29, 30, 36, 40, 50, 51, 54, 90, 105, 115, 125, 138, 161

Consumo 4, 10, 11, 12, 14, 16, 18, 56, 73, 74, 75, 82, 84, 99, 100, 114, 115, 119, 120, 121, 161

Cooperação 46, 47, 48, 49, 52, 76

Cor 18, 41, 54, 85, 94, 98, 101, 102, 105, 106, 110, 111, 112, 125, 126, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 153, 156, 157

Costumes 30, 32, 33, 37, 73, 105, 109, 125, 139, 147

D

Desenho 38, 39, 40, 44, 45, 74, 88, 122, 148, 161

Design 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 52, 54, 55, 56, 57, 62, 63, 68, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 81, 83, 85, 86, 88, 89, 123, 124, 125, 126, 135, 136, 137, 143, 144, 145, 147, 161

Design de Moda 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 38, 40, 41, 43, 44, 47, 54, 55, 57, 62, 63, 76, 77, 83, 125, 161

E

Estampa 54, 101, 122

Estética 11, 14, 53, 83, 104, 108, 112, 137, 139, 142, 143, 144, 147, 148, 152, 154, 155, 156, 158

Estruturas Sociais 5

F

Figurino 18, 125, 126, 127, 128, 130, 132, 135, 137, 139, 141, 143, 144, 145, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 159

Função 11, 13, 14, 17, 35, 44, 53, 105, 108, 120

I

Identidade 1, 2, 4, 8, 9, 10, 13, 23, 25, 26, 27, 30, 32, 63, 65, 66, 68, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 161

Identidade Regional 65, 73

Imaginário 1, 23, 39, 109, 127

Indumentária 3, 4, 14, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 30, 33, 90, 96, 130, 133, 147, 150

Interpretação 5, 25, 143, 144

L

Lipovetsky 3, 4, 8, 15, 16, 17, 19, 27, 37

M

Memória 19, 24, 25, 26, 27, 40

N

Não-Gênero 29, 30, 32, 36

P

Paulo Freire 1, 2, 3, 6, 7, 9

Processo 5, 7, 8, 12, 14, 19, 20, 21, 23, 24, 37, 39, 40, 41, 43, 49, 53, 59, 61, 66, 74, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 104, 107, 123, 139, 140, 141, 143, 144, 145, 147, 148, 150, 152, 156, 157, 159, 160

Produção 8, 12, 18, 24, 46, 55, 56, 60, 64, 65, 76, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 96, 139, 141, 142, 143, 144, 148, 150, 151, 152

Produto 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 24, 25, 63, 72, 73, 74, 75, 76, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 91, 120, 123, 126, 144, 145, 161

Propaganda 30, 90, 91, 92, 96, 116, 118, 119, 120

R

Recursos 7, 20, 38, 60, 61, 72, 80, 82, 84

Relações de Poder 26

Relações Sociais 25, 26, 27, 90

Responsabilidade Socioambiental 82, 88

Ressignificação 21, 26

S

Simbólico 1, 6, 7, 16, 21, 25, 26, 66, 72, 91, 128

Subjetividade 2, 6, 8, 125, 126

Sustentabilidade 60, 61, 62, 63, 77, 78, 81, 88, 144

T

Têxtil 14, 18, 53, 55, 56, 59, 61, 80, 81, 82, 83, 88, 99

Tradição 3, 6, 70, 71, 72, 74

U

Upcycling 80, 81, 83, 84, 85, 87, 88, 89, 139, 144, 145, 146

Usabilidade 14, 15, 17, 25, 81, 84, 144

V

Valor 6, 7, 8, 10, 11, 15, 16, 25, 60, 61, 65, 66, 72, 73, 74, 75, 76, 80, 81, 83, 108, 122, 127, 144

Valores 1, 2, 7, 12, 13, 14, 16, 20, 23, 25, 26, 30, 32, 60, 65, 66, 72, 73, 74, 76, 78, 104, 108

Vestuário 1, 2, 3, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 29, 30, 33, 34, 35, 36, 53, 54, 55, 56, 57, 73, 80, 81, 87, 88, 89, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 108, 114, 115, 148

