



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN-MODA**

BELCHIOR JOSÉ ROCHA ARAÚJO

**PROCESSOS CRIATIVOS DE MODA E SUA RELAÇÃO COM A
SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO SOBRE LINDEBERGUE FERNANDES**

FORTALEZA

2018

BELCHIOR JOSÉ ROCHA ARAÚJO

**PROCESSOS CRIATIVOS DE MODA E SUA RELAÇÃO COM A
SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO SOBRE LINDEBERGUE FERNANDES**

Monografia apresentada ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: Profa. Ma. Manuela
Fatima de Paula Medeiros

FORTALEZA

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- A687p Araújo, Belchior José Rocha.
Processos criativos de moda e sua relação com a sustentabilidade : um estudo sobre Lindenbergue Fernandes / Belchior José Rocha Araújo. – 2018.
88 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2018.
Orientação: Profa. Ma. Manuela Fatima de Paula Medeiros.
1. Criatividade. 2. Sustentabilidade. 3. Lindenbergue Fernandes. I. Título.

CDD 391

BELCHIOR JOSÉ ROCHA ARAÚJO

**PROCESSOS CRIATIVOS DE MODA E SUA RELAÇÃO COM A
SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO SOBRE LINDEBERGUE FERNANDES**

Monografia apresentada ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Aprovada em: 25/06/2018.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ma. Manuela Fatima de Paula Medeiros (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Esp. Joelma Damasceno de Matos
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Ma. Eveline de Alencar Costa
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Aos meus pais, Edite Araújo e
Valdeci Rocha pela paciência, amor
e investimentos dedicados a mim e
aos meus sonhos que, muitas vezes
sem entenderem, ajudam a serem
realizados.

AGRADECIMENTOS

A Deus em suas mais variadas formas.

A minha mãe, Edite Araújo, pelas diversas ajudas que me ofertou abertamente durante toda minha vida.

Aos amigos e amigas que fiz dentro e fora do curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará.

Ao Programa de Educação Tutorial da mesma instituição, que me inseriu nas pesquisas teóricas sobre Moda e suas reverberações.

Aos amigos, brasileiros ou não, que fiz durante minha estadia na França, um lugar que me ensinou a ser ainda mais brasileiro e abraçar minhas origens.

À mestre de vida e academia, Francisca Mendes, pelos vários risos e ensinamentos.

A minha orientadora, Manuela Medeiros, pela atenção e considerações sobre meu processo neste e em tantos outros trabalhos.

Às professoras da banca, Joelma e Eveline, pelas considerações e sugestões sobre o trabalho que segue.

A Lindebergue Fernandes, pela gentileza em me ceder sua entrevista, seu tempo e sua atenção para a confecção deste trabalho.

À Adelita Monteiro, pela sua energia e empolgação em me ajudar a construir a pesquisa que aqui apresento.

"I just use fashion as an excuse to talk about politics. Because I'm a fashion designer, it gives me a voice." VIVIENNE WESTWOOD

RESUMO

O presente trabalho discute os processos criativos na moda e sua relação com a sustentabilidade e o reaproveitamento têxtil no trabalho de Lindebergue Fernandes. O estilista é conhecido nacionalmente por suas criações de moda cheias de simbolismos e traços regionais. Ele também desempenha funções artístico-projetuais em seu trabalho criativo, apresentando um processo criativo específico e direcionado para a reutilização e ressignificação de materiais têxteis e não têxteis junto à Adelita Monteiro, sua assistente e amiga. O objetivo desta pesquisa foi compreender o processo criativo do estilista Lindebergue Fernandes e o reaproveitamento de materiais dentro de seu processo criativo de moda, bem como a aplicabilidade disto no seu contexto artístico. Para tal, bases teóricas acerca de processos de criação, sustentabilidade e moda foram usadas a fim de analisar uma de suas coleções, apresentada em 2016 no evento de moda autoral Dragão Fashion Brasil. Como passos metodológicos, foram feitos levantamentos de dados digitais e físicos (fotos e vídeos oficiais do evento, registros dos esboços iniciais e fotos de algumas peças desfiladas), antes e durante a entrevista realizada com o próprio estilista e sua assistente. A partir disso, foram analisadas composições apresentadas na passarela e relacionadas a seus respectivos esboços iniciais, para que o caminho não-linear de sua criação fosse reconstituído através destas imagens e do discurso do estilista. Como resultados, foi constatado que o reaproveitamento e a ressignificação de materiais na coleção analisada foram etapas inerentes ao estilista e à equipe de criação para diminuir os investimentos financeiros e os impactos ecológicos da coleção.

Palavras-chave: Criatividade. Sustentabilidade. Lindebergue Fernandes.

ABSTRACT

The present work discusses the creative processes in fashion and its relation with the sustainability and the textile reutilization in the work of Lindebergue Fernandes. The designer is nationally known for his fashion creations full of symbolism and regional traits. He also performs artistic-design functions in his creative work, presenting a specific creative process directed to the re-use and re-signification of textile and non-textile materials with Adelita Monteiro, his assistant and friend. The objective of this research was to understand the creative process of Lindebergue Fernandes and the reuse of materials within his creative fashion process, as well as the applicability of this in his artistic context. To this end, theoretical bases on creation, sustainability and fashion were used in order to analyze one of its collections, presented in 2016 at the fashion event Dragon Fashion Brazil. As methodological steps, digital and physical data (official photos and videos of the event, records of the initial sketches and photos of some pieces of clothing) were collected before and during the interview with the designer and his assistant. From this, compositions presented on the catwalk and their respective initial sketches were compared and analyzed, so that the non-linear path of their creation was reconstituted through these images and the designer's speech. As results, it was verified that the reuse and re-signification of materials in the collection were inherent steps for the designer and the creative team to reduce the financial investments and the ecological impacts of the collection.

Keywords: Creativity. Sustainability. Lindebergue Fernandes.

RESUMÉ

Le présent travail traite des processus créatifs dans la mode et de sa relation avec la durabilité et la réutilisation des textiles dans le travail de Lindebergue Fernandes. Le styliste est connu à l'échelle nationale pour ses créations de mode pleines de symboles et de traits régionaux. Il exerce également des fonctions de design artistique dans son travail créatif, présentant un processus créatif spécifique visant à la réutilisation et à la redéfinition des matériaux textiles et non textiles avec Adelita Monteiro, son assistante et amie. L'objectif de cette recherche était de comprendre le processus de création de Lindebergue Fernandes et la réutilisation des matériaux dans son processus créatif, ainsi que leur applicabilité dans son contexte artistique. À cette fin, des bases théoriques sur la création, la durabilité et la mode ont été utilisées pour analyser l'une de ses collections, présentée en 2016 à l'auteur de l'événement de mode Dragon Fashion Brésil. En tant qu'étapes méthodologiques, des collectes de données numériques et physiques (photos et vidéos officielles de l'événement, enregistrements des premières esquisses et photos de certaines pièces défilées) ont été réalisées avant et pendant l'entretien avec le styliste et son assistant. À partir de là, les compositions présentées sur la passerelle et leurs croquis initiaux respectifs ont été analysées, de sorte que le chemin non linéaire de leur création a été reconstitué à travers ces images et le discours du styliste. Comme résultats, il a été vérifié que la réutilisation et la redéfinition des matériaux dans la collection analysée ont été des étapes inhérentes pour le styliste et l'équipe créative afin de réduire les investissements financiers et les impacts écologiques de la collection.

Mots-clés: Créativité. Durabilité Environnementale. Lindebergue Fernandes.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	METODOLOGIA.....	15
2.1	Tipo de pesquisa.....	16
2.2	Área de abrangência.....	17
2.3	Tratamento de dados.....	18
2.4	Categorias analíticas.....	18
2.5	Plano e coleta de dados.....	19
2.6	Estruturação do trabalho.....	21
3	LINDEBERGUE E ADELITA: OS ARTISTAS E SUAS SUBJETIVIDADES.....	22
3.1	Apresentação dos artistas.....	22
3.1.1	<i>Lindebergue Fernandes: um gênio descentralizado.....</i>	22
3.1.2	<i>Adelita Monteiro: um destaque no trabalho criativo.....</i>	24
3.2	Coleção: contextualização sócio-histórica.....	25
4	A LÓGICA ARTÍSTICA: CARTOGRAFIAS DA CRIATIVIDADE...	27
4.1	Processos Criativos no projeto de design.....	30
4.2	A unidade entre as mentes criativas: morfologia da criação....	33
4.3	Coleção: breve análise do processo criativo.....	35
5	MODA E SUSTENTABILIDADE: CONTRADIÇÃO E COMPLETUDE.....	46
5.1	Um breve histórico da sociedade industrial.....	47
5.2	A relação entre moda e sustentabilidade.....	49
6	PROCESSOS CRIATIVOS NA MODA: CRIAÇÃO E SUSTENTABILIDADE.....	58
6.1	A coexistência entre moda e criatividade.....	58
6.2	Os passos dos processos criativos de Lindebergue e Adelita	61
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
	REFERÊNCIAS.....	69
	APÊNDICE 1 - ROTEIRO DA ENTREVISTA APLICADA.....	73
	APÊNDICE 2 - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA.....	74

1 INTRODUÇÃO

A moda, enquanto fenômeno social, representa hoje, como existimos para nós mesmos e para o mundo. Godart (2010) faz discussões neste sentido. Com conceitos diversos e imbricados em história, política e cultura, os modismos ou modas (passageiras, efêmeras), termos usados com este sentido até meados do século XX, foram crescendo em uso e emprego, bem como nos preparando, enquanto sociedade, para o contexto consumista no qual vivemos hoje.

Em relação à moda em si, Castilho (2008) discute moda como os símbolos socialmente aceitos em nossos ecossistemas sociais individuais. Quero dizer que dentro do meio gay, ou gótico ou artístico (ou quaisquer outros que possam ser listados) existem códigos de indumentária e estilo próprios que nos ajudam a identificar as pessoas de formas mais ou menos coesas como pertencentes ou não aquele meio.

Evidentemente devemos contar com as apropriações, visto que somos seres humanos e por conseguinte, seres relacionais. Estamos a todo tempo dando e emprestando signos e símbolos, aproximando-nos e nos distanciando de modas, padrões e novas atitudes. Dentro dessas novas atitudes que identificam um povo em determinado contexto histórico, a moda se aproxima cada vez mais da sustentabilidade.

Comecei meus estudos sobre a macro área de sustentabilidade tendo contato com a possibilidade de reaproveitamento de materiais, um dos focos deste trabalho. Minha conexão com tudo isso, de forma mais empírica, começou ainda na infância, quando tive meus primeiros contatos com a possibilidade de utilizar restos de materiais.

Com uma mãe costureira e em uma situação econômica que não permitia o esbanjamento de matérias-primas, vi minha mãe cobrir toda a casa e o seu próprio corpo com retalhos de tecido recombinaos e costurados, uma técnica mundialmente conhecida como *patchwork*, palavra que não fazia parte do repertório dela até eu entrar no curso de Moda na Universidade Federal do Ceará (UFC).

Já na graduação e vindo deste histórico familiar e econômico, tive a oportunidade de submeter, no ano do meu ingresso na faculdade, 2014, o projeto "Laboratório Criativo da Forma" no processo seletivo do Programa de Educação

Tutorial (PETModa UFC), projeto para o qual ainda pesquiso e mantenho estreitas relações.

Apesar de não ter desenvolvido o projeto do laboratório naquele ano, a vontade de reaproveitar materiais de uma forma criativa seguia comigo. Foi então durante meu período de intercâmbio na escola Olivier Gerval, Fashion & Design Institute, atual Paris College of Arts, que precisei pôr em cheque minha criatividade.

No projeto de conclusão de curso, propus a criação da marca “belchior”¹. A marca se comprometia com o reaproveitamento de no mínimo 30% dos tecidos usados nas coleções, propostas de forma anual, o que já ia de encontro ao então calendário de lançamentos, que acontece, hoje, quase semanalmente em magazines de grande distribuição.

Naquele ano, 2016, consegui um reaproveitamento de quase 90% das peças confeccionadas do projeto, superando as expectativas pré-estabelecidas de 30%. Foi neste projeto, então, e olhando para tudo que me constitui - enquanto cidadão, estudante e criador de moda - que percebi que poderia definir a sustentabilidade e o reaproveitamento de materiais como uma das assinaturas do meu trabalho e não apenas como algo passageiro na minha vida profissional.

Independentemente do contexto, tais pontos não deveriam ser tratados como tendência ou “febre” na minha moda. Aproveitar materiais nunca foi, para o meu trabalho, só mais um espírito do tempo, mas uma realidade intrínseca a mim como designer, ator social e ser criativo.

O conhecimento acerca do movimento Fashion Revolution, que será mais aprofundado no decorrer desta pesquisa, possibilitou-me um maior contato e familiaridade com os termos *upcycling*² e moda consciente. Nesse contexto, o trabalho do estilista cearense Lindebergue Fernandes³ sempre me afetou, talvez por seu processo criativo ter algo em comum com a minha própria história e

¹ Durante alguns anos da história do Brasil Colônia, “casas de belchior” eram estabelecimentos onde pessoas podiam comprar mobiliários e outros objetos de segunda-mão.

² Técnica que usa resíduo ou material já utilizado de um produto tal como foi encontrado, sem depender de mais energia na reutilização do mesmo. É um processo de recuperação que transforma os resíduos desperdiçados em novos produtos ou materiais com superior qualidade e valor ambiental (Anicet et. Al., 2011, p.2).

³ Segundo Lilian Pacce, “Lindebergue Fernandes é um dos nomes mais fortes da moda autoral cearense, e adora misturar referências do streetwear com elementos artesanais do Nordeste”. Disponível em <<http://www.lilianpacce.com.br/desfile/lindebergue-fernandes-primavera-verao-201516/>> Acesso em 15 de Jun de 2017.

trajetória. Junto de Lindebergue, surge aqui a artesã, ativista e primeira assistente do estilista, Adelita Monteiro, que influenciou de forma positiva o caminhar desta pesquisa, tornando-se um elemento-chave para as respostas aqui encontradas.

Mesmo a sustentabilidade não sendo, de forma nenhuma, focada apenas em moda, minha vontade é pesquisar o processo criativo artístico através do reaproveitamento, tendo em vista o trabalho de Lindebergue. Um trabalho imbricado com o atual estado da economia mundial e com o momento histórico-político que vivenciamos no Brasil.

Governos estão sendo desmantelados, ecossistemas estão sentindo dolorosamente os "avanços" humanos e com uma economia que parece ter se desestabilizado em cadeia, vivemos em uma modernidade que Bauman (2001) chama de líquida em suas obras, deixando tudo ao redor sem muita solidez.

Os sentimentos, a modernidade, e todo o resto se liquifize a um ponto em que, como seres sociais, acabamos cedo ou tarde, perdendo a força de seguir e lutar por melhorias para nós e para aqueles que virão depois de nós. Meu objetivo é ir de encontro a este contexto e propor uma alternativa ou ao menos uma resposta a ele, na tentativa não de solucionar tudo, mas de acender uma chama de esperança que possa inspirar outros e outras a também lutarem dentro ou fora dos muros das academias.

Ainda assim, e reunindo esses e tantos outros incômodos pessoais, meu trabalho fala não apenas sobre sustentabilidade, arte ou moda. A pesquisa aqui apresentada terá embasamento nestas e em outras áreas, mas, inevitavelmente, terá traços da minha história, dos meus conhecimentos adquiridos e de como percebo a sociedade ao nosso redor, sempre tentando lançar olhos esperançosos, mas críticos, sobre o que fazemos conosco e com o mundo.

O apoio teórico desta pesquisa vem de Boff (2015) - que defende a sustentabilidade como uma instância de conexão entre os seres de hoje e os de amanhã, propondo uma atenção atual para que continuemos a existir futuramente - e também das contribuições do profissional de *marketing* André Carvalhal (2016), que afirma que somos responsáveis por tudo que acontece conosco, seja ontem, hoje ou amanhã.

Tudo e todos estamos ligados de alguma maneira, somos um grande ecossistema interdependente. Ambos os autores discutem alguns porquês e como poderíamos recuperar estas conexões com nosso planeta, bem como a dependência do nosso futuro enquanto espécie em relação ao presente e às ações que realizamos hoje.

Partindo dessas discussões, surgiu o principal objetivo deste projeto: compreender o processo criativo do estilista Lindebergue Fernandes e o reaproveitamento (processo também conhecido como *upcycling*) de materiais dentro do seu processo de criação em moda. Bem como a aplicabilidade disto em seu contexto artístico-social.

Como já foi dito, a utilização de materiais que inicialmente seriam descartados já era algo de meu interesse, e depois de realizar algumas pesquisas acerca do trabalho do estilista, percebi que poucos eram os estudos sobre seu legado e quase nenhum discutia sobre seus processos ou uso de materiais.

Comecei, então, a procurar meios de me aproximar do universo do estilista, fosse através de pessoas com as quais ele trabalha, fosse com sua própria figura, a fim de entender melhor os questionamentos que me rondavam.

Inicialmente queria entender os momentos do estilista, o que pesquisava e como absorvia o universo ao seu redor para criar. Com o tempo e com as pesquisas, vi que seus processos estavam muito além de apenas olhar para o mundo exterior e propor uma releitura disso. Mesmo sem perceber, Lindebergue abarca e desempenha diversas atividades projetuais, sociais e culturais.

Para entender esse universo, minha fala sobre processos criativos tem como suporte teórico Salles (2008) e Vassão (2010). A autora afirma que os processos de criação nos colocam em pleno campo relacional com o que nos rodeia. Ao discutir que os os processos de criação "incompletos" destacam a relação dos elementos envolvidos com os outros ao seu redor, afirma que uma anotação pode se completar com outra, ou com uma fala de algum personagem.

Da mesma forma, uma questão que surge no desenvolvimento de uma obra pode se completar ou se solucionar numa roda de conversa, ou em um contexto que, à primeira vista, não teria nada a ver com o processo principal, mas de alguma forma se conecta.

Partindo desta relação entre o processo de criação e os universos ao nosso redor e do criador, discutidos por Salles (2008), visei no presente projeto uma análise dos processos de criação de Lindebergue Fernandes durante o desfile ocorrido no 17º Dragão Fashion Brasil (DFB)⁴ em 2016, quando o estilista retratou temas políticos e sociais do Brasil, de forma artística e poética, traço conhecido de seu trabalho.

Com o objetivo de observar como se dá seu processo criativo através do *upcycling*, objetivou-se analisar, à luz das teorias sobre sustentabilidade, arte e moda, o desfile citado e sua concepção artística, bem como as influências que o projetaram para dentro do universo apresentado como produto final, na passarela.

Posto isto, em uma palestra na Universidade Federal do Ceará (UFC), Charles W - membro da TANQ (empresa de comunicação e marketing em Fortaleza) e também da equipe criativa de Lindebergue Fernandes - falou sobre o desfile do estilista no DFB de 2016, percebi uma oportunidade para compreender várias questões que ainda pairavam sobre minhas pesquisas e me ainda causam curiosidade em relação ao reaproveitamento de materiais e aos processos criativos na criação de artigos de moda.

⁴ "Criado em 1999, em Fortaleza/CE, [...] o DFB é um dos maiores e mais longevos eventos de moda do país. [...] a principal missão do DFB é servir como celeiro de novos talentos e plataforma de lançamento para estilistas e marcas comprometidas com uma visão mais autoral da moda." Disponível em> <http://www.dfhouse.com.br/page-without-sidebar/>> Acesso em 15 de Jun de 2017.

2 METODOLOGIA

Para o início da pesquisa, alguns questionamentos surgiram enquanto problemáticas e depois do levantamento de dados, em um segundo momento, alguns foram sanados e estarão diluídos no corpo do texto. Outros seguirão para que a pesquisa atual tente solucioná-los com a análise ao longo deste trabalho.

O questionamento inicial era se efetivamente havia reaproveitamento de materiais nas criações do estilista e como ele acontecia dentro do processo. Depois da entrevista tentei apurar as primeiras questões - para direcionar as discussões teóricas e as práticas metodológicas do trabalho - sintetizando-as nas que seguem: 1) Qual o grau de envolvimento que os artistas têm com a reutilização de materiais nas suas criações?; 2) Qual o nível de naturalização dos artistas com esta prática? e 3) O que motiva os artistas a este aproveitamento?

Com base nestes questionamentos, espero chegar ao objetivo geral do presente trabalho que é compreender o processo criativo do estilista Lindebergue Fernandes no desfile de 2016, como a prática do *upcycling* e outras instâncias da sustentabilidade aparecem dentro dele, e de que forma a poética apresentada no desfile foi construída.

Dentre os objetivos específicos estão os seguintes pontos: 1) compreender o processo criativo do estilista de forma geral; 2) entender e delinear brevemente a ordem cronológica de ações dentro do seu processo criativo e 3) investigar como o reaproveitamento de materiais pode influenciar a produção e concepção de peças de vestuário.

Desta forma, foram definidos alguns passos metodológicos para que a pesquisa pudesse se efetivar, que veremos nos subtópicos a seguir. A pesquisa sobre o trabalho de Lindebergue Fernandes se iniciou no primeiro semestre de 2017, como o primeiro projeto voltado apenas para seu trabalho e a sustentabilidade. Naquele momento, a pesquisa teórica estava quase completamente definida ao fim do semestre.

Depois de mudanças necessárias no processo de tessitura da pesquisa, no segundo semestre do mesmo ano, realizei o levantamento de dados com fotografias, vídeos e entrevista, bem como a continuidade das leituras e do apoio teórico. O início de 2018 marca os apontamentos finais da pesquisa

teórica e a análise dos dados coletados (imagens e falas) durante a entrevista concedida. Veremos a seguir como organizei cada um destes passos e como eles constituem a presente pesquisa.

2.1 Tipo de Pesquisa

O presente trabalho tem foco bibliográfico e partindo da discussão feita acima, iniciei a pesquisa bibliográfica, que Minayo (2001) conceitua a baixo:

[...] a pesquisa bibliográfica coloca frente a frente os desejos do pesquisador e os autores envolvidos em seu horizonte de interesse. [...] trata-se de um confronto de natureza teórica que não ocorre diretamente entre pesquisador e atores sociais que estão vivenciando uma realidade peculiar dentro de um contexto histórico social. MINAYO (2001. p. 53).

Lima e Miotto (2007, p. 2) ainda complementam este conceito afirmando que "a pesquisa bibliográfica implica em um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo, e que, por isso, não pode ser aleatório.". Com esta orientação, alguns materiais que tangenciam a pesquisa foram lidos e fichados, como livros e artigos acerca dos subtemas.

Para tanto, analisei o material coletado de forma qualitativa, visto que a pesquisa se trata de um estudo de caso, não houve foco na quantidade de artigos produzidos. Na perspectiva de Maanen (1979, p. 520), a pesquisa qualitativa é como um guarda-chuva conceitual que tenta reduzir a distância entre a teoria e os dados pesquisados. Segundo o autor,

A etiqueta "métodos qualitativos" não tem significado preciso em nenhuma das ciências sociais. É, na melhor das hipóteses, um "termo guarda-chuva" que abrange uma série de técnicas interpretativas que procuram descrever, decodificar, traduzir e, por outro lado, aceitar o significado, e não a frequência, de alguns fenômenos mais ou menos naturais no mundo social. Operar em modo qualitativo é trocar símbolos linguísticos, e fazendo isso, a tentar reduzir a distância entre o indicado e o indicador, entre teoria e dados, entre contexto e ação. MAANEN (1979, p. 520, tradução e aspas minhas).

Tendo estes pressupostos metodológicos de bibliografia, levantamento de dados e análise quantitativa, demarquei a área que concerne ao trabalho.

2.2 Área de Abrangência

Como foi elucidado, houve um período de coleta de dados sobre o processo criativo do desfile em questão, Sá-Silva et al. (2009) discutem a pesquisa documental com foco em arquivos, digitais ou não, que contenham informações sobre o objeto em questão na pesquisa. Diferenciando do que outros autores falam sobre a pesquisa social ou de campo, que se permite envolver de forma mais direta (e subjetiva) com outras pessoas.

Houve, então, um pouco das duas pesquisas: tanto do lado documental - porque pesquisei vídeos, fotos, textos, entrevistas, pautas e etc. acerca do desfile de Lindebergue -, quanto do lado social, no momento em que conversei pessoalmente com Adelita e Lindebergue para que outros questionamentos não respondidos pelos documentos encontrados, pudessem ser também contemplados.

Sendo assim, no presente trabalho, visei, após este contato direto com o estilista, analisar a própria entrevista, mas também materiais audiovisuais⁵ e registros como rascunhos, fotos, anotações e outros elementos que fizeram parte do processo. Posto isso, tive em vista constituir uma fonte primária de pesquisa, ou seja, que ainda não havia recebido qualquer tratamento ou análise científico-acadêmica.

Um dos principais materiais previamente coletado é o vídeo⁶ do desfile no DFB de 2016 (um dos cenários físicos desta pesquisa), apresentado por Lindebergue Fernandes, principal sujeito envolvido, retratando o ponto final

⁵ Machado (2011, p.173) defende que [...] com a generalização da procura de uma "linguagem" específica, o vídeo deixa de ser concebido apenas como uma forma de registro ou documentação, [...] para ser encarado como um sistema de expressão pelo qual é possível forjar discursos sobre o real (e sobre o irreal). Com isso, não nos atemos a esta discussão simbólica do autor, mas ao fato que o vídeo do desfile pode ser tomado também como uma expressão ou registro do trabalho do estilista em questão.

⁶ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=1bKFgbYJix0>> Acesso em 10 de Julho de 2017.

de todo o processo criativo (que dura meses até a apresentação no evento) do estilista para este desfile, amostra para este trabalho.

Além do vídeo dos desfiles e das imagens das peças coletadas por mim, a entrevista, também registrada em vídeo, também funcionou como solo fértil para que eu alcançasse os objetivos do trabalho e pudesse realizar a análise de dados de forma mais efetiva.

2.3 Tratamento de Dados

Busquei entender se as peças finais refletiam uma estética específica a partir do *upcycling* de materiais e como o processo de criação influenciou na concepção final do projeto, bem como se os processos criativos do estilista e de sua equipe foram levados para a passarela, reassociando e ressignificando materiais.

De uma forma aberta e não definitiva, propus algumas interpretações possíveis dos símbolos e técnicas presentes no trabalho e como os esboços e peças finais conversavam, o que houve de diferente e como a linha da criatividade pode não ser tão contínua e retilínea quanto esperamos. Para isso, foram elencadas algumas categorias de análise para que o processo de tratamento pudesse ser construído.

2.4 Categorias Analíticas

Para alcançar uma análise razoável, propus um plano de coleta de dados e apliquei a pesquisa qualitativa, bem como uma breve análise semiótica das imagens coletadas. As categorias analíticas deste trabalho foram divididas em Processos Criativos e Design, Moda e Sustentabilidade; e Análise Técnica e Semiótica.

A partir das pesquisas bibliográfica e documental, juntamente do levantamento de registros acerca dos processos criativos do estilista, englobadas pela pesquisa qualitativa, tentei delinear se e como a equipe

modificou e moldou a coleção desde sua concepção, meses antes da apresentação ao público, até o dia do desfile através dos processos de criação.

2.5 Plano e Coleta de Dados

Para haver um contato mais próximo e humanizado com os envolvidos na pesquisa, propus no plano de coleta de dados o emprego de instrumentos de pesquisa como entrevistas semiestruturadas com os membros da equipe criativa ou, pelo menos, com o próprio Lindebergue Fernandes.

Felizmente consegui entrevistar tanto Lindebergue, quanto Adelita Monteiro, sua primeira assistente, sobre quem irei discutir um pouco mais aprofundadamente nos tópicos que seguem. No tocante às entrevistas, Minayo (2001) discute o seguinte:

[...] a entrevista é o procedimento mais usual no trabalho de campo. Através de dela, o pesquisador busca obter informes contidos na fala dos atores sociais. [...] a entrevista, um termo bastante genérico, está sendo por nós entendida como uma conversa a dois com propósitos bem definidos. Num primeiro nível, essa técnica se caracteriza por uma comunicação verbal que reforça a importância da linguagem e do significado da fala. Já, num outro nível, serve como meio de coleta de informações sobre um determinado tema científico. [...] as entrevistas podem ser estruturadas e não-estruturadas [...] ou semiestruturadas. MINAYO (2001. p. 57-58).

No caso da presente pesquisa era essencial ouvir o criador falar sobre suas criações. Aqui chamado de estilista ou artista, Lindebergue mistura estas e outras funções sociais e profissionais. Além disso, sua fala, que será transcrita ao final do trabalho (vide apêndice) não deixa negar a sua vontade de poesia da passarela, de expressão pessoal e artística. O mesmo posso dizer sobre Adelita que demonstra se doar profundamente na confecção dos acessórios. Ambos os artistas falaram sobre como suas experiências e objetivos sociais se refletem no processo criativo das coleções.

Além da entrevista e do vídeo do desfile, outros instrumentos utilizados serão possíveis, como os registros fotográficos das peças desfiladas; os croquis das criações; as anotações feitas ao longo do processo; o contato direto com as peças, dentre outros.

Tendo em vista que para Salles (2008) tudo ao redor do criador se relaciona de forma mais ou menos coesa, tentei, à medida das possibilidades, dissecar os dados a partir das categorias analíticas e descrever o processo criativo do estilista para que pudéssemos ter acesso a esta estrutura de forma documentada.

Sendo assim, o cronograma deste trabalho (Quadro 1) foi definido nos três semestres em que pretendia realizar as atividades, baseado nas datas de apresentação dos resultados parciais durante a Semana Acadêmica de Moda⁷ do curso de Design-Moda da UFC de 2017:

Ilustração 1 - Cronograma para o desenvolvimento da pesquisa.

ATIVIDADES PREVISTAS	2017.1	2017.2	2018.1
Revisão bibliográfica	X		X
Definição do projeto de pesquisa	X		
Levantamento de dados sobre o estilista e o desfile em questão + Definição das metodologias		X	
Entrevista com Lindebergue Fernandes e Adelita Monteiro		X	
Levantamento Documental: vídeo e fotos + Apresentação SAM		X	
Transcrição da entrevista e de outros dados coletados			X
Análise de todos os dados coletados			X
Revisão final do trabalho e das categorias analíticas			X
Apresentação do TCC II			X

Fonte: Elaborado pelo do autor.

⁷ “[...] o Curso de Design-Moda da UFC propõe junto à comunidade a Semana Acadêmica de Moda (SAM), com o intuito de promover a pesquisa e a difusão de conhecimentos relacionados à área de moda e afins. É objetivo da Semana Acadêmica de Moda, promover, entre discentes, docentes, profissionais de áreas afins e a comunidade um evento acadêmico onde haja a exposição de trabalhos com bases científicas que possam contribuir para a melhoria do setor têxtil e de moda.”. Disponível em < <https://samufc.weebly.com/o-evento.html> >. Último acesso em 28 de junho de 2018.

2.6 Estruturação do trabalho

Tomando todos esses apontamentos como base, optei por separar as pesquisas para fins organizacionais e didáticos: a presente pesquisa estará dividida em quatro seções ou capítulos, separadas por tópicos. No primeiro, faço uma breve contextualização e apresentação sobre Lindebergue Fernandes e Adelita Monteiro. Discuto sobre suas subjetividades artísticas e quem são essas duas figuras, tão decisivas para esta pesquisa.

Na segunda seção discuto sobre os processos criativos, buscando uma identificação morfológica entre os artistas à luz das teorias propostas por Cecília Salles, tendo em vista que todos eles - mesmo que de forma aparentemente aleatória - seguem parâmetros para sua criação.

Tento, com base em Salles (2008), por conseguinte, delinear como os processos de criação artísticas seguem traços relativamente parecidos e conectados e realizo uma breve análise dos símbolos e técnicas presentes nas fotos da coleção estudada, contrapondo-os aos esboços iniciais.

Já na terceira parte do trabalho, faço uma discussão acerca dos conceitos sobre moda e sustentabilidade, à luz de Boff (2015). Discuto como estes dois termos e as reverberações deles estão sendo abarcadas pelo presente trabalho e pela sociedade atual.

Discuto também como estes dois universos, aparentemente tão contraditórios, não apenas se misturam de uma forma inteligente e moderna como também apontam para um contexto em que criadores, de moda ou não, terão de ser conscientes de suas atitudes e de como elas chegam aos outros seres humanos.

Por fim, na quarta sessão, mais dedicada aos passos do trabalho de Lindebergue e Adelita, descrevo, em formato de subtópicos, como foi o processo de criação de ambos e como é a relação entre moda, criatividade e sustentabilidade, demonstrando o grau de envolvimento dos artistas com esses universos.

3 LINDEBERGUE E ADELITA: OS ARTISTAS E SUAS SUBJETIVIDADES

Para iniciar o trabalho e compreender os processos criativos no trabalho de Lindebergue, é importante entender quais bagagens ele traz para realizar suas criações, com isso, sintetizei algumas informações colhidas sobre seu passado e como o estilista atua hoje em dia nos âmbitos pessoal e profissional.

3.1 Apresentação dos artistas

3.1.1 Lindebergue Fernandes: um gênio descentralizado

Lindebergue Fernandes é um dos profissionais que podemos chamar de "sem bordas". Apesar de não ter uma formação acadêmica é figurinista, designer, estilista, artista. É criativo e apaixonado não só pela sua atividade criadora, mas também pelo mundo que o permeia e o que acontece com ele.

Em um contexto em que temos o 100% artista, manual e o 100% industrial, padronizado, Lindebergue faz a conexão dos dois mundos, atuando nesses dois espaços aparentemente tão distintos. Menos foco no comercial e mais foco nas possíveis reverberações do desfile e das criações de moda.

Lindebergue, no auge dos seus quarenta anos de idade, é hoje um dos principais nomes da moda autoral cearense. Mesmo trabalhando dentro de um contexto convencional de moda masculina, é muito conhecido pela sua poesia nas passarelas. Lindebergue não passou por uma formação superior convencional em moda, design, projetos ou arte, mas desempenha todas essas funções de forma exemplar, seja na marca de moda na qual trabalha a dez anos, seja nas passarelas do DFB, onde desfila a dezesseis.

Com uma conexão quase mágica com os figurinos de novelas, o estilista (que tomei a liberdade de também me referir como artista) explora bastante sua religiosidade dentro e fora das passarelas. Em entrevista⁸ cedida em 2017 ao jornal O Povo, Lindebergue conta que já na adolescência, em

⁸ Disponível em <<https://www.opovo.com.br/jornal/vidaearte/2017/05/calmaria-e-explosao-perfil-de-lindebergue-fernandes.html>> Último acesso em 16 de junho de 2018.

Maracanaú, região metropolitana de Fortaleza-CE, usava sua irmã como modelo para as criações que fazia inspirado nas novelas que acompanhava.

As páginas de jornais e revistas viraram inspirações diretas na vida e na profissão de Lindebergue, que buscou se inserir no meio através de contatos que fez. Em 2002, depois de alguma resistência do DFB, desfilou a primeira vez uma coleção solo. Sempre demonstrando muita calma, Lindebergue relata na entrevista que tem uma equipe em que pode confiar.

Conhecido por inovar nas passarelas e sempre carregar muitos símbolos e cultura popular em suas criações, o estilista descentraliza suas criações e através de processos artísticos e horizontalizados, permite-se influenciar por diversas pessoas e contextos, traduzindo tudo isso em poética.

Ilustração 2 - Lindebergue Fernandes



Fonte: <<http://www.dfhouse.com.br/calmaria-no-olho-do-furacao/>>.
Último acesso em 16 de junho de 2018

Vindo de uma realidade difícil, e vivendo em um Ceará cheio de contradições e questões sociais, Lindebergue cria, junto à equipe, elementos-chave que falam sobre os problemas cearenses e que tocam, de alguma forma, o público que assiste e muitas vezes participa do resultado mostrado nas passarelas. Humilde e de fácil acesso, o estilista, apesar de introspectivo, emociona-se ao falar sobre suas criações e surpreende pelo desapego que tem com elas, sempre recebendo de bom grado as ajudas de pessoas e colegas de dentro e fora da profissão.

Tratando sempre de questões muito plurais, Lindebergue já desfilou temáticas relacionadas ao rico e ao pobre, ao religioso, ao homem e à mulher, à sexualidade, tudo banhado de simbolismo, política, religiosidade, luta, crítica e quase sempre com um toque *kitsh*⁹ e de fácil compreensão, aproximando a o público não apenas dele, mas a moda da vida cotidiana, dos percalços que enfrentamos e dos diferentes contextos que temos no nosso estado.

3.1.2 Adelita Monteiro: um destaque na análise do trabalho criativo

Artesã, criativa, política, ativista. São muitas as funções de Adelita Monteiro, uma profissional que se empenha a assessorar Lindebergue a quase dez anos. Ao falar sobre sua relação com o estilista, Adelita não esconde a alegria que tem em criar com seu amigo pessoal e colega de profissão.

A artesã, que hoje tem uma marca de acessórios feitos à mão, conta que sempre foi difícil se inserir em ambos os contextos da sua vida, muito contrastantes: a faculdade de moda e os movimentos políticos que se envolveu desde a juventude. Ela brinca que sempre foi vista como alguém deslocada em ambas as situações por ser "estudante de moda demais" para os movimentos políticos e ativista demais para a faculdade de estilismo, na UFC.

Com um perfil extrovertido e alto-astral, Adelita, ao contrário de Lindebergue, fala bastante e gosta de dar detalhes, conversar e trocar ideias. Talvez este outro contraste, neste caso de personalidades, tenha ajudado os dois artistas a convergirem para um trabalho tão rico e coeso, realizado nas passarelas do DFB.

⁹ “O estilo Kitsch dilacera todas as linhas que separam o belo do feio, o bom do mau-gosto, e convence o indivíduo não iniciado nos meandros da arte que, ao encontrar esta forma de expressão, ele se deparou com a mais elevada produção cultural. Os elementos que o compõem são sempre teatrais, sensuais, emocionais e excessivos.”. Disponível em: < <https://www.infoescola.com/artes/estilo-kitsch/>>. Último acesso em 28 de junho de 2018.

Ilustração 3 - Adelita Monteiro



Fonte: https://www.youtube.com/channel/UCuH3n-Pc-MfEJQE78edX_zA
Último acesso em 16 de junho de 2018

Adelita é conhecida pelos polêmicos vídeos que publica em suas redes sociais onde fala abertamente e de forma simples e objetiva sobre política. Sempre muito crítica, já sofreu ameaças por seus posicionamentos políticos e segue lutando pelos seus ideais dentro e fora das câmaras. Também em entrevista¹⁰ ao jornal O Povo, já neste ano, Adelita, que é natural de Limoeiro do Norte, por volta de 200 km de Fortaleza, afirma que os vídeos surgiram de forma natural e espontânea.

3.2 A coleção: contextualização sócio-histórica

A fim de compreender o que aconteceu na passarela do DFB de 2016, é importante ressaltarmos o contexto sócio-histórico e político daquele ano, marcante para a sociedade brasileira em diversos aspectos. Depois de um ano de "crise" no país e ao redor do mundo, 2016 foi um ano que começou com um surto de Zika vírus no Brasil.

Em termo amplos, perdemos diversos nomes importantes para a constituição da identidade nacional como Umberto Eco, Cauby Peixoto, Elke

¹⁰ Disponível em <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/2018/01/militante-do-psol-adelita-monteiro-ira-processar-apoiadores-de-bolson.html> Último acesso em 16 de junho de 2018.

Maravilha, entre outros. No mundo, Prince, George Michael, Mohamed Ali e Carrie Fisher também vieram a falecer em 2016.

Protestos de grande impacto aconteceram neste ano, salientando os ânimos da população brasileira em relação à política. Um dos maiores ocorreu no mês de março, em mais de 300 cidades brasileiras, com números que variam de 3,5 a 7 milhões de pessoas nas ruas, dependendo das fontes de pesquisa. 2016 foi o ano que Michel Temer, então vice-presidente de Dilma Rousseff - que deixou suas atividades após um longo processo de impeachment - subiu ao cargo de maior relevância na política nacional. Neste sentido, o site cidadeverde.com, em sua retrospectiva realizada no fim do ano, afirmou:

Com o afastamento de Dilma Rousseff do cargo, coube ao vice-presidente Michel Temer assumir o comando do país, passando a possuir plenos poderes de nomear a equipe de governo e gerenciar o Orçamento da União. O presidente encerra o ano com apenas com 14% de aprovação e com diversas polêmicas envolvendo afastamento de ministros e criação de medidas impopulares.¹¹

À parte do cenário político do país, aquele ano deu lugar às olimpíadas Rio 2016, nas quais o Brasil ficou em 13o lugar com dezenove medalhas. Já nas paraolimpíadas, ficamos em oitavo lugar com mais de 70 medalhas.

Em meio a todo esse caos generalizado, Lindebergue e sua equipe viram a necessidade de levar questões que viviam naquele momento para as passarelas. Muito contraste entre alegrias e tristezas fizeram com que a coleção somasse ainda mais detalhes subjetivos e simbólicos não só para equipe criativa e executiva, mas para todo o público que assistia o desfile.

¹¹ Disponível em <https://cidadeverde.com/noticias/237954/retrospectiva-2016-os-acontecimentos-que-foram-destaque-no-brasil> Último acesso em 16 de junho de 2018.

4 A LÓGICA ARTÍSTICA: CARTOGRAFIAS DA CRIATIVIDADE

O universo artístico sempre me chamou atenção por saber que é solo fértil para ideias se tornarem matéria. Com o tempo, encontrei na moda possibilidade para materializar criações minhas e sanar um pouco daquela vontade pueril de tornar sonhos realidade. Foi então que comecei a refletir sobre processos, viabilidades e possibilidades. Percebi, então, que todo artista passa por diversos processos artístico-criativos para conceber seus trabalhos.

Na moda, então, tive a oportunidade de entrar em contato com processos projetuais, e depois com os criativos, mais voltados para a concepção de produtos de moda. Com minha aproximação, quase como um passatempo, à arquitetura e à história da arte, descobri que artistas criam de formas extremamente diferentes, acompanhando a plural existência humana.

Com isso, fronteiras conceituais como "arte", "moda", "artista" ou "designer" começaram a ser esfaceladas. Artistas como Lindebergue Fernandes, que também são designer em certa medida, e estilistas de profissão, mas trabalham com poesia sempre me chamaram atenção de uma forma muito íntima.

Vi, ainda na infância, a figura do estilista como alguém que consegue reunir muitas facetas das capacidades humanas em um só ator social. Pensando nisso tudo foi que, dentro do universo infindável dos processos de criatividade, resolvi estudar alguém que, para mim, consegue orquestrar, à sua maneira, várias destas possibilidades.

Neste sentido, Salles (2008) discute, ao longo do livro *Redes da Criação*, a obra de arte como um objeto inacabado, fruto de um processo que seria, ele mesmo, a própria obra de arte. Para solidificar sua discussão, a autora se vale de documentos e registros deixados por artistas e outros criativos. Notas, pesquisas e rabiscos se tornam parte de obras "prontas". A contextualização sócio-histórica-pessoal do artista, para a autora, é decisiva no processo de interpretação de sua produção, segundo ela:

É interessante notar que quanto mais apontamos para a importância de localizarmos o tempo e o espaço nos quais o processo de um artista está inserido, mais nos aproximamos de uma indeterminação destes. Isto fica claro no modo não linear, como séries, linguagens, autores e ideias são coletados. Momentos históricos diversos são associados e

travam diálogos em nome dos interesses e indagações de um determinado artista. SALLES (2008, pp. 50-51).

Desta forma, só estaríamos aptos a nos aproximarmos do artista a partir do momento em que tentamos nos concentrar em suas influências, suas experiências e principalmente, os contextos em que vive e atua. E mesmo esse artista não criando de forma linear, acredita-se que haja alguma organização neste processo criativo. Lindebergue Fernandes se torna aqui, então, elemento chave para esta exemplificação. No *blog* de moda e comportamento Homem ETC, Diego Gregório escreve:

Lili, como é conhecido pelos amigos, soube que Virgulino Lampião, rei do cangaço, era um grande admirador de Napoleão Bonaparte, ambos líderes controversos e revolucionários do seu tempo. Lampião enfrentou os coronéis da época, já Napoleão, se contrapôs a um feudalismo moribundo e seus senhores. Esse foi o ponto de partida para criar a coleção, o enfrentamento de uma sociedade injusta. *“Vivemos uma época onde usam “nacionalismo” e “cidadania” pra tentar retroceder, ficar ainda mais conservadora e desigual. Isso pra mim é palhaçada”* Afirma Lindemberg, que mostrou modelos com maquiagem de palhaço ao som da música “Senhor Cidadão” do Tom Zé.¹²

Com isto, percebemos que não apenas o trabalho artístico está presente em sua criação, mas também um largo processo de pesquisa de valores, enredos e contextos, numa busca de conectar passado e futuro através do presente e da moda, o que nos faz perceber o posicionamento político de seu trabalho.

Partindo desse breve relato do estilista, aqui equiparado aos artistas analisados na obra de Salles (2008), podemos tomar como base de análise as palavras da autora sobre a importância em conhecer o processo de criação daquele que apresenta qualquer ideia ou posicionamento através de sua obra, seja de arte ou neste caso, de moda. Para a autora, conhecer os processos envolve compreender o modo como os processos culturais se cruzam com os processos de criação. Para ela, os traços culturais passam a pertencer às obras em construção. Salles (2008, p. 50)

¹² Trecho da entrevista disponível em <<http://blog.opovo.com.br/homemetc/lindemberg-fernandes-e-a-moda-para-mudar-o-mundo-dragao-fashion-brasil-2016/>> acesso em 12 de Julho de 2017

Desta forma, podemos perceber o quanto o processo criativo do objeto de arte poderia ser apropriado pelo universo da moda a partir do pressuposto que o estilista estaria também, enquanto agente social, envolvido com os mais diversos contextos, transformações e acontecimentos da sociedade em que vive. Neste sentido, e ainda na mesma entrevista ao *blog* supracitado, Lindebergue afirma:

Não compreendo um estilista que cria sem sentir o mundo a sua volta. Absorvemos e somos absorvidos por este mundo e mudar a sociedade é o papel da arte, na minha opinião. A moda autoral tem alma artística. É preciso perceber a pulsação social transformando isso em beleza, mensagem e emoção na passarela. Foi por isso é para isso que me tornei estilista.¹³

Segundo Salles, existe uma lógica intuitiva de cada artista que, não necessariamente, vai parecer que está seguindo regras pré-estabelecidas. Para a autora, existe uma certa morfologia nos processos criativos como um todo, uma unidade que, mesmo de uma forma distante, conectaria todos eles. Ou seja, por mais caótico que o processo criativo possa parecer, ele não é aleatório. O artista, o designer ou qualquer sujeito de práticas criativas vivenciam práticas comuns durante sua caminhada criativa.

A partir das discussões até aqui feitas, tentarei reunir os conceitos discutidos a fim de interpretar de uma forma mais adequada as peças do desfile em questão, tendo sempre em foco os processos que levaram o estilista e sua equipe aquele produto final. Com isso, passemos a metodologia empregada no trabalho e em como o material foi recolhido e como será analisado.

Além das imagens, a entrevista realizada com Lindebergue e Adelita foram pistas decisivas para que eu pudesse compreender o contexto dos artistas. Os porquês e como eles chegaram ao resultado final da coleção, discutidos na entrevista, foram relevantes para corroborar na compreensão dos seus processos criativos.

¹³Disponível em <<http://blog.opovo.com.br/homemetc/lindemberg-fernandes-e-a-moda-para-mudar-o-mundo-dragao-fashion-brasil-2016/>> acesso em 12 de Julho de 2017

4.1 Processos Criativos no Projeto de Design

Historicamente, principalmente depois das revoluções industriais, vimos crescer, de forma global, a atenção sob o binômio produção-consumo. Araújo et al. (2017) ao discutir sobre consumo e moda autoral afirma que:

Alguns acontecimentos que ocorreram no século passado no planeta, bem ilustrados pela primeira revolução industrial, mudaram as formas de se produzir e consumir produtos dos mais variados. Passou-se de uma economia focada na produção em massa para um novo contexto, mais focado no consumidor e em suas necessidades, o que marcou a primeira parte do século XX. ARAÚJO ET AL. (2017, p. 3)

Desta forma, percebemos que o design instrumental, focado essencialmente na produção mais rápida, com menor custo e maior retorno em lucro tende a sistematizar o processo de desenvolvimento de produto em etapas lineares e quase enrijecidas, pré-definidas, e que devem ser seguidas à risca a fim de otimizar os processos.

Este contexto, por sua vez, pode impedir o surgimento de novas ideias no decorrer do processo criativo, tendendo a produzir artefatos pouco diferenciados e bastante repetitivos, praticamente sem autoralidade e identidade própria.

Quando os autores supracitados dão foco ao consumidor, referem-se também às necessidades deste público. A necessidade do novo, não apenas de um novo produto, mas de uma nova forma de produção e distribuição, até mesmo uma nova forma de conexão entre produtor-consumidor através do produto.

Volto a lembrar da obra de Carvalho (2016), que discute sobre um "novo" capitalismo. Tomando isto como base, podemos pensar em processos alternativos às grandes indústrias - menos industriais no sentido instrumental - o viés mercadológico do design segue existente, mas com um novo propósito: ao invés de criar apenas elementos seriados e praticamente iguais, visa-se estudar as necessidades e anseios dos consumidores para que o produto final atinja positivamente seu consumidor e ainda por cima respeite seu produtor.

Neste sentido, alguns autores, como Vassão (2010) já apontam para a necessidade de pensar o design como mediador de sociabilidades e como

instrumento para aprumar o rumo da vida, entrando em concordância com as pesquisas de Boff (2015), funcionando como uma resposta à modernidade líquida, por vezes irresponsável, que Bauman (2001) aponta em seu trabalho.

Nesse contexto, o processo criativo não seria rígido, nem linear, justamente para se aproximar da vida, que está em constante evolução. Seria um processo que aproveita as controvérsias e as utiliza para se desenvolver e crescer; melhorar. Percebe-se aqui uma profunda conexão com a natureza e com seu poder transformativo.

Lindebergue propõe exatamente este viés no seu trabalho. Com uma perspectiva de design mais consciente, politizado e social, o estilista se atém menos à estética e mais à crítica social. Os fins mercadológicos são colocados de lado para que a expressão artística possa florescer em seu trabalho.

Objetiva-se tocar a plateia. A beleza nem sempre é a questão principal, mas a emoção, o toque em uma ferida ou incômodo social. Tirar o espectador de um estado passivo (desfile para assistir de forma acrítica) para um estado participativo, onde é levado a pensar.

Mesmo tendo forte apelo estético na passarela, Lindebergue é conhecido por emocionar e fazer com que seus espectadores sintam algum impacto, uma clara função da arte. Na imagem abaixo podemos ter a noção de como militares, cangaceiros, palhaços e artistas se misturam gerando algo belo e novo, com a intenção de trazer o público para o universo das ideias do estilista.

Sem a pretensão de me delongar sobre as pesquisas artísticas, vários são os autores que discutem o impacto como uma das funções do trabalho artístico. Seja este impacto - ou conexão - dito positivo, negativo ou neutro, ele sempre estará presente, pois o trabalho de arte parece nascer da emoção, com o objetivo social de gerar emoção.

Posto isso, no trabalho do estilista, os processos de design são aplicados de maneira empírica e quase experimental a fim de unificar as ideias criativas e viabilizar a criação final. Muita pesquisa é realizada até a primeira reunião do que funciona como um planejamento de coleção. Podemos perceber isto no seguinte trecho, coletado na entrevista com Lindebergue:

A gente revê muito como foram os desfiles passados. Falando especificamente desse do ano passado. *Pra* chegar nele a gente viu quase todos. Puxou tudo no YouTube o que tinha lá, *pra* poder

chegar... E nessa primeira reunião é muito de anotações, de rabiscos, de ver o que se pode. Até onde pode¹⁴.

Desta forma, são vários os processos que antecedem a criação e que não obrigatoriamente estão em ordem cronológica ou mesmo linear. Tanto Lindebergue quanto Adelita descrevem seu processo como algo dinâmico e quase caótico, sem tantas amarras ou esforços.

As limitações, evidentemente, ficam na maioria das vezes, presas às questões econômicas, o que os leva ao reaproveitamento, sendo uma das várias questões que os fazem reutilizar materiais. Depois do levantamento de materiais e ideias, as adaptações ao tema corrente da próxima coleção, ela começa a acontecer. Nas palavras do estilista se referindo à primeira reunião com a equipe:

Ai eu sempre chego com alguma coisa. "Pronto, eu ainda tenho muito desse tecido aqui.". Nesse ano, eu usei um neoprene. Que já tá numa outra peça. Esse neoprene já tinha sobrado de uma outra coleção, só que ele era muito... ele é muito marcante porque são só duas cores, que é o rosa e o verde. "Gente, eu não sei como vai ser, mas a gente vai ter que usar isso aqui. ainda tem um rolo.". E ano passado a gente tava meio ruim das pernas, ainda mais... de grana, ai (eu disse) "tem que se colocar esse verde e rosa." (eles disseram) "meu deus, como se vai trabalhar com isso?"...¹⁵

Aqui fica clara a ressignificação dos materiais desde o primeiro momento oficial de criação. A equipe recebe um diagnóstico do estilista sobre quantos e quais materiais eles têm para trabalhar e a equipe, por sua vez, estuda como viabilizar o uso e o reaproveitamento de materiais.

Sendo assim, o processo industrial fica quase completamente de fora deste contexto. As interferências externas são usadas em prol da criação de algo novo, com identidade própria e que nega o instrumentalismo industrial. Discutirei este ponto de forma mais aprofundada no próximo tópico.

¹⁴ Trecho de entrevista concedida pelos artistas ao autor, por volta de Setembro de 2017. Texto na íntegra na seção Apêndices deste trabalho.

¹⁵ Trecho de entrevista concedida pelos artistas ao autor, por volta de Setembro de 2017. Texto na íntegra na seção Apêndices deste trabalho.

4.2 A Unidade Entre as Mentes Criativas: Morfologia da Criação

Como já foi elucidado, Salles (2008) discute a importância de localizarmos os contextos nos quais o processo de um artista está inserido. Além disso, a autora levanta questões sobre os dados coletados por artistas e como estas informações são "digeridas" por eles, de uma forma não linear. Para a pesquisadora, em outra obra de sua autoria:

Por necessidade científica, mais recentemente, alguns pesquisadores vêm avançando em direção a uma generalização sobre o processo de criação, que leve a princípios que norteiem uma possível morfologia da criação. É o estudo das singularidades buscando generalizações. [...] procuro por uma morfologia "volátil e não um cânone inflexível" SALLES (1998, p. 21-22)

Desta forma, em *Gesto Inacabado*, a autora busca uma maneira de entender os processos criativos e não os encaixar em um cânone ou em regras fixas, mas de perceber as nuances que se demonstram recorrentes no proceder artístico. Como artistas, de uma forma geral, têm seus trabalhos conectados a partir de atitudes ou registros que os levam a criar suas obras.

Há também, segundo a autora, um embate entre os momentos históricos e os interesses e indagações dos artistas, o que já pode nos dar as primeiras pistas para um processo morfológico de criação. Posto isto, e propondo que para cada artista e para cada contexto em que ele vive um leque de formas de expressão é possível, analisarei outro trecho da entrevista concedida por Lindebergue Fernandes.

Talvez um dos pontos altos deste momento foi a explicação do estilista sobre as mudanças quase inesperadas no desenvolvimento e na produção da coleção, bem como de que forma sua sensibilidade foi influenciada pelos arredores e pelos acontecimentos sociais daquele momento criativo, mas que de forma nenhuma aconteceram de maneira desordenada. Segundo ele:

"também tem muito do que eu to vivendo do momento, né? *Pra* se chegar na coleção, nessa do ano passado (2016)... Tinha muito da história da novela, do *Velho Chico*, então assim, eu tava apaixonado por aquela novela. Então eu ficava mandando *pro* Charles... tirava foto da TV porque é encantador. O cenário, a direção de arte, as cores... Aquela película que eles usaram, e os personagens... [...] então tudo aquilo *tava* me influenciando. E tinha a coisa da gente querer voltar de novo, voltar ainda mais forte com essa coisa do regional. *Se* pensou

no Espedito Seleiro, na reunião falamos dos arabescos, aí a ideia principal era trazer o cangaço, que era o Lampião. é... Tendo essa coisa do Lampião como Napoleão. Mas a primeira ideia era apenas brincar, ter essa releitura deles na vestimenta. Era como se o Napoleão fosse a celebridade, a blogueira que tá visitando o lampião. só que teve toda aquela história da política naquele momento, o *impeachment* da Dilma, então aí foi desmanchar? a ideia de que o Napoleão... e o Lampião também tinha essa veia revolucionária, aí foi quando começou a entrar um pouco dessa coisa (sobre a política atual do país). Na reunião seguinte foi mudando tudo. Já com essa veia mais política. Como a gente ia ter isso, né? Então mudou-se tudo. A história de ser um cangaceiro, que vai pro asfalto. A gente até brincou com isso. Até chegar nos palhaços. Os palhaços foi ideia... A última mesmo.¹⁶

Novela, política, sociedade, brincadeira. Tudo parece se conectar durante a descrição, feita pelo estilista, de um dos seus primeiros passos do processo criativo da coleção em questão. Do primeiro momento de planejamento até a hora da apresentação na passarela, as ideias surgem e são abraçadas pela equipe.

Partindo disso, e de como os artistas poderiam, em um plano abstrato, terem seus trabalhos conectados, mesmo apresentando processos diferentes, Salles (1998) discute em seu trabalho anterior, o ato criativo e como ele é imbricado à vida do criador. Para ela, a criação é um eterno processo, um emaranhado de conexões infinitas. A autora elucida este ponto no seguinte trecho quando discute o ato criador como

[...] um contínuo processo de formalizar a matéria, com um determinado significado e de uma determinada maneira, no âmbito de um projeto estético e ético. Uma ação sensível e intelectual. Um processo que tende para a concretização desse grande projeto do artista e cujo produto é permanentemente experienciado e avaliado pelo artista e, um dia, por outros receptores. Essa seria uma (possível) morfologia ele um percurso, que oferece uma multiplicidade de perspectivas a partir das quais este pode ser observado. Dependendo das lentes usadas, diferentes facetas são reveladas. SALLES (1998, p. 86)

Fazendo uma rápida conexão com a fala de Lindebergue, percebemos que tudo se conecta. De alguma forma podemos aproximar o processo criativo do estilista estudado com os processos dos artistas pesquisados por Salles através de seus registros. Segundo Salles (1998, p. 160), essa proposta de tentar compreender o ato criador nos leva à constatação que

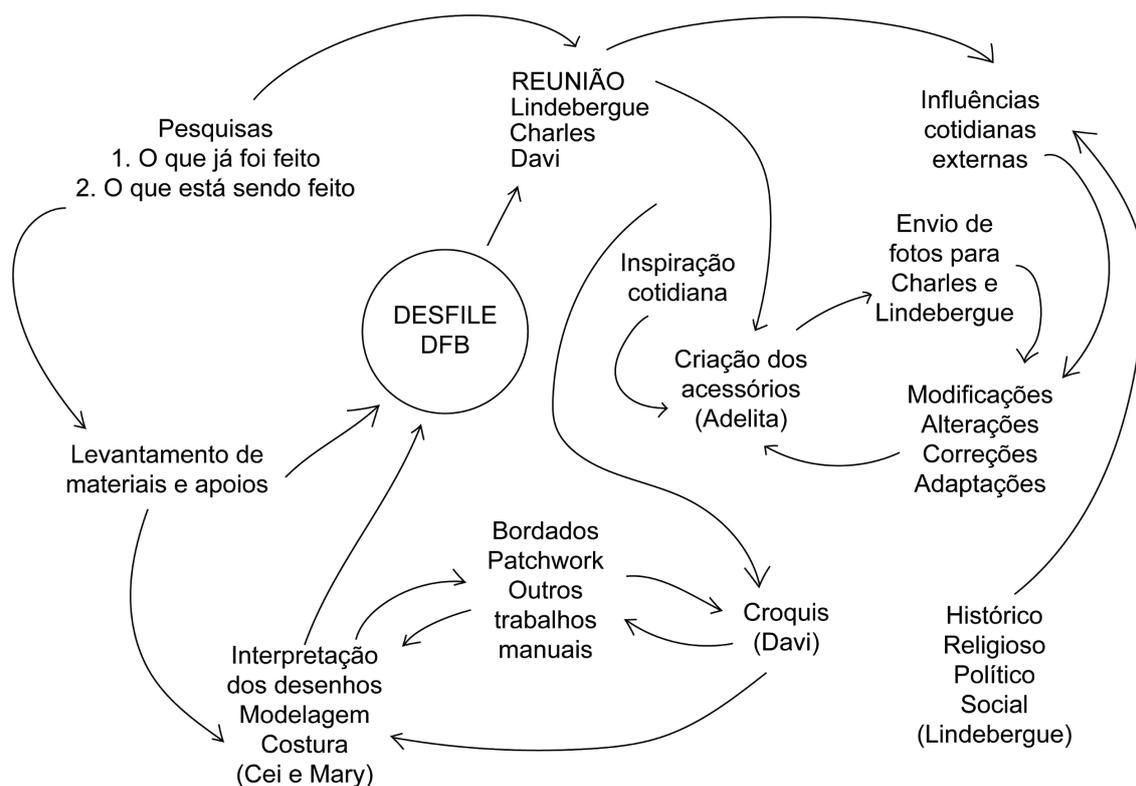
¹⁶ Trecho de entrevista concedida pelos artistas ao autor, por volta de setembro de 2017. Texto na íntegra na seção Apêndices deste trabalho.

uma possível morfologia do gesto criador precisa falar da beleza das formas inacabadas, em contínua mudança e transformação, demonstrando a complexidade não apenas do trabalho criativo, mas da vida.

4.3 A coleção: breve análise dos processos criativos

A seguir podemos ver uma proposição para os processos de Lindebergue, a fim de ilustrar como seria a rede de criação do estilista e como e quando sua equipe influencia no processo. Foram usadas imagens coletadas ao longo da entrevista. Permite que minha percepção de pesquisador absorvesse alguns dos passos deste processo de desenvolvimento criativo. Segue abaixo uma proposição de mapa criativo para Lindebergue e sua equipe:

Ilustração 4 - Rede ilustrativa dos processos criativos de Lindebergue Fernandes e sua equipe para a criação da coleção de 2016 no DFB.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Assim como Salles (2008) discute, podemos perceber que as influências "externas" ao processo sempre serão contextualizadas sócio-histórico-culturalmente. Desta forma, podemos entender melhor como a morfologia do estilista pode se aproximar da morfologia de criação de outros artistas estudadas pela pesquisadora em suas obras.

Posto isso em um infográfico, nesta seção discutirei como a sustentabilidade pode estar relacionada à moda e aos processos criativos que sustentarão esse novo momento da moda dentro das sociedades contemporâneas e como isso acontece dentro do ciclo de Lindebergue.

Com a permissão do estilista, as imagens abaixo foram feitas a partir dos registros disponibilizados por ele. Nas imagens coletadas podemos observar alguns croquis, números que indicam a ordem de apresentação do desfile, alguns experimentos de tecidos e outros materiais, escolha e modificação de cores e a possibilidade de mesclagem de peças, além de anotações para posteriores modificações e seleção de modelos e tamanho de sapatos.

Ao comparar resultado final com croqui de criação, tentarei realizar uma breve análise técnico-criativa dos processos de Lindebergue e sua equipe. Desta forma, estarei imprimindo minhas habilidades e bagagens culturais, sem o objetivo de estabelecer juízo de valor ou verdades acerca do trabalho do estilista, mas apenas de descrever minhas impressões sobre os símbolos e as técnicas presentes em cada comparação. É importante frisar que a interpretação é aberta e subjetiva a cada pessoa.

Os leitores poderão observar sempre à sua esquerda os resultados apresentados na passarela no desfile de 2016 no DFB e no lado direito, os rascunhos ou esboços dos desenhos feitos para a confecção das peças. Neste momento, o conceito que seria apresentado na passarela já estava relativamente delimitado e cabia a um dos membros da equipe de Lindebergue, Davi Sombra, tornar as ideias rabiscos das ideias que pairavam naquele momento sobre Chales W, Lindebergue e Adelita.

As composições abaixo não estão apresentadas na ordem que apareceram na passarela, necessariamente, mas foram analisadas cores, texturas, modelagens, volumes e etc., a fim de compreender como o processo inicial se aproxima ou se distancia dos elementos finais apresentados na passarela:

Ilustrações 5 e 6 - Macacão Rosa



Fonte ilustração 5: Disponível em
<http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes/>
 Último acesso em 16 de junho de 2018.

Fonte ilustração 6: Acervo do Autor

Nesta primeira comparação, a modelagem provavelmente foi iniciada em moldes planos por se tratar de uma peça mais próxima às formas do corpo. Poucas foram as anotações no esboço que não seguiram até a apresentação fina, como o bordado que deveria existir nas alças do macacão. Os bolsos laterais foram modificados, mas o neoprene e a aplicação das pedrarias seguiu quase identicamente ao esboço inicial.

Um cós com passantes também foi adicionado à peça finalizada. O neoprene rosa foi mantido numa clara tentativa de contrastar a beleza máscula do modelo com a cor normalmente destinada ao universo feminino. O modelo, de cabelos longos, foi escolhido a fim de manter essa ideia de masculino *versus* feminino em uma clara crítica ao binarismo normativo entre gêneros.

A maquiagem alude à palhaços tristes, provavelmente como um posicionamento político, mesmo que simbólico, sobre as relações do povo brasileiro com seu governo, tendo em vista o ditado popular "fazer alguém de palhaço", que se refere a quando um indivíduo não leva outro a sério, talvez a sensação que a equipe tenha em relação à situação política daquele período.

empresas de artigos de moda. Neste caso, todos customizados para que a coleção conseguisse um padrão de qualidade técnica e estética aguardado pela equipe e também pelo público.

Ilustrações 9 e 10 - Blusão Rosa

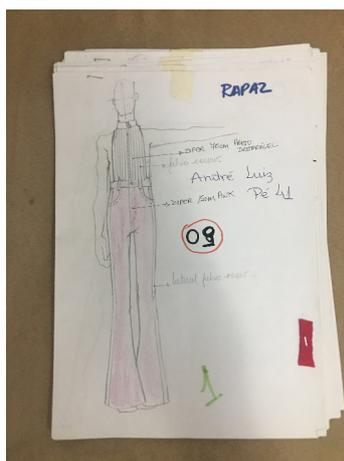


Fonte ilustração 9: Disponível em <http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes/>
Último acesso em 16 de junho de 2018.

Fonte ilustração 10: Acervo do Autor

Nesta comparação, claramente a calça azul "rocker navy" foi completamente retirada e substituída por um short curto, e o blusão transformado em um vestido. Os acessórios do busto se mantiveram inalterados. Pelos desenhos no rascunho à esquerda, podemos presumir que a peça seria completamente bordada ou desenhada, mas diferente da cor, que continuou sendo rosa, os possíveis bordados foram deixados de lado, demonstrando desapego à criação inicial e atenção à viabilidade da produção. O *oversize* também foi mantido para dar esse ar quase masculinizado às formas da peça, ampla e não tão sensual, ainda na dicotomia masculino-feminino.

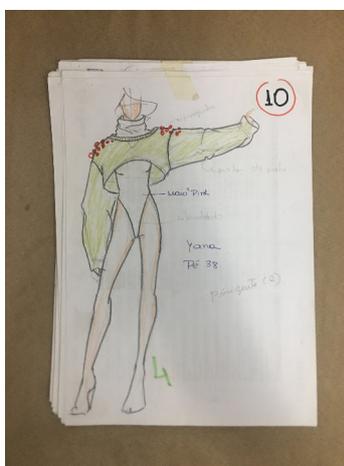
Ilustrações 11 e 12 - Calça masculina rosa



Fonte ilustração 11: Disponível em <http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes/>
Último acesso em 16 de junho de 2018.
Fonte ilustração 12: Acervo do Autor

Aqui as peças foram mantidas quase sem alteração, mas a composição, inicialmente com a blusa para dentro da calça, foi desfilada por fora da peça. O detalhe lateral da calça, as costuras da blusa e os zíperes aparentemente foram mantidos, em contrapartida, houve a adição de um grande acessório no peito da blusa. Uma bolsa de crochê também foi adicionada no look, talvez na intenção de manter o ar militarizado, mas hiperfeminino perceptível ao longo de todo o desfile.

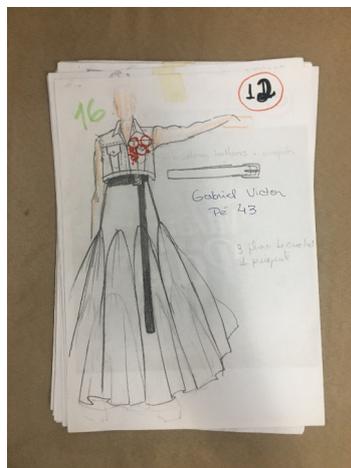
Ilustrações 13 e 14 - Maiô rosa



Fonte ilustração 13: Disponível em <http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes/>
Último acesso em 16 de junho de 2018.
Fonte ilustração 14: Acervo do Autor

Praticamente sem alterações, esta composição apresenta um boné também com bordados e um acessório de sementes naturais, linhas e materiais de bordado reaproveitados no busto esquerdo da peça superior, em verde. Na parte inferior do maiô, deveria, segundo o rascunho, haver bordados, o que percebemos não ter sido levado para a peça finalizada. As modelagens desse *look* provavelmente foram inicialmente realizadas em moldes planos e depois, com a ajuda de um manequim, atualizadas para os volumes ideias. No esboço também vemos que as mangas deveriam ser pretas, ou pelo menos "pintadas de preto", segundo as anotações, o que também não aconteceu na peça final. As aplicações de adereços também foram inalteradas no comparativo esboço-criação final.

Ilustrações 15 e 16 - Conjunto floral

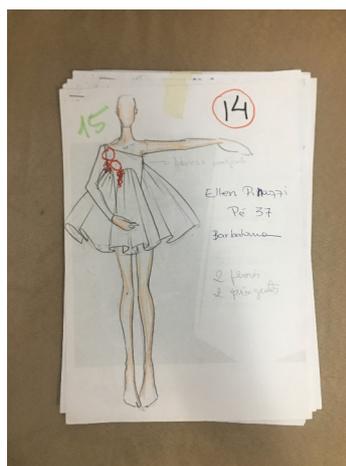


Fonte ilustração 15: Disponível em
<http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes/>
 Último acesso em 16 de junho de 2018.

Fonte ilustração 16: Acervo do Autor

A altura das nesgas foi alterada a fim de diminuir o volume da peça e muito provavelmente também o consumo do tecido, visto que mais de um *look* foi produzido a partir deste material estampado. O cinto também foi eliminado e os ombros ganharam acessórios de bordado, que não existiam inicialmente. As flores foram mantidas, mas não houve "pingentes" no peito da peça, como as anotações do esboço indicam.

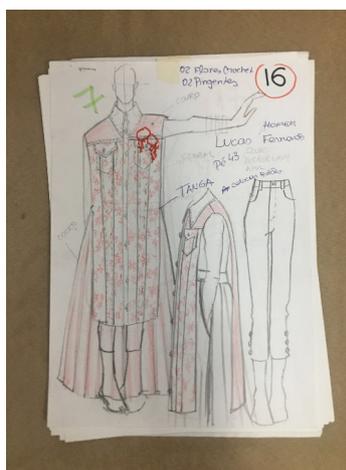
Ilustrações 17 e 18- Vestido floral



Fonte ilustração 17: Disponível em <http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes/>
Último acesso em 16 de junho de 2018.
Fonte ilustração 18: Acervo do Autor

Mantido quase inalterado, a única diferença visível é a economia no volume da peça (também podemos contar com a expressão artística no croqui do esboço, visto que não há anotações para diminuição). Os "pingentes" indicados foram, aparentemente, substituídos por quatro flores de crochê. Outro item interesse foram os "chapéus de marinheiro" feitos de papel, como os que crianças brincam foram adicionados aos *looks* que não tinham bonés, talvez fazendo alusão ao lúdico das peças e do lado pueril e ingênuo dos palhaços, representados pela beleza escolhida (a beleza foi uma das últimas decisões da equipe no processo criativo, neste desfile).

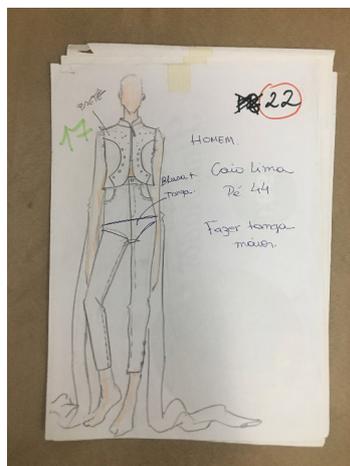
Ilustrações 19 e 20 - Capa floral



Fonte ilustração 19: Disponível em
<http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes/>
 Último acesso em 16 de junho de 2018.
 Fonte ilustração 20: Acervo do Autor

Muitas modificações aconteceram neste *look*: os ombros, na sobreposição, no esboço destinados a serem costurados em "couro", foram realizados em tecido de algodão. As flores e pingentes de pedraria foram mantidas, mas a gola, inicialmente fechadas, junto aos botões do Centro da Frente da peça, foi elevada e a capa, aberta. Também havia um saiote traseiro junto à tanga, feito em "couro", que foi completamente eliminada na composição fina. A modelagem desta peça provavelmente foi feita em técnica de *moulage* (técnica realizada diretamente no manequim, preservando a liberdade criativa e favorecendo volumes das peças). Os botões e a estampa floral foram mantidos na relação esboço-criação final.

Ilustrações 21 e 22 - T-shirt manga longa



Fonte ilustração 21: Disponível em
<http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes/>
 Último acesso em 16 de junho de 2018.
 Fonte ilustração 22: Acervo do Autor

Colete e calça foram retiradas, se observarmos o croqui esboçado e a versão final do *look*. As mangas foram inspirações diretas do coletivo francês *Vêtements*, segundo o próprio Lindebergue durante a entrevista concedida a mim. O mais interessante deste *look* talvez seja o colete, inicialmente em paetê e fazendo referência ao rei do cangaço, Lampião, figura nordestina de resistência, luta social e força política, foi deixado de lado, visto que a ideia inicial

da equipe, que era retratar um glamour inspirado no cangaço, caiu por terra depois das reuniões de definição da temática do desfile.

Lindebergue conta que, fora toda a situação política do país, a ideia seria falar sobre Lampião, Maria Bonita, o Cangaço e fazer uma brincadeira entre esse universo, tão próximo a nós, nordestinos, com a realidade da revolução francesa e à imagem de napoleão, num encontro de dois titãs históricos na passarela.

Ilustrações 23 e 24 - Vestido rosa



Fonte ilustração 23: Disponível em <http://www.dfhouse.com.br/gallery/lindebergue-fernandes/>
Último acesso em 16 de junho de 2018.

Fonte ilustração 24: Acervo do Autor

O binômio masculino-menino é forçado a ser esfacelado. Claramente numa técnica de *moulage*, livre para a criação, o peito masculino à mostra em um vestido em cor, caimento e formas femininas, faz com que a plateia reflita minimamente sobre a calmaria que Lindebergue vive e tenta propor no último *look* do desfile.

A bandeira branca, um dos maiores símbolos da paz, demonstra a esperança das mentes criativas por trás deste desfile em um país menos violento e mais pacífico, mais próximo da complacência aparentemente tão conectada com o feminino.

Depois de tantas lutas e greve (o desfile se inicia com o primeiro modelo levando uma bandeira preta), o Brasil que Lindebergue propõe é um país livre para amar e seguir em frente, apesar de tudo. O xeque mate da produção é a esperança oferecida ao público através de todos os simbolismos usados.

Vale ressaltar que o processo se difere do design industrial também devido às criações que estão em constante transformação. Como perceptível, nenhum dos esboços foram realizados dentro das linhas industriais e rígidas de uma ficha técnica, o que deixa o processo criativo ainda livre e frouxo para que a poesia tome conta das peças e as adversidades se tornem marcas do trabalho final.

5 MODA E SUSTENTABILIDADE: CONTRADIÇÃO E COMPLETEDE

Ao discutir os pontos listados na Carta da Terra, documento proposto no fim dos anos 1990 e início dos anos 2000, que trata sobre questões como a sustentabilidade¹⁷, Leonardo Boff (2015, p. 16) conceitua o termo como um modo de ser e de viver que exige o alinhamento das práticas humanas às potencialidades limitadas de cada bioma e às necessidades da atual sociedade e também das futuras gerações.

Mesmo sendo um termo de uso corriqueiro, ainda existe muita discussão e desencontro em relação à palavra sustentabilidade devido a sua abrangência conceitual e ao seu emprego. A definição de Boff tenta nos ajudar a compreender melhor qual o recorte deste trabalho e como a sustentabilidade foi assimilada por mim para que esta pesquisa pudesse ter continuidade.

Ainda neste viés, mas relatando o período de alguns anos antes da proposição da Carta da Terra, Carvalhal (2016, p. 32) fala que durante a década de 1980 ambientalistas já apontavam os riscos causados pelos excessos que estávamos vivendo até aquele instante: estilo de vida dependente do petróleo, gases liberados pelas nossas atividades e florestas que estavam sendo mutiladas pelo consumo poderiam se tornar um problema quase irreversível em um futuro próximo.

Percebemos uma conexão entre esta prospecção ambiental e os relatos que Boff teceu sobre a Carta da Terra. Nesse sentido ambos os autores entrem em consonância. Podemos observar essa ligação quando Boff (2015, p. 23) afirma que alcançamos um nível de agressão que equivale a uma espécie de guerra: atacamos em todas as esferas terrestres, retirando tudo o que nos pode ser benéfico, sem qualquer sentido de retribuição ou repouso para regeneração.

¹⁷ Além das discussões de Boff (2015), segundo relatório da ONU, o termo sustentabilidade "trata-se de uma forma de desenvolvimento que atenda às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das próximas gerações de suprir a própria necessidade." (CMMAD, 1991 apud PROVENZANO, 2014).

5.1 Um breve histórico da sociedade industrial

Voltando para a questão do consumo, o universo industrial da moda viu na expressão dos estilos pessoais, e cada vez mais individuais, a possibilidade de "sermos quem quisermos ser". Desta forma, sentimos a necessidade de sermos muitos. Criamos personagens e novas facetas de nós mesmos, o que estimula nosso consumo: para sermos muitos, temos que também ter (leia consumir, comprar, fabricar) muitas roupas, sapatos, acessórios, celulares e etc..

Sendo assim, a moda enquanto indústria nos fez e nos faz consumir sem pensar muito, comprar pelo simples prazer de tentar fazer parte ou porque, simplesmente, queremos jogar fora amanhã e voltar a comprar. A segunda revolução industrial nos fez absorver produtos como nunca tínhamos feito em toda a história da humanidade.

Nesse sentido, o movimento hippie nos anos 1970 e a liberdade de expressão que marcaria os anos 1990 e 2000 nos fizeram começar a refletir sobre nossos hábitos de consumo. Bem como sermos seres dialógicos, enquanto indivíduos sociais, com as indústrias que fabricam produtos para sanar nossas vontades cada vez mais imediatas.

Assim nasceu o conceito de sustentabilidade discutido por Boff (2015), Carvalho (2016), Rodrigues e Fabri (2016) e tantos outros. Apesar de tão amplo ou mais que os conceitos de moda, a sustentabilidade pode também ser recortada para a (auto)consciência. O estado pessoal é variável entre o que o sistema vigente de consumo irrefreável nos leva a fazer e as alternativas que podemos escolher dentro das nossas diferentes realidades.

Lipovetsky (2009) já em 1987 discutia sobre a efemeridade do império da moda, estrutura que Bauman (2001) reforçaria ao trazer à tona a liquidez do mundo moderno e quiçá contemporâneo. O primeiro autor, já na apresentação de sua obra mais conhecida, discute sobre o comportamento do consumidor e em como a efemeridade dos produtos de moda tem a ver com economia e, principalmente, política. Para ele, o momento frívolo da moda:

[...] tem como alimentar certo número de inquietações: a sociedade por ela delineada está bem longe do ideal democrático e não permite abordar nas melhores condições a saída do marasmo econômico em

que estamos mergulhados. Por um lado, os cidadãos se sentem pouco interessados pela coisa pública; um pouco por toda parte desmotivação, a indiferença pelo político vencem; **o comportamento do eleitor está prestes a conformar-se ao do consumidor**. Por outro lado, os indivíduos atomizados, absorvidos consigo mesmos, estão pouco dispostos a considerar o interesse geral, a renunciar aos privilégios adquiridos; a construção do futuro tende a ser sacrificada às satisfações das categorias e dos indivíduos do presente. Comportamentos altamente problemáticos quanto ao vigor do espírito democrático, quanto à capacidade de nossas sociedades de se recuperar, de se readaptar a tempo, de ganhar a nova guerra dos mercados. LIPOVETSKY (2009, p. 14. Grifos meus.)

Apontando justamente os comportamentos problemáticos do consumismo desenfreado, Lipovetsky mostra uma sociedade que já em meados da última década do século XX, via que tanta frivolidade não poderia durar muito, tendo em vista as condições de sobrevivência social da espécie humana.

Posto isso, vimos, ao longo dos anos seguintes, mudanças consideráveis na cadeia produtiva. Os trabalhos de Anicet Rüttschilling (2013) já apontam para o zero desperdício dentro de empresas de moda. Dentro das indústrias de moda, a segunda mais poluente do mundo, perdendo apenas para de petróleo, sobram diversos materiais que ambas as autoras viram a possibilidade de reaproveitar.

Não nos iludamos com a sensação de salvadores de mundo, mas devemos ser otimistas e pensar que o aproveitamento por ser, de uma forma inicial, uma alternativa que se inicia dentro das grandes vilãs do mundo: as grandes indústrias de moda, que descartam desde restos até substâncias químicas que matam tudo ao seu redor¹⁸.

Neste sentido, Vassão (2010) defende sustentabilidade (e ousa completar com "responsabilidade ambiental" e "consumo consciente") já não é mais um quesito de inovação para projetos de design e criação, são questões vitais a qualquer projeto. Sendo assim, discutirei a importância da inserção da sustentabilidade dentro dos projetos (e indústrias) de moda e como apesar de antagônicas, essas duas instâncias podem e devem ser complementares.

¹⁸ Para mais informações, os documentários The True Cost e River Blue elucidam melhor questões a este propósito.

5.2 A relação entre moda e sustentabilidade

A sustentabilidade é um tema amplo como a humanidade. Em termos conceituais, é praticamente impossível defini-la em apenas uma palavra ou aplicabilidade, visto que é uma condição ampla da existência humana, e que existe desde antes mesmo do termo sustentabilidade ser sequer pensado.

Se pensarmos que o homem das cavernas precisava de comida para sobreviver, peles para se esquentar e depois de fogo para ambas as funções, vemos que não de hoje ou do século passado que estamos falando em ações humanas encadeadas. Durante muito tempo isso se manteve, mas as relações humanas foram aumentando e as capacidades técnicas e tecnológicas do ser humano foram se melhorando.

A sustentabilidade como conhecemos hoje teve seu início talvez depois das revoluções industriais, quando começamos a perceber que a forma que nos acostumamos a tratar os recursos naturais, o mundo e as pessoas que nele vivem não estava exatamente adequada.

Diversas foram as reuniões internacionais para se tratar do assunto, que já foi vista e tratada como medidas contra poluição, atenção à ecologia ou tantos outros termos. Finalmente, vimos, depois de anos de discussão, que a sustentabilidade engloba tudo, desde as gigantescas indústrias até nossas simples vidas cotidianas e individuais, perpassando pequenos seres vivos e outros microscópicos.

Nós, humanos, deixamos nosso lastro por onde passamos e talvez ele não esteja sendo o melhor legado que poderíamos deixar. Tendo isso em vista, estudiosos, pesquisadores e empresários começaram a levantar bandeiras e estudos acerca da sustentabilidade, mesmo sem ter proporção do que seria esse universo de possibilidade e responsabilidade. Talvez nunca consigamos ter noção da magnitude e importância da sustentabilidade em nossas vidas e de nós para ela.

Leonardo Boff foi um dos pioneiros no Brasil a discutir o conceito de sustentabilidade, Lilyan Berlim levantou outras questões e com o tempo, outros autores como André Carvalhal já discutiam de forma muito prática o que seria tudo isso. Perpassando questões ecológicas, sociais, emocionais e pessoais, este profissional do marketing fala sobre propósito, uma moda com propósito.

Neste sentido, vale a pena pensar em moda enquanto projeto de design, viável para uma realidade imposta pelos contextos ao redor e adaptável a novas situações. A sustentabilidade surge, então, como fator inerente ao design. Falar hoje de design sustentável pode ser algo redundante se partirmos do pressuposto que a primeira é *sine qua non*¹⁹ do segundo, em uma relação dialógica e necessária. Se design é pensar em forma e em função, e se a função de um produto ou projeto também deve ser ecológica e social, então já é sustentável por natureza.

E estreitando ainda mais as relações entre todos esses passos, podemos pensar na indústria de moda, que movimentada inúmeras outras indústrias, grandes e pequenas e deve, por conseguinte, ser um vetor de modificação dentro do grande ecossistema mundial, principalmente por se valer de diversos "itens" naturais.

Em uma incessante busca por uma produção de moda mais justa, com propósito, mais respeitosa e principalmente mais consciente, percebi que havia crescido não apenas em uma realidade familiar que me direcionava à economia, por tanto sustentável, mas também que havia crescido em uma das regiões mais pobres do país e que, na mesma proporção, também é uma das mais criativas.

A moda autoral sempre foi um fator bastante relevante e naturalizada no Ceará, seja por conta da primeira universidade pública de moda do país (o curso de moda da UFC foi criado em 1994), por nossas riquezas artesanais ou porque temos eventos como o DFB. Desta forma, vi em Lindebergue Fernandes, desde que comecei a me aproximar da moda cearense, um nome que inspira, com ideais que fazem refletir e com simbolismos apaixonados mostrados nas passarelas. Vi nele uma forma micro de como a sustentabilidade está inserida nos detalhes da nossa vida cotidiana e profissional, mesmo quando sequer nos damos conta disso.

Neste sentido, Vassão (2010) afirma, ao discutir sobre Design Instrumental, ou seja, linear, industrial - e as alternativas e evoluções dele, que a medida em que a função do Design é apurar o rumo que a vida toma, ele se

¹⁹ Do latim, significa indispensável, essencial. Sustentabilidade e design têm, hoje, uma relação de interdependência. Um necessita do outro para existir.

torna favorável a vida que se quer construir, estando atento também às questões sustentáveis, mesmo que em menor grau.

Ou seja, o Design Instrumental, linear, que visa maior produção e lucro no menor tempo possível e tem um processo criativo bem mais objetivo e focado no monetário, estaria abrindo espaço para novas possibilidades, menos lineares e talvez menos conectadas ao lucro rápido. Isto tendo em vista que, historicamente, a instrumentalidade do design e seu cunho industrial nos trouxe diversos prejuízos sociais, ecológicos e econômicos.

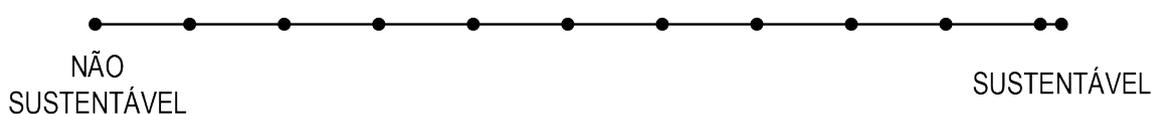
Pinto (2017) afirma que a sustentabilidade teria quatro pilares que seriam o ambiental, o cultural, o social e o econômico para que uma marca ou indústria possa se considerar sustentável. Posto isso, ela avalia a marca de moda Flávia Aranha, que estaria posicionada mais à direita da linha sustentável proposta abaixo. Outras marcas de moda, então, podem estar nos diversos pontos entre o completamente não sustentável e o absolutamente sustentável.

Evidentemente é quase impossível conceituar o que seria uma marca completamente sustentável ou outra nada sustentável, sendo assim, pensemos de forma abstrata que nenhuma ou praticamente nenhuma marca estaria em ambos os lugares extremos, mas necessariamente no meio, pendendo mais ou menos para cada lado.

Quanto mais perto da ponta direita, mais próxima a marca ficaria de respeitar as instâncias econômica, social, ambiental e cultural da sociedade que está inserida, enquanto que quanto mais próximo da extremidade esquerda, menos a marca consegue respeitar estes quatro pilares.

Volto a lembrar que realidades comerciais e artística, mesmo entre si, são distintas e o objetivo deste trabalho é observar como e por que o artista Lindebergue Fernandes se enquadraria de forma mais adequada mais próximo a realidade direita que esquerda visto que atende, de maneira geral, os quatro pilares propostos por Pinto (2017), distanciando-se do mercado indutor de moda no Ceará, geralmente mais distante deste mesmo ponto.

Ilustração 25 - Linha de sustentabilidade



Fonte: proposição do autor.

Com os avanços do consumismo desenfreado que Baudrillard (2007) discute em seu trabalho, o mundo moderno e globalizado aparentemente passou a selecionar de forma mais criteriosa os produtos que consome. Partindo disto, o *Fashion Revolution*²⁰ – um projeto global de valorização de pessoas que trabalham na moda, principalmente produtores/as e do meio ambiente – busca causar uma reflexão nos consumidores ao redor do mundo com o mote *Who made your clothes?* ou “Quem fez suas roupas?”, em tradução literal.

O que acontece neste contexto é o que Schulte e Lopes (2008. p. 5) discutem em seu trabalho sobre nosso papel social em relação ao universo que nos permeia:

O respeito pelo meio ambiente, a utilização de fibras e tintas naturais e a reciclagem de roupas e objetos usados, são a base da moda ecológica, que pouco a pouco tem conquistado os consumidores e estilistas na Itália e em outros países. Na chamada “ecomoda”, também se confecciona roupa orgânica. Essas roupas são elaboradas com tecidos em cuja produção não são usados produtos químicos, nem fertilizantes, nem pesticidas SCHULTE E LOPES (2008. p. 5).

Tudo isto se impôs devido a iniciativas como o *Fashion Revolution* que começaram a trazer à tona discussões sérias e mundiais (principalmente através da internet) sobre a valorização dos trabalhos dentro da cadeia produtiva da moda.

Lutando contra trabalho escravo, infantil e/ou mal remunerado, o projeto começou com o incômodo de seus criadores em relação à essas questões, mas também abriu margem para discussões sobre outros aspectos da mesma cadeia, que é gigantesca e engloba inúmeros profissionais. Desta forma, as autoras completam:

Gradativamente, a preocupação com a preservação do meio ambiente, no processo de desenvolvimento de produtos, passa a fazer parte do sistema da moda. Já é possível encontrar no mercado brasileiro

²⁰ “O Fashion Revolution Day é um movimento criado por um conselho global de líderes da indústria da moda sustentável que se uniram depois do desabamento do edifício Rana Plaza em Bangladesh no dia 24 de abril de 2013 que deixou 1.133 mortos e 2.500 feridos. A campanha surgiu com o objetivo de aumentar a conscientização sobre o verdadeiro custo da moda e seu impacto em todas as fases do processo de produção e consumo, mostrando ao mundo que a mudança é possível através da celebração dos envolvidos na criação de um futuro mais sustentável e criar conexões exigindo transparência.” Disponível em < <https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/> >. Último acesso em 28 de Junho 2018.

algumas marcas que trabalham com este valor agregado a seus produtos e este número está crescendo SCHULTE E LOPES (2008. p. 4).

Para citar algumas marcas que partem destes princípios: Flávia Aranha (moda autoral/artesanal feminina), Osklen (desenvolvimento de fibras naturais ecológicas) e Insecta Shoes (criação de sapatos veganos) e já trabalham a anos, de forma distinta, suas respectivas cadeias produtivas e de criação. A marca Flávia Aranha desenvolve técnicas de fiação, tingimento e costura a fim de respeitar os produtores e os consumidores.

A Osklen, marca de moda minimalista sob a direção criativa do médico Oskar Metsavaht, desenvolve, através do Instituto-E, novas fibras ecológicas e orgânicas com o objetivo de tornar seus produtos mais sustentáveis e cada vez mais exclusivos. A marca de sapatos Insecta Shoes se propõe a um objetivo tão ou mais nobre: reutiliza pedaços de roupas de brechó pré-existentes para confeccionar suas peças que se tornam sustentáveis e exclusivas ao mesmo tempo, auto caracterizando seus produtos como veganos.

Mesmo a constituição do público-alvo destas marcas não sendo o foco principal desta pesquisa, vale ressaltar que em termos de consumo, os públicos das marcas citadas se diferenciam por diversos quesitos: sociais, econômicos, etários e etc.. Isto pode nos levar a crer, futuramente e com pesquisas voltadas à pesquisa mercadológica, que o universo ecológico e sustentável na moda está ganhando mais e mais adeptos/as, ponto que Schulte e Lopes (2008) discutem e defendem em seu trabalho.

Sendo assim, mesmo que de forma mínima ou em apenas alguns aspectos da cadeia de moda, as marcas vêm se pautando nas novas necessidades do mundo, em termos ecológicos e de mercado. O *upcycling*, portanto, vem redefinir e ressignificar os valores de uma peça ou matéria-prima antiga, na configuração de um novo objeto - com novos valores sociais e políticos - pensado para carregar níveis distintos de signos.

É inegável que o consumo está mudando e isto faz com que, necessariamente, as formas de produção também se modifiquem, como discute Provenzano (2014). Partindo disto, não apenas os produtos e a forma de consumi-los se transforma, mas também a maneira de os conceber.

O ateliê Contextura, em Porto Alegre-RS, através dos processos de criação com *zero waste*, reutiliza sobras de materiais para criar novos usos e tornar esses materiais em novas peças: colagens, manequins, costuras, restos: tudo ao redor se mistura para uma nova proposição de artigos de moda. Carvalho (2016, p. 217) afirma, ainda neste viés, que o *upcycling* também está relacionado aos tecidos esquecidos e artigos das fábricas, as sobras de aviamentos e outras matérias-primas que vão sobrando ao longo das coleções.

As idealizadoras do Contextura propõem, portanto, repensar e reutilizar estes materiais, inovando não apenas o produto final, mas o processo, a criação dele. Indo de encontro da sustentabilidade, não mais no sentido do *upcycling*, mas da reflexão sobre novas fibras e possibilidades de materiais menos tóxicos à natureza e ao homem, Carvalho (2016) também aponta avanços e esperanças.

A indústria de fio e de tecidos é uma das que mais gera impacto no planeta, logo, é uma das que mais precisa se reinventar, pois é o início de (quase) tudo nessa grande fábrica de fazer moda. [...] Muitas alternativas de matéria-prima têm surgido do encontro da ciência e da moda. A empresa japonesa Spider trabalhou durante mais de dez anos com uma equipe de dez cientistas para criar uma espécie de fibra de seda de aranha artificial. Essa fibra é cinco vezes mais forte que um fio de aço e mais flexível com o náilon. CARVALHAL (2016, pp. 310-313).

A partir disto, poderíamos inferir que em um dos momentos mais decisivos para a grade industrial de moda, o de criação de fibras e fios, já encontramos inovações sustentáveis. A proposição de novas fibras que podem ser mais duráveis e que se exploradas de forma adequada podem produzidas em menor escala, aderindo maior qualidade ao produto final. Além disso, uma gerência otimizada dos projetos de design e criação pode também ajudar neste sentido, prevendo e evitando desperdícios ou sobras.

Faz-se aqui necessário refletir se e até que ponto este aumento na qualidade pode interferir no consumo destes produtos, quais seriam os signos ou símbolos criados a partir disto e como os consumidores os absorveriam. Mesmo assim, podemos, a partir do que foi discutido, pontuar que a indústria da moda, em diversos pontos de sua conhecida "cadeia" já vem absorvendo, mesmo que lentamente os preceitos da sustentabilidade. Seja gerando novas fibras, repensando o processo das já conhecidas ou reutilizando o que já foi usado/sobrou neste mesmo processo.

Na sua mais recente produção, Carvalho (2016), gerente de *marketing* da marca Farm, leva-nos a compreender que estamos nos modificando profundamente em diversas instâncias sociais, principalmente em termos de economia criativa e sustentabilidade. Sua obra entra em consonância com o trabalho do sociólogo Zygmunt Bauman em *Modernidade Líquida* (2001), livro no qual o autor traz uma longa discussão sobre a instabilidade, a frivolidade e a efemeridade do mundo moderno.

Carvalho (2016), discorre sobre o que chama de Novo Capitalismo, uma condição adaptada à modernidade dos valores que construímos desde o século XVIII, com a Revolução Industrial e o consumismo desenfreado de artigos dos mais variados por boa parte da população mundial.

O autor defende esta revisitação do capitalismo de uma forma pensada, reflexiva e sustentável. Segundo ele, seria este o futuro da moda, campo que em breve poderá perder as características essenciais com as quais já estamos a tantos anos acostumados. A moda passaria, então, da produção em larga escala, despreparada e muita vezes desrespeitosa, para uma estrutura mais cíclica e sustentável, reconectando-se com o futuro que Boff (2015) discute.

Neste sentido, Bauman (2001) já trazia em sua obra a relação que construímos a partir da Revolução Industrial com os bens de consumo e como esse vínculo pode ser ao mesmo tempo intenso e frívolo, eterno e efêmero. Sendo assim, o autor defende a ideia de liquidez sobre os objetos e nossa relação com eles. A roupa, enquanto objeto de consumo, evidentemente também entra nesse *hall*.

Na esperança de contornar essas questões, marcas de moda autoral e/ou as que trabalham com *upcycling* tentam, através de seus processos criativos, constituir valores, identidades e posicionamentos para que a atenção que sempre foi voltada para o produto, agora se volte para as necessidades do consumidor, criando laços entre ele e o produto. Provenzano (2014) chega a afirmar que as necessidades dos clientes se tornaram "o norte das marcas" neste momento de inovação através da sustentabilidade.

Encarando os processos criativos (e necessariamente emocionais) de uma forma mais artística, Salles (2008, p.38) afirma que "A obra não é fruto de uma grande ideia localizada em momentos iniciais do processo, mas está espalhada pelo percurso.". Sendo assim, a todo momento a obra final, no caso

a peça de roupa, enquanto produto que se desenvolve e se modifica, sofre alterações externas (sociais) e internas (pessoais) em relação ao criador - aqui também poderíamos completar em relação ao consumidor.

Quando se assume o *upcycling* como parte deste percurso, a obra de arte, para Salles (2008), parece mesmo que de forma distante, também abranger objetos que podem criar relações afetivas com seus criadores e usuários, como a roupa. Levando questões pessoais e sociais para aquele produto final: a obra de arte ou a peça de roupa.

Conscientizando o consumidor de práticas mais autorais, conscientes e ecológicas, marcas como as já citadas Flavia Aranha e Insecta Shoes atendem aos anseios, desejos e necessidades dos clientes ao mesmo tempo em que criam produtos e universos exclusivos, modificando radical ou parcialmente seus processos de criação. Com isso, novos valores e conexões podem ser construídos entre produtor, produto e consumidor, a marca assumindo mais ou menos um nível de afetividade entre os envolvidos.

Uma dessas relações seria o consumo não apenas do produto pelo produto, mas todos os símbolos e significados que estão ao redor dele, inclusive as experiências de contato, compra, consumo e descarte do produto. Ao discutir as transformações da sociedade de seus símbolos, relacionados ao luxo, nesse caso, Lipovetsky e Roux (2003, p. 69-70) afirmam que modernamente:

[...] a época contemporânea vê se firmar um luxo sem precedentes, um luxo emocional, experiencial, psicológico, substituindo a primazia das sensações íntimas por aquelas da teatralidade social. [...] o importante não é mais colocar em vista sua fortuna, mas de parecer jovial e de aproveitar sua beleza. Desta forma, as práticas de luxo se contextualizam dentro das vias menos sujeitas ao primeiro olhar, reforçando as práticas que visam a saúde, o bem-estar experiencial, o bem-estar emocional e os aspectos sensitivos. LIPOVETSKY; ROUX (2003, p. 69-70, tradução minha).

Com a discussão dos autores, percebemos uma inversão de valores: até meados do século XX as pessoas, principalmente a figura da mulher, eram quase obrigadas a ostentar sua riqueza de forma explícita. Com a contemporaneidade, o luxo aparentemente deixou de ser ostentatório para ser de bem-estar, emocional, psicológico. O importante seria, portanto, estar e parecer bem. O bem-estar pessoal ultrapassa, neste contexto, a ostentação e os valores materiais.

Como exemplo, temos uma entrevista²¹ de Oskar Metsavaht para o portal de notícias G1. O médico, empresário e presidente da Osklen e do Instituto-E (respectivamente: grife nacional preocupada com questões ambientais e empresa de desenvolvimento especializada em gestão de ações ambientais sustentáveis) afirmou que "O luxo precisa ser nobre e sustentável" e ainda completou dizendo: "O que pode ser mais contemporâneo hoje em dia do que melhorar a qualidade da vida de populações de baixa renda e melhorar a relação de proteção da natureza. Isso é nobre, isso é belo, isso é que é *cool*".

Desta forma vemos o caminhar da história do consumo indo em um sentido que deixa de ser quantitativo para um estágio mais qualitativo, pelo menos em primeira instância. Construimos, assim, uma possível e inteligente relação entre a sustentabilidade ecológica com a moda, que precisa se responsabilizar, através dos seus agentes e profissionais, com os danos causados ao meio ambiente e às pessoas ao redor desta indústria.

²¹ Disponível em <<http://g1.globo.com/natureza/rio20/noticia/2012/06/novo-luxo-e-o-que-e-nobre-e-sustentavel-diz-dono-da-osklen.html>> Acesso em 9 de Julho de 2017.

6 PROCESSOS CRIATIVOS NA MODA: CRIAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Até aqui discuti sobre moda, projeto de design, sustentabilidade e como essas instâncias se mesclam e criam algo novo e presente no trabalho de Lindebergue Fernandes. Partindo de toda a discussão realizada, a seguir destaco algumas características do trabalho do artista que ajudarão a compreender melhor seus processos de concepção, decisão, criação, e produção de suas peças e que podem servir como ponto de partida para outros criadores.

Depois, de forma suscita, aponto quais seriam, a partir da análise dos dados coletados e da pesquisa bibliográfica realizada, quais foram os "passos" que Lindebergue tomou até a concepção final da coleção de 2016. Volto a lembrar sobre as variações entre as subjetividades de cada leitor e como estes passos podem ser mutáveis e até mesmo não aplicáveis.

O objetivo foi apenas elencar, de forma didática, quais as ações desempenhadas pelo estilista e sua equipe até a apresentação da coleção deste ano, podendo ser variável em relação a coleções apresentadas em outros momentos durante a carreira do próprio Lindebergue.

6.1 A coexistência entre moda e criatividade

Através do professor da UFC, Davi Sombra, um contato direto com Lindebergue foi estabelecido. Depois de explicar ao estilista sobre a pesquisa, ele demonstrou total interesse e disponibilidade em ajudar no que fosse necessário para o andamento do trabalho. Em alguns dias marcamos um encontro para a entrevista (anexo 1) na sua própria residência, onde me acolheu com muita hospitalidade junto de Adelita, sua assistente e amiga próxima.

Gravamos a conversa de uma hora de duração principalmente em áudio, e uma parte em vídeo. Ambos os dados foram analisados de uma forma mais profunda na continuação do presente trabalho. Além das perguntas e respostas, pudemos também conversar alguns momentos antes da chegada de Adelita e no final, já sem ela, o estilista me concedeu espaço para ter contato com algumas das peças desfiladas e todos os croquis da coleção, devidamente

organizados e coletados. Preferi fazer apenas registros fotográficos (anexo 2) a fim de zelar pelo material do profissional.

Durante nossa conversa, detalhes provavelmente irrelevantes em outros contextos vieram à tona de forma bastante feliz. Adelita, em algum de seus momentos de fala descreve como foi o processo final de apresentação da coleção:

[...] em 2016, especificamente, eu só descobri no final, eles meio que esconderam o jogo de mim, sabe? E eles fizeram isso e o resultado foi que eu não esqueci. Fico arrepiada quando me lembro. Eu fico atrás, nos bastidores, ajudando, lógico, né? Todo ano... aí nesse ano eu *tava*, eu não sei, eu sei que eu *tava* cansada, eu queria ir embora, acho que era isso... eu queria ir embora [lili: veio só deixar os acessórios] a primeira vez que eu ia porque eu *tava* cansada. Aí ele disse assim "hoje não, hoje você não vai embora porque hoje você não vai nem ficar aqui (no *backstage*)". Aí o Charles chegou "vá pra plateia, você vai assistir da plateia" e eu... gente, eu chorei do início ao fim do desfile porque você não imagina...

A partir de nossa conversa, que está transcrita de forma total nos apêndices ao fim deste trabalho, pude tomar dimensão do trabalho do estilista e de sua equipe, representada nesse momento pela figura de Adelita, que deu importantes contribuições para que eu pudesse entender melhor como funciona o processo criativo do estilista e de todos os envolvidos.

O estilista Lindebergue Fernandes desempenha, enquanto cidadão, artista e profissional de moda, um papel como ativista político, social e ecológico com a produção de peças de vestuário, que ao "final" do seu processo de criação não se tornam produtos de consumo. Normalmente o estilista apenas empresta suas peças, por se tratarem de uma expressão artística pessoal, segundo ele mesmo. Não há intenções de venda em seus processos.

A não comercialização das peças desfiladas é um fato. Mesmo Lindebergue sendo estilista em uma marca de moda masculina na cidade, o que é apresentado no DFB não tem qualquer ligação com esse universo. Como ele mesmo chega a citar, desfilas no evento é um momento de expressão artística e política para todos os envolvidos, não tendo nada ou quase nada a ver com o mundo mercadológico, conhecido por podar a liberdade criativa dos artistas.

Outro ponto que gostaria de salientar na análise preliminar é sobre o "respiro" que as coleções apresentadas por Lindebergue Fernandes no DFB são para ele e para sua equipe. Segundo ele e Adelita, vivemos num contexto muito mercadológico e que as coleções desfiladas são momentos de verdadeira e livre

criação artística, sem qualquer preocupação com vendas ou números do mercado.

Quando indagados sobre nichos ou o coletivo As Travestidas, que sempre fazem aparições com suas peças e até mesmo já desfilaram com suas peças em outras ocasiões, a surpresa: "a gente cria e o pessoal se interessa. Depois acabamos emprestando as peças e as pessoas usam. É uma forma de dar vida às criações".

Porque tem o figurino d'As Travestidas. Eu nunca fiz um figurino pra elas pensando nelas. Na realidade nenhum figurino, nenhuma peça que você... nunca fiz pensando em alguém especificamente, ou "ah, não, queria que você fizesse um figurino *pra* um espetáculo"... "Não!" É engraçado... Elas.... Aquelas roupas, elas se encaixam, né? Elas têm essa coisa de quebra-cabeça. Até esse ano (2017) mesmo quando a gente *tava* criando, eu falei "As travestidas não vão querer usar minhas peças porque tão tudo religiosa.". "Como que elas vão usar?". Aí por coincidência ontem a Deidiane teve aqui... hoje começa o show *rainbow*. "Ah eu quero alguma coisa bem colorida pra vestir" eu disse: "Olha, vai ser difícil". E aí tinha um vestido que tinha (escrito) cheia de graça. Caiu tão bem nela. Já imaginou ela lá vestida "cheia de graça". Deidiane...

Sendo assim, podemos perceber que de fato existe um deslocamento entre a criação e uma possível tentativa de "aproximação" ao mercado. Evidentemente, as peças criadas e desfiladas não são vendidas, então todos os gastos são como apostas daqueles/as que se envolvem com o projeto, em um ciclo de trocas e aprendizado, abrindo portas para um momento mais criativo em Fortaleza.

A gente depende muito dos apoios, então, assim, a gente fecha uma data, sempre tem aquele atraso do tecido, aí tem alguém... a Mary que adoce.... são vários vários e vários imprevistos, então a gente trabalha muito sem planejamento mesmo, sem data. Eu já entrego pra ela toda a coleção desenhada mesmo todinha, e aí ela vai fazendo com o que tá ali na mão. O tecido tá ali, ela já começa e tal. Aquela família daquela estampa, daquele tecido.

Posto isto, percebemos pela fala dos dos artistas que a moda e a criatividade estão conectadas por outros fios que não necessariamente os do mercado convencional da cidade. Os desfiles realizados por ambos, nessa relação descentralizada e fluida, têm conexões emocionais que vão além do "fazer peças para lucrar", como design instrumental propõe. A criatividade é, então, aplicada à moda de forma a tornar o projeto uma válvula de escape para

a realidade de fora dos muros do Dragão Fashion Brasil. Tendo tudo isto em vista e sem mais delongas, vamos à lista de ações realizadas pelos artistas.

6.2 Os passos dos processos criativos de Lindebergue e Adelita

Caso o/a leitor/a se sinta tentado/a a seguir o pequeno manual proposto a seguir, alterações e adaptações serão mais que bem-vindas a este novo processo metodológico para a criação, seja de moda ou de outro produto. Cecília Salles (2008) afirma que a criação é uma rede e que o produto final do artista não é, obrigatoriamente, mais importante que seu processo de desenvolvimento.

Para fins didáticos, tentei contextualizar rapidamente os passos dos processos apresentados também dentro de um contexto fabril, relacionado ao centro indutor do mercado de moda fortalezense para que o contraste seja mais perceptível entre o trabalho industrial e o poético.

Passo 1: Descentralizar o projeto criativo

Dentro de indústrias ou marcas de moda, os processos fabris quase sempre são subdivididos a um ponto em que quase sempre, torna-se uma especialidade. Em uma empresa que se monta camisetas, por exemplo, raramente um núcleo de costureiras monta toda a peça de uma vez. É mais comum que elas recebam parte da peça costurada, como laterais e mangas unidas para só então desempenhar sua função especializada que pode ser, por exemplo, pregar uma ribana na gola ou fazer as bainhas das peças.

O trabalho em grupo, nos projetos de Lindebergue, vão de encontro a essa possibilidade. A confecção das peças é, efetivamente, um ponto incontornável para sua produção, mas Cey e Mary estão a postos para interpretar, modelar, costurar e fazer os acabamentos mais adequados às ideias apresentadas pela equipe de criação.

Outro ponto importante é a independência e a autonomia de todos os participantes que Adelita e Lindebergue sempre contam. Desde as

costureiras/modelistas, passando pelas bordadeiras e fornecedores até os organizadores do evento onde desfilam todos os anos.

Lindebergue, como já foi elucidado tem certo desapego às criações e por tanto, "assina" as coleções de forma subjetiva. Adelita, por sua vez, sequer diz às pessoas que também esteve naquele processo criativo e que deu ideias e sugestões para que os bordados e as peças fossem desfilados da maneira que foram.

Ou seja, nenhum dos sujeitos que está envolvido nos processos de criação e desenvolvimento clamam pela atenção de ter seu nome ali por que todas trabalham de forma horizontalizada e múltipla, formando um grupo efetivo que acompanha e influencia tudo ao seu redor.

Passo 2: Limitar a execução, os processos e as ações

As (auto) limitações, por vezes, são impostas pelos próprios membros da equipe: Adelita e Lindebergue preferem não comprar nada, claro que isso pode vir a acontecer, mas trabalham para que não haja essa necessidade. O *upcycling* é intrínseco ao processo criativo, necessário e vital. Adelita chega a comentar se dirigindo a Lindebergue: "Quando a gente estiver desfilando na semana de moda de Nova York vamos continuar reaproveitando, né, Lili?". Apesar de também ser uma solução econômica, já se tornou uma assinatura consciente e escolhida pelos artistas.

A motivação do reaproveitamento, por exemplo, é bastante ligada ao econômico, devido à falta de verba, mas Adelita chega a falar que o mais interessante para ela é poder pegar algo completamente fora do usual e transformar esse objeto em algo bonito e subverter seu valor, mesmo que seja algo já descartado. Para eles, a beleza está em descobrir valor naquilo que já não tinha mais funcionalidade, muitas vezes.

Temas políticos, regionais e artesanais sempre são escolhidos por conta da intenção de tocar o público com a poesia dos desfiles e é uma intenção de toda a equipe, aparentemente. Assim como esses limites, tantos outros podem ser estabelecidos antes, durante ou depois dos processos de criação.

Passo 3: Estabelecer alguma distância do centro indutor do mercado

A sustentabilidade aparentemente sempre foi naturalizada para os dois artistas. Devido à fuga da necessidade em vender, o reaproveitamento existe não como tendência de moda, mas como a vontade dos artistas de verem algo "simples", corriqueiro sendo transformado em algo artístico, trabalhado e, por vezes, sendo completamente desfigurado na passarela.

Ressignificação e transformação faz parte do subconsciente dos dois, o óbvio não parece ter lugar. Por contarem apenas com amizades e parcerias, salvo alguns patrocínios, que são mais ou menos fixos, faz sentido escolherem a limitação econômica para encontrar esta distância saudável do centro comercial do mercado, que visa a venda e o lucro. As peças não são vendidas.

No caso dos desfiles, após a confecção e desfile das peças, Lindebergue as disponibiliza para empréstimo ou figurinos de peças e outras manifestações artísticas, como podemos ver na sua fala, a fim de continuar o "clico energético" das peças. Parece ser uma forma que o estilista encontrou de devolver à sociedade a ajuda que recebeu para a realização daquela coleção.

Passo 4: Encontrar formas de transformar a roupa em recurso poético

A roupa, para a equipe e principalmente para Lindebergue, é vista como recurso poético, como símbolo que se pode carregar no corpo, que por si só já atua socialmente. A peça de roupa não serve mais apenas para vestir ou para proteger, mas para (re)significar algo. As questões sociais emergem através do design e da criação. Críticas políticas explodem a toda hora na passarela, seja no desfile aqui analisado ou em outros momentos da carreira do estilista.

O conceito de desfile-arte parece estar na alma dos dois, o objetivo não é vender nem espetacularizar nada, mas tocar o íntimo daqueles que assistem. As preocupações mercadológicas são deixadas de lado desde o primeiro momento de concepção para que a expressão artística venha à tona. Deixa-se influenciar por tudo e todos, pelas dificuldades, pelas alegrias, viver e sentir são o mote principal para Lindebergue e Adelita. Assim, ambos os artistas

sanam sua vontade de se permitir, de experimentar, ousar, ressignificar, lutar, resistir.

Dentro de marcas de moda, normalmente, isso é feito de forma extremamente sutil, quando há a possibilidade de se realizar quaisquer protestos ou ações de resistência. Lindebergue e Adelita trabalham com a ideia de libertação nos desfiles com o objetivo de subverterem esse contexto mais engessado do mercado de moda, preocupado em entender e sanar uma demanda de consumo.

Passo 5: Esfacelar regras para reconstruí-las

Como a vida, o desfile não tem bordas, as peças não são estritamente definidas, as cores são fluidas, os gêneros, binários, permeiam tudo ao redor. O que importa é a poética, a leitura do trabalho e do processo criativo não é linear, os artistas fogem da linha contínua, querem saber dos pontos que a compõem, nem que para isso precisem criar novas desenhos, formas e caminhos, que saiam dos trilhos retos e explorem todo um universo de possibilidades, livres seres experimentando.

Os artistas, então, buscam diversas formas, quase sempre fora do convencional, para realizar o que pretendem. Mesmo os processos de *upcycling* e reaproveitamento não são evidentes na passarela. A ideia da ressignificação está em constante transformação, assim como seus criadores e a vida humana.

Efetivamente são criadas novas regras, adaptadas às realidades que podem ser e que querem ser recriadas ou ressignificadas, também numa clara subversão ao design instrumental, que visa a linearidade quase cega às regras de produção, acabamento ou empacotamento.

Passo 6: Realizar levantamento de materiais

A matéria-prima na criação de moda é um ponto imprescindível e muito significativo pois pode decidir ou estancar todo o projeto criativo. Neste sentido, o estilista, já na primeira reunião de decisões e esboços, chega com as

parcerias, apoios ou ajudas que poderá contar em termos de materiais têxteis para aquele ano. Em 2016 foi realizado um levantamento prévio para que só então as peças começassem a ganhar vida.

Adelita, por outro lado, faz um levantamento menos rígido de restos de materiais, sementes, cascas de plantas ou outras texturas e materiais não necessariamente têxteis que lhe inspirem e que possam ser empregados nos acessórios presentes na coleção. É importante saber com que materiais o criador vai trabalhar para que o trabalho seja efetivo e com redução de danos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo depois de meses pesquisando para este trabalho, pode perceber que as questões sobre sustentabilidade e mais do que essas, as questões sobre sustentabilidade na moda ainda estão em estado embrionário. Tendo em vista que quase toda a reflexão sobre sustentabilidade que temos hoje surgiu como resposta às modificações aceleradas que o mundo vivenciou depois das revoluções industriais, percebemos o pouco tempo que essas discussões têm, em termos históricos.

Em contrapartida, fico esperançoso por ver no mercado de moda e principalmente no universo artístico e conceitual, conceitos sustentáveis sendo pulverizados e iniciados de alguma forma, dando os primeiros passos para um consumo de moda mais consciente e respeitoso.

Enquanto humanidade ou mesmo indústria estamos longe de alcançar um patamar mínimo razoável de qualidade e respeito para com a natureza e os seres ao redor de nós, mas marcas como as citadas (Flavia Aranha, Osklen, Insecta Shoes, e tantas outras regionais como Criôla feito à mão, de sandálias e brincos e macramê - técnica manual de amarrações e Catarina Mina, primeira marca do Brasil a ter seus custos abertos, trabalha com bolsas em crochê) me fazem ter esperança em olhar para o futuro e ver marcas de moda mais preocupadas com quem consome, com quem produz e como se produz.

Além disso, podemos observar e perceber como existe uma crescente preocupação dos empresários em atentar para questões sustentáveis nos âmbitos sociais, econômicos, culturais e ecológicos, dentro e fora da indústria da moda: grandes marcas de distribuição como C&A e Riachuelo, no Brasil e a sueca H&M ao redor do mundo já realizam, cada uma à sua maneira, ações que preveem uma maior atenção aos pilares da sustentabilidade.

Dessa forma, falar sobre processos criativos e de desenvolvimento me fez observar que a criatividade pode nos servir para solucionar diversas problemáticas socioambientais ao longo dos projetos de design e moda. Podemos, através da criatividade, estabelecer um diálogo entre sustentabilidade e moda, ou seres humanos e planeta Terra.

Como os pressupostos de uma moda consciente e sustentável pode ser inserido, mesmo que de forma resumida e ainda incipiente em uma grande indústria de moda ou confecção, por exemplo? Seria esta inserção interessante para todas as partes envolvidas ou devemos deixar o reaproveitamento de materiais ou qualquer outra medida dita sustentável apenas para marcas de pequeno porte ou que preferem ficar na cena alternativa?

Talvez o contexto da moda rápida, quase sem reflexão, respondendo a uma discutível "necessidade de mercado" não responda às minhas expectativas enquanto cidadão e designer. Talvez o processo artístico-criativo dentro da moda, sem fins lucrativos, mesmo que quase completamente sustentável e pensado, também não responda ainda à essas indagações.

O importante, aqui, é entender que busco equilíbrio. É importante vender, mas saber o que vender e como vender. A arte pode existir, a inspiração deve existir, mas também o sustento. O respeito para com o ecossistema de dentro e de fora de mim deve existir. Tenho a esperança que podemos lucrar, sustentar nossas vidas, e ainda assim não destruir as possibilidades das gerações futuras (e por vezes até mesmo as atuais) de fazer o mesmo.

Desta forma, acredito que o trabalho tenha respondido aos objetivos iniciais que buscavam compreender o envolvimento dos artistas com a reutilização, focando nas suas naturais iniciativas sustentáveis como o *upcycling* de uma série de materiais.

Além disso, objetivei entender que o trabalho de reutilização e ressignificação de materiais na produção cultural de Lindebergue, Adelita e sua equipe é tão natural a eles quanto o próprio processo de criação e desenvolvimento da coleção. E, claro, os motivos que os levam a isso são não apenas ecológicos, mas culturais, sociais, econômico e principalmente simbólicos e emocionais, na medida em que falam sobre si e sobre o mundo que os rodeia emocionando sua plateia com os signos levados para a passarela.

Sendo assim, é importante aconselhar e encorajar o ativismo e o interesse em ações sustentáveis em pequena, média ou mesmo grande escala. Qualquer ajuda pode ser benéfica sem pensarmos que nós, seres individuais temos poder sobre a situação macro do planeta. Nossas ações separadas, mesmo que não relacionadas à moda, têm impacto direto com o globo: desde o evitar o consumo de canudos, conhecidos por poluir oceanos, até deixar de

consumir marcas que não sejam claras o suficiente sobre a origem de suas peças.

Tenho a consciência que este trabalho não mudará ativamente e nem muito mesmo de forma definitiva a situação da criação e produção de moda na minha cidade, nem mesmo a forma que as pessoas consomem ou se conscientizam em relação à suas atitudes. Em contrapartida, se este trabalho tiver conseguido inspirado ou conscientizado uma única pessoa sobre seu poder de ação enquanto ator social dentro ou fora do consumo de moda, ficarei contente.

Em outra perspectiva, espero poder ter elucidado assuntos que abram portas para outros questionamentos acerca dos pontos aqui discutidos ou ajudado novas temáticas a surgirem a partir delas, a fim de perpetuarmos as pesquisas nesta temática e em outras tantas que se relacionem conosco e com o mundo onde vivemos.

Finalmente, volto a lembrar que este foi um breve resumo da minha trajetória até aqui em relação à sustentabilidade e que esta é uma área tão grande quanto as nossas subjetividades e pode e deve passar por outras análises e perspectivas para que possamos, juntos, construir contextos ainda mais humanizados, bonitos, conscientes e ainda mais criativos. Que estejamos sempre em busca de soluções equilibradas e plausíveis para as diversas problemáticas que a vida venha a nos oferecer.

REFERÊNCIAS

- ANICET, A.; BESSA, P; BROEGA, A. C. **Ações na área de moda em busca de um design sustentável.** Anais do 7º Colóquio de Moda, Maringá, 2011. Disponível em:
<<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/14959/1/GT89897%20A%C3%A7%C3%B5es%20na%20%20C3%A1rea%20da%20moda%20em%20busca%20de%20um%20design%20sustent%C3%A1vel.pdf>> Acesso em. 15 jun. 2017
- ANICET, Anne; RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Contextura: processos produtivos sob abordagem Zero Waste.** Revista Digital Moda-Palavra. Ano 6, n.11, jul - dez 2013 Disponível em:
<<http://200.19.105.203/index.php/modapalavra/article/view/3473>> Acesso em 21 de Junho de 2017.
- BARTHES, Roland. **Système de la mode.** Paris: Éditions du Seuil, 1967.
- ARAÚJO, Belchior, ALMEIDA, Beatriz, RIOS, Marina; MENDES, Francisca. **O poder de escolha do consumidor consciente e o consumo de moda sustentável em Fortaleza.** 4o Congresso Brasileiro de Iniciação Científica de Design e Moda. 14o Colóquio de Moda, Bauru, 2017.
- _____, Belchior; MENDES, Francisca. **Processo criativo na moda através do upcycling: uma breve análise sobre Lindebergue Fernandes.** VI Semana Acadêmica de Moda. Fortaleza, 2017. Disponível em:
<<https://samufc.weebly.com/publicaccediloutildees>> Acesso em 01 de Junho de 2018.
- BARTHES, Roland. **Système de la mode.** Paris: Éditions du Points, 1967.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Arte e Comunicação, 2007.
- BAUMAN, Zygmund. **Modernidade Líquida.** Jorge Zahar Editor Ltda, Rio de Janeiro: 2001.
- BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015
- BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é : o que não é.** 4a ed. Petrópolis: Vozes, 2015.
- CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada.** São Paulo: Paralela, 2016.
- CASTILHO, Kathia. **Discursos da moda: semiótica, design e corpo.** São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.

COBRA, Marcos. **Marketing e moda**. São Paulo: Senac São Paulo: Cobra Editora e Marketing, 2007.

BOX 1824 Blog. **The Rise of Lowsumerism** (2015) Documentário. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=jk5gLBhJA>>. Acesso em 21 de Fevereiro de 2017.

BUSINESS OF FASHION. Is health wellness the new luxury? Disponível em:
<<https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/is-health-wellness-the-new-luxury>>. Acesso em 21 de Fevereiro de 2017.

Camisetas Viajando (?) Documentário. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=wMYZT_UXXHs>. Acesso em 07 de Março de 2017.

FASHION REVOLUTION ORG. Disponível em:
<<http://fashionrevolution.org/>> Acesso em 26 de Junho de 2018.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. 1ª Ed. São Paulo: SENAC, 2010.

GUALBERTO, Isa de Paula. **Feiras alternativas em Fortaleza: a moda autoral e a cena cultura**. Anais do Colóquio de Moda, 2014. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/10-Coloquio-de-Moda_2014/POSTER/POSTER-EIXO3-CULTURA/PO-EIXO-3-ECONOMIA-CRIATIVA-EM-FORTALEZA.pdf> Acesso em 20 de Junho de 2017.

HUFFPOST BRASIL. **Por que você nunca joga roupas no lixo**. Disponível em:
<http://www.huffpostbrasil.com/2016/11/11/por-que-voce-nunca-joga-roupas-no-lixo_n_12912678.html> Acesso em 21 de Fevereiro de 2017.

JOES, Sue Jenkyn. **Fashion Design : manual do estilista**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamaso. Rev. Katál. Florianópolis v.10 n. esp. p. 37-45 2007. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica**. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rk/v10nspe/a0410spe>> Acesso em 26 de Junho de 2018.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

_____; Roux, Elyette. **Le luxe éternel**. Paris: Éditions Gallimard, 2003.

MAANEN, John, Van. **Reclaiming qualitative methods for organizational research: a preface**, In Administrative Science Quarterly, vo. 24, no. 4, 1979. Disponível em:

<https://www.jstor.org/stable/2392358?seq=1#page_scan_tab_contents>
Acesso em 10 de Julho de 2017

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. 6a ed. Campinas: Papirus, 2011.

MENDES, Francisca R. N. **Cultura na Passarela: diálogos entre o artesanato e a moda no Ceará**. Iara - Revista de Moda, Cultra e Arte v. 6. n.1. São Paulo, 2013. Disponível em
<http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/04_IARA_vol6_n1_Artigo.pdf> Acesso em 20 de Junho de 2017

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MIRANDA, Ana Paula. **Consumo de Moda A relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MIRANDA, Ana Paula Celso de; MOREIRA, Germana Uchoa Moreira. **O que é uma marca de moda alternativa? What is a underground fashion brand?** 4o Colóquio de Moda, 2008. Disponível em
<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/4-Coloquio-de-Moda_2008/42520.pdf> acesso em 9 de julho de 2017.

MORACE, Francesco. **Consumo autoral: as gerações como empresas criativas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

OLIVEIRA; CÂNDIDO, 2016. **Contemporaneidade do consumo sustentável e as suas correlações com as práticas empresariais e o comportamento do consumidor**.
<https://www.researchgate.net/publication/267694129_Contemporaneidade_do_Consumo_Sustentavel_e_as_suas_Correlacoes_com_as_Praticas_Empresariais_e_o_Comportamento_do_Consumidor> Acesso em 28 de Abril de 2017.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação**. 29. ed. Petrópolis, Editora Vozes (2013)

PEREIRA, Dilara Rubia. NOGUEIRA, Márcia Ferreira. **Moda Sob Medida Uma Perspectiva do Slow Fashion**. Anais do 9º Colóquio de Moda, Fortaleza, 2013. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-1-DESIGN_COMUNICACAO-ORAL/Moda-sob-medida-uma-perspectiva-do-slow-fashion.pdf> Acesso em. 15 jun. 2017

PIKETTY, Thomas. **O Capital no Século XXI**. Editora Intrínseca Limitada, Rio de Janeiro: 2014.

PINTO, Antônia Juliana Marques. **Uma marca de moda sustentável na economia capitalista: um estudo de caso da marca Flavia Aranha**.

Disponível em <<http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/27172>> Último acesso em 17 de Junho de 2018.

RODRIGUES; FABRI, 2016. **Consumo e moda ética para um futuro sustentável.**

<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/12-Coloquio-de-Moda_2016/COMUNICACAO-ORAL/CO-08-Sustentabilidade/CO-08_Consumo_Moda-Etica_Futuro_Sustentavel.pdf> Acesso em 28 de Abril de 2017.

PROVENZANO, Camila Costa. **Moda inovação e sustentabilidade: estudo de casos mútuos.** Repositório Digital UFRGS. Rio Grande do Sul, 2014. Disponível em <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/101507>> Acesso em 20 de Junho de 2017.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet; ANICET, Anne. **Estudo para construção de metodologia de design de moda sustentável.** Gramado, 2014. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/estudo-para-construo-de-metodologia-de-design-de-moda-sustentvel-12716>> Acesso em 25 de Junho de 2017.

SANTOS, Fabíola Maria Alves dos Santos. **Babado Coletivo: Novas experiências no consumo de moda em Fortaleza.** Trabalho de Conclusão de Curso: UFC, 2016.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas.** Revista Brasileira de História & Ciências Sociais. Ano I - Número I. Rio Grande do Sul, 2009

SALLES, Cecilia Almeida. **Redes de criação: construção da obra de arte.** São Paulo: Editora Horizonte, 2008.

_____, Cecilia Almeida. **Gesto inacabado: processo de criação artística.** São Paulo: FAPESP: Annablume, 1998.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana Dornbusch. **Sustentabilidade Ambiental: um desafio para a moda.** Revista Digital Moda-Palavra Ano 1, n.2, 2008 Disponível em <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7601>> Acesso em 21 de Junho de 2017.

VASSÃO, Caio Adorno. **Metadesign: ferramentas, estratégias e ética para a complexidade.** São Paulo: Editora Blucher, 2010.

APÊNDICE 1 - ROTEIRO DA ENTREVISTA APLICADA

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
DESIGN-MODA**

BELCHIOR JOSÉ ROCHA ARAÚJO

O PROCESSO CRIATIVO DE MODA ATRAVÉS DO *UPCYCLING*: UMA ANÁLISE SOBRE LINDEBERGUE FERNANDES

ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

1. Vocês sentem a necessidade de reutilização de materiais dentro de suas criações? E com que tipo de materiais?
2. O que motiva este aproveitamento? Vocês veem esta prática enquanto uma atitude sustentável?
3. Como e porquê vocês reaproveitam materiais durante o processo criativo?
4. De que forma essa prática (do reaproveitamento de materiais) influencia no processo criativo? (Quais as dificuldades, melhoras, pontos positivos e negativos?)
5. Existe um nicho no mercado fortalezense que vocês querem atingir (tendo em vista as criações para o DFB e para figurinos como os usados pelo coletivo As Travestidas)?
6. Em que medida vocês acreditam estar se aproximando ou se distanciando da produção de vestuário mais comumente realizada em Fortaleza? Vocês consideram o trabalho realizado como *Slow Fashion*, ou preferem algum outro termo (ou mesmo a não categorização dele)?
7. Em termos gerais de organização, marketing e produção, caso se apliquem, como as peças se desenvolvem e qual o destino delas antes, durante e depois da criação?
8. De forma sucinta, como vocês definiriam/pontuariam o processo criativo de uma coleção apresentada no DFB? E da coleção de 2016, como o foi o processo?
9. Houve muitas diferenças entre a primeira e a última "versão" da coleção apresentada no DFB 2016? Quais e por quê?
10. Como funciona a escolha do tema? Dos tecidos, aviamentos, cores...?
11. Existe um planejamento para a criação e confecção das peças? Como ele funciona e qual o relacionamento que vocês têm com ele?

APÊNDICE 2 - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA

[Conversa informal entre os três. Os artistas terminam de revisar as perguntas listadas].

Belchior: A nossa conversa, na verdade, é mais sobre a minha vontade de conseguir descrever ou falar um pouco do processo criativo de vocês, dentro do Dragão e especificamente, dentro da coleção de 2016. Porque quando o Charles W foi falar com a gente, dentro de uma das disciplinas do Davi Sombra, que eu fiz com ele ano passado (2016.2) o Charles falou justamente do momento em que houve uma grande mudança: os desenhos começaram com um tema sobre o Cangaço e no final acabou [Lindebergue: totalmente diferente] É! Com a cara pinta de palhaço. A gente vai conversar sobre um monte de coisas. Fiquem à vontade pra responder mais ou menos como vocês quiserem. Eu trouxe as perguntas mais *pra* guiarem a gente, mas fiquem à vontade.

A primeira seria: vocês sentem a necessidade de reutilizar materiais dentro as criações e com que tipo de materiais (vocês preferem)? Lembro que aconteceu isso: o Charles chegou a comentar - na fala dele - realmente procede ou como é que funciona o reaproveitamento de materiais de vocês dentro das coleções?

Lindebergue: A gente sempre gosta de trabalhar e reaproveitar [Adelita ri] primeiro porque é um custo a menos, né? porque a gente não tem... não existe patrocínio. Existe apoio e geralmente é em material, é tecido... essa coisa toda. Então sempre é bom (reutilizar). E o legal também é de dar uma cara nova, surpreender as pessoas com uma outra roupagem daquele material. Como já aconteceu várias vezes.

Adelita: Sim, quando eu comecei a ser assistente do Lindebergue e comecei a ver o processo de desenvolvimento criativo, uma das coisas que eu aprendi primeiro com ele foi isso: assim... tem que fazer milagre e transformar uma coisa em outra. Eu nunca esqueci de uma vez que tinha pouco tempo tecido, Lindebergue, e aí você e a Ceci chegaram e pintaram o tecido e o tecido virou outra coisa, pareciam várias padronagens, mas era o mesmo tecido porque só tinha um tecido e... então, eu, que... até por ser de movimento social, sempre gostei dessa história de reaproveitar, me vi realizada e com essa liberdade de poder transformar. Então, com certeza isso vai acontecer nas coleções do Lindebergue [Lindebergue: Sempre] Eu já uma vez... teve uns acessórios... O Lindebergue foi fazer o desfile e os acessórios eram ciganos. E era isso, já tinha ido tudo de patrocínio e eu disse "É isso. Só tem um jeito de fazer esses acessórios". Eu saí em cada relojoeiro que tinha nessa cidade pedindo o lixo deles. E fui na feira da Granja Portugal, onde eu sempre morei, e comprei corrente de bicicleta. Os acessórios foram com sucata de relojoeiro e corrente de bicicleta.

Lindebergue: E os bordados eram isso: não era pedraria, era mesmo a carcaça dos relógios. Tem também a Conceição que trabalha com a gente, que ela trabalha num ateliê de noivas e ela também pegou todos os restos que tinham lá de fazer os arranjos de noiva e até mesmo pérolas... tudo... e aquilo virou uma joia.

Belchior: Que foi mais ou menos o que aconteceu na coleção de 2016, né? A que vocês apresentaram, que tiveram várias pedras coloridas, que teve um efeito incrível na passarela, que o Charles falou que foi bem de aproveitamento mesmo.

Lindebergue: Ali foi de uma fábrica também que eu tava trabalhando e aí a menina falou que eles iam jogar... Essas coisas mesmo. Era muita pérola, era chatum, essas coisas que eles... que não dava mais pra utilizar, que já era bem antigão. E ela me deu [Belchior: Devia tá perdendo a qualidade...] Descascando... ela me deu um saco e... "Tu vai fazer o que com isso?".

Adelita: Esses acessórios especificamente (os de 2016) que, assim, o Lindebergue... ele e o Charles direcionam o nosso processo criativo, então eu tenho que ir fazendo os teste (e enviando) *pra* eles. Eu tava doida pra fazer outras coisas. Eu fazia e não dava certo. Eu tava andando no passeio público e vi umas cascas que tinham no passeio público no chão. Ah, rapaz, tai [Belchior: cascas de, tipo... natural?] Casca! Casca das árvores de lá. E aí foi isso. Eu peguei as cascas das árvores e junto dessas pedrarias, aí eu consegui desenvolver o que entrou no conceito dos meninos. Então é tudo muito assim... [Lindebergue:]

Então foi muito assim: misturou as lantejoulas, que eram mais plásticas, com o ecológico, que são as cascas e as sementes, que é o tipo de acessório que eu faço. Eu faço acessórios ecológicos e bordados. [Belchior: que maravilhoso! eu não sabia desse teu lado] É! Especificamente.... era um sonho. Minha marca de acessório. Então misturou tudo com essas cascas e finalmente foi...

Belchior: Então assim, acho que vocês já responderam a segunda questão. Que seria o que motiva esse reaproveitamento? Então é muito da transformação também, né? [vendo os objetos da coleção: que legal ver de perto]

Adelita: É isso. Aqui são sementes de sucupira, punho de rede e as pedrarias. A casca que eu tropecei no Passeio Público, saí catando... Lindamente catando e colocando. E aqui [mostrando os objetos] eram os bonés.

Belchior: que também foram de apoios, né? [Lindebergue: os dois, sim, apoio.]

Lindebergue:

Belchior: Pois é, o Charles chegou a falar... Que foi meio que uma confusão resolver os bonés, encaixar [Adelita: não, e o mais incrível é isso. Porque pega um boné liso e transforma nisso ai.] Lindo Lindo [Lindebergue: tinha também essas rosas que foram de um desfile passado e como não tinha.... eu tirei de uns vestidos lá que tinha sido de um ano anterior e deu essa roupagem nova também] Esses eu lembro que tavam meio próximos... Tinham até umas peças... [Ambos: sim, sim.] Então a gente pode dizer que o que motivaria essa aproveitamento de vocês, é óbvio, pelo fato de ser mais barato, e também por ver esses materiais transformados, tipo de não saber o que são. Na passarela, no fim das contas... você não vê que isso é o que foi um dia.

Adelita: não, acho que o tem muito a ver é com esse universo criativo do Lindebergue [experimental] então, eu acho que mesmo quando a gente ganhar na loteria e tiver rico, a gente vai continuar fazendo a mesma coisa [risos]... [Belchior: E é maravilhoso, o mundo agradece, gente] Sim, claro!

Lindebergue: Esses aqui foram os *patchworks* que a gente fez [mostra] isso aqui era lá da fábrica, né? da DLT. Que eram também retalhos de camisaria que sobravam do corte e a gente conhecia uma senhora que trabalhava... trabalha ainda... tem um ateliê de *patchwork*. Ela só trabalha com algodão. Ela não trabalha nada sintético. Nada que seja Poliéster. Tem que ser 100% algodão. Ela exige que seja assim. E aí ela fez esses tecidos. Eram vários tecidos. Tinham outras, é porque não tá comigo [Belchior: eu lembro desse, ele tava com o casaco na mesma... um blusão na mesma estampa] É! Aí ela fez metros e mandou e a gente modelou em cima.

Belchior: Aí, entrando, voltando sobre o que você falou sobre trabalhar com as cascas, sobre ter esse viés natural também. Vocês veem, os dois, essa prática de mistura como algo sustentável, uma atitude sustentável? [Lindebergue: a gente sempre vê, né?]

Adelita: Olha, desde que eu me vi trabalhando com o Lindebergue sempre teve essa preocupação artesanato e sustentabilidade [Lindebergue: Nunca foi essa coisa piegas, né?] É, num é caricatural. Num é aquela coisa igual. É outra coisa [Lindebergue: é essa coisa mesmo universal, sabe?] É isso, eles me empurram até eu modernizar o negócio [risos] enquanto eu não entregar o moderno não serve [Belchior: Não pode ser o artesanato por ele mesmo, eu entendo] Como artesã, eu fico meio... eles ficam puxando até sair.

Belchior: Acho que a outra que é "como" e "por quê", eu acho que a gente ainda vai conversar um pouco mais de como vocês reaproveitam os materiais. Aqui dá pra ver super que você teve esse... quase aleatório. Já tava "briffada", aprovada, provavelmente, e chegou viu e achou aquilo interessante. "vou pegar e vou fazer experimentos". Como é que acontece tua experimentação pros acessórios? e Aí a mesma pergunta eu te (Lindebergue) faço pras peças.

Adelita: Bom, é isso. a gente faz a primeira reunião com o conceito da coleção com o Charles e eles dizem mais ou menos o que eles queriam. ai me dizem o que vai precisar, por exemplo aqui foi mais broche, ou mais colar ou mais pulseira, e me explicam, que é uma coisa que eu agradeço demais, mas eu tenho super liberdade pra criar. e eu vou fazendo isso: pensando no que eles querem e tentando, num é, Lindebergue?

Lindebergue: Hoje como tem o *What's App*, vai mandando foto, mas antes chegava na hora, vinha como... [Adelita: tadinho, por isso que ele dizia que gostava] [todos riem] não tinha como dizer nada, mas é como o charles sempre fala: a Adelita sempre surpreende. Você imagina que vai trazer, vai só até aqui, mas quando chega, tá completamente diferente.

Belchior: Acho que até o próprio contato, né? tem alguns anos que vocês trabalham juntos [Lindebergue: já] não precisamos contar, não precisamos de

números [ri]. Masc é muito de contato, de conhecer o outro. [Lindebergue: uma leitura também... da época do coletivo, né? 2007... 10 anos.]

Adelita: Parece que foi ontem, Lilizinho... porque eu, quando conheci ele... eu sempre brinco: a grande sonho tava com um "standzinho" lá no dragão, tava desfilando com a Cândida Lopes, e aí quando eu vi o desfile dele, fiquei louca. Eu e minha irmã, aí a gente pegou. [Lindebergue Era o das cadeirinhas, é?] Não sei se era o das cadeirinhas. eu sei que a gente assistiu e pegou um colarzinho. aí era eu e minha irmã escondidas assim num cantinho "tu, vai, tu?" A gente morrendo de vergonha. "Ei, vai tu. Tu é doida, ele não vai falar com a gente não" desse jeito. [Belchior: todos já passamos por esse momento] Aí quando eu recebi a ligação do matias: não, era porque a gente queria saber se você não queria ser assistente. meu amor, você não sabe... eu corri da parada de ônibus até lá pra fechar esse negócio. corri copiosamente [risos] vou! então esse é o universo que eles me colocaram sempre no processo. Eles são sempre muito generosos no processo de criação.

[precisa de uma festa de 10 anos, né?] Bora fazer! o risco sou eu faltar [todos riem]

Lindebergue: O risco é ela não aparecer [risos]

Adelita: Tem ocupação em algum lugar?

Belchior: Lindebergue, como que funciona tipo pras peças, assim, tipo é mais ou menos parecido (com o processo da Adelita com os acessórios) como é que você se vê nisso. A tua concepção, as reuniões que vocês têm, pra até poder chegar na Adelita e poder passar.

Lindebergue: Começa assim durante o ano todo, né? eu fico como charles meio que se comunicando... Hoje é whatsapp, mas antes era e-mail, então ficava mandando muito foto pra ele. porque eu acha muito legal, tanto de formas, quanto de coisas que eu via em desfiles, como o que eu via, sei lá, em alguma foto, um retrato... Então eu sempre mostrava pra ele. E aí quando chegava na época, quando chega na época do dragão. a gente começa geralmente em janeiro, é nossa primeira reunião, é... a gente se reúne. A Adelita quase não vai nas primeiras. ela nunca vai [risos] [Adelita: você pode cortar o carão público? Belchior: não se preocupe Ela: todo mundo sabe haha] Mas aí as reuniões, num primeiro instante, é eu e Charles. Tem o Davi (sombra). o Davi sempre tá com a gente. a gente fala que o davi é o nosso chico xavier. como ele tem uma prática, desenha muito lindo, a gente vai falando e ele vai desenhando e vai dando vida lá ao que a gente vai imaginando. E a Conceição, que é a Ceí, também participa. Então lá a gente começa a jogar tudo lá. esse momento é o momento de se falar, de se comentar. aí o charles sempre tem alguma coisa pra apresentar, do que imagina, do que conversou comigo durante o ano todo, o tempo todo. [Belchior: Acaba chegando de pedacinhos, né?] Isso, exatamente. A gente revê muito como foram os desfiles passados. Falando especificamente desse do ano passado. Pra chegar nele a gente viu quase todos. puxou tudo no youtube o que tinha lá, pra poder chegar... e nessa primeira reunião é muito de anotações, de rabiscos, de ver o que se pode. até onde pode. [as viabilidades, né?] é, as viabilidades. aí eu sempre chego com alguma coisa. pronto, eu ainda tenho muito desse tecido aqui. nesse ano, eu usei um neoprene. que já tá numa outra

peça. esse neoprene já tinha sobrado de uma outra coleção, só que ele era muito... ele é muito marcante porque são só duas cores, que é o rosa e o verde. gente, eu não sei como vai ser, mas a gente vai ter que usar isso aqui. ainda tem um rolo. e ano passado a gente tava meio ruim das pernas, ainda mais... de grana, aí (eu disse) tem que se colocar esse verde e rosa. (eles disseram) meu deus, como se vai trabalhar com isso?... E também tem muito do que eu to vivendo do momento, né? *Pra* se chegar na coleção. nessa do ano passado. Tinha muito da história da novela, do velho chico, então assim, eu tava apx por aquela novela. então eu ficava mandando pro charles... tirava foto da tv porque é encantador. o cenário, a direção de arte, as cores... aquela película que eles usaram, e os personagens.. como é? a encarnação. (para Adelita) tua assistiu? [não... se eu disser que sim vou tá mentindo haha] [Belchior: eu também só peguei flashes] então tudo aquilo tava me influenciando. e tinha a coisa da gente querer voltar de novo, voltar ainda mais forte com essa coisa do regional. se pensou no Espedito seleiro, nas reunião falamos dos arabescos, aí a ideia principal era trazer o cangaço, que era o lampião. é... tendo essa coisa do lampião como napoleão. Mas a primeira ideia era apenas brincar... ter essa releitura deles na vestimenta. era como se o napoleão fosse a celebridade, a blogueira que tá visitando o lampião. só que teve toda aquela história da política naquele momento, o impeachment da dilma, então aí foi desmanchar? a ideia de que o napoleão... e o lampião também tinha essa veia revolucionária, ai foi quando começou a entrar um pouco dessa coisa (sobre a política atual do país). na reunião seguinte foi mudando tudo. já com essa veia mais política. como a gente ia ter isso, né? então mudou-se tudo. A história de ser um cangaceiro, que vai pro asfalto. A gente até brincou com isso. até chegar nos palhaços. os palhaços foi ideia... a última mesmo. tinha visto um print de um meninozinho com a cara de palhaço chorando e o Charles disse "ah, vamos brincar com isso". Aí teve a trilha que foi especialmente feita *pra* Adelita. A trilha foi... Não era nada daquilo também. A trilha, de início, tinha um cangaceiro que cantava, que era cantor. a gente se falou pouco sobre isso e o charles tava pensando de conseguir de alguma maneira essas músicas desse tipo, mas aí mudou tudo. [Belchior: E aí virou aquele recorte que acabou virando muitas coisas que vocês queriam falar] e tinha a história também da moda, que foi da época daquele coletivo que nunca sei pronunciar, vêtements. pronto, aquela coisa das mangonas, aquela coisa de reaproveitar também peças de brechó, peças usadas, e dar uma vida nova a tudo [Belchior: vocês chegaram a fazer nessa coleção?] Não, a gente não chegou a fazer, a reaproveitar. Não peças inteiras, mas questão dos tecidos, também tinha isso. Podia ser estranho, né? [Belchior: você fala do coletivo?] é [Belchior: são estranhas mesmo. São tão *mainstream*, tão basiconas que você olha "sério isso numa passarela?"] é, exato.

Belchior: Pois é, quando você falou agora. uma das coisas que você disse no começo é que você meio que já chega com um levantamento, né? "Tenho isso e isso e vamos usar" como que isso influencia negativa e positivamente? Segura vocês mais tipo saber que tem que ter aquela consciência "a gente tem que usar isso porque estamos apertados" ou "não tem grana pra comprar outra coisa"? [Lindebergue: eu acho que não é muito engessado não]

Adelita: Pelo contrário. Isso obriga a gente a ser mais criativo, tá entendendo? Talvez se tivesse essa facilidade... Quando a gente tiver na semana de moda

de Nova Iorque a gente vai fazer a mesma coisa [risos] [Lindebergue: se a gente puder desenvolver]

Adelita: A gente vai chegar assim: calma, a gente quer usar o que a gente tem. E tem mesmo disso, tanto tem a questão política do reaproveitamento, que é importante, quanto tem essa de "você vai ter que ser criativo" porque o Lindebergue não vai aceitar usar aquilo ali e o Charles não vai deixar usar aquilo ali nem parecido com o que ele é. "Vocês vão ser criativos *pra* transformar aquilo em outra coisa". Então eu não acho que... acho que liberta muito mais que aprisiona.

Belchior: Então acaba sendo mais positivo que negativo [Lindebergue: positivo que negativo]

Já saber o que digamos... "Vocês têm que usar" de material e tudo [Adelita: sim, sim]

Belchior: Pronto, é... a próxima pergunta é uma coisa que eu nem sei se vocês vão saber dizer direito, mas eu vou fazer mesmo assim: existe um nicho de mercado aqui em Fortaleza que vocês têm objetivo de atingir ou não? Como que funciona isso pra vocês? Porque existe o que a gente conhece mais de Lindembergue fernandes são as criações do DFB, e eu sei que você faz também alguns dos figurinos que as meninas n'As Travestidas usam também, né?. Como é que funciona isso? Existe... como funciona o nicho de mercado ou o funcionamento dentro das ideias de vocês?

Lindebergue: Olha, A coleção não é pensada *pra* ser vendida, comercializada. Aquele momento ali da gente é se libertar dessa coisa do "será que isso vai vender?". Ah... "será que eu *to* agradando?"; "será que eles vão querer... alguém vai querer comprar?". Ali é um momento mesmo da gente... de expressão artística mesmo. De deixar a mente fluir e tudo. A gente não tem nenhum compromisso como nada assim. [Adelita: É um respiro.] É um respiro mesmo da alma.

Belchior: É o de parar de pensar no básico que se faz todo dia que é justamente o que eu queria perguntar na próxima pergunta: em que medida vocês pensam estar se aproximando ou se distanciando da produção de vestuário mais comum aqui em Fortaleza. Tipo... vocês se consideram *slow* ou nem dá pra considerar? Ou vocês preferem outro termo? Como é que funciona isso? Se vocês se distanciam disso, né? Do que é feito normalmente, que é justamente isso né: eu *to* fazendo pra quem? por quê? o público vai gostar? isso vai ter retorno? lucro? Vocês *tão* me dizendo que não. É mais uma coisa artística, né?

Lindebergue: É, até... Porque tem o figurino d'As Travestidas. Eu nunca fiz um figurino pra elas pensando nelas. Na realidade nenhum figurino, nenhuma peça que você... nunca fiz pensando em alguém especificamente, ou "ah, não, queria que você fizesse um figurino *pra* um espetáculo"... "Não!" É engraçado... Elas... Aquelas roupas, elas se encaixam, né? Elas têm essa coisa de quebra-cabeça. Até esse ano (2017) mesmo quando a gente tava criando, eu falei "As travestidas não vão querer usar minhas peças porque *tão* tudo religiosa.". "Como que elas vão usar?". Aí por coincidência ontem a Deidiane teve aqui... hoje começa o

show *rainbow*. "Ah eu quero alguma coisa bem colorida pra vestir" eu disse: "Olha, vai ser difícil". E aí tinha um vestido que tinha (escrito) cheia de graça. Caiu tão bem nela. Já imaginou ela lá vestida "cheia de graça". Deidiane... tem também as meninas de um projeto de um musical infantil que é Doidice que Dá. Da Paula Terci e da Natália. ano passado elas também vieram e me procuraram porque queriam um figurino, aquelas coisas de última hora "ah, eu não tenho dinheiro, mas eu queria ver com o q você podia ajudar a gente". E foi incrível como essa peça aqui se encaixou pro musical, que era bem colorido, elas colocaram uma *legging* pink. Se encaixou direitinho. Aí esse ano elas vieram de novo, que iam apresentar e queriam uma coisa nova. Aí como tinham aqueles vestidos de flores de organza no final, então ficou meio que... ficou umas fadas. Então, assim, é tudo muito... orgânico.

Belchior: E aparentemente eu acho que... Faz muito sentido pra vocês, né? Quando vocês conseguem apoio, como é que funciona? Eu *to* querendo fazer um *link* com tudo isso, meio que encontrar esse ciclo. Vocês chegam *pros* donos de fábrica e vocês já tem a DLT e têm um contato mais direto, mais fácil de conseguir, e outras pessoas... Externas? Obviamente Lindenberg já tem um nome em Fortaleza e tudo... Já tem uma certa fama, um conhecimento público, digamos, do seu trabalho, e tal? Como que funciona vocês conseguem apoio? É tranquilo, não é?

Lindebergue: ?
Agora dinheiro, não.

Adelita: Não, mas é isso, o Lindebergue por ser já a figura que ele é na moda quanto a isso, ele tem muita facilidade. acho que você nem precisa mais ir, né, Lindebergue? o pessoal já te procura, te oferece.

Lindebergue: já, o pessoal da vicunha, *to* a um tempão com eles. então todo ano o chico, que é do mkt, ele fala "o que tu precisar de tecido"...

Lindebergue: porque é justamente aí onde eu queria chegar. vocês recebem, por mais que não seja dinheiro, ainda é material, então não deixa de ser uma ajuda. recebe essa ajuda pra trabalhar a criatividade, se expressar artisticamente numa passarela, no maior evento de moda autoral que a gente tem, que é um grande feito, e aí ainda vêm todas essas pessoas de n contextos, pelo que eu pude entender, do teatro, da música, enfim, de tudo... de todos os cantos, meio que pedindo essa ajuda, e então aí o ciclo vai continuando, né? [Lindebergue: é!] E as peças voltam pra você depois que você empresta? [Lindebergue: voltam, elas devolvem] ai meio que fica um acervo seu? [Lindebergue: é]

Adelita: Mas ele é super generoso [risos] "esse short dá em mim..."

Lindebergue: ah, então fica, pode levar...

Adelita: Ele é super generoso, tanto é que às vezes a gente procura peças, né, Lindebergue, cadê as peças?

Lindebergue: Até porque eu não tenho espaço pra guardar tudo. Eu digo assim "tu fica, quando eu precisar...ai tu me empresta"

Belchior: Eu fiz um único desfile. Eu sei bem como é essa dor. fico imaginando vários um atrás do outro

Lindebergue: Aí na realidade eu deixo emprestado lá, consignado. quando eu precisar pra algum editorial, pra algum... Aí tu me empresta.

Belchior: Al tu meio que tem um controle na tua cabeça sobre com quem tá as peças.

Adelita: Deus o livre. só deve ser algumas mesmo [risos]

Belchior: Eu digo assim, não tem nenhum documento, um negócio assim que você faça mais...

Lindebergue: as vezes eu fico assim [Belchior: Porque são muitas peças, eu imagino, né?]

Lindebergue: Eu sou muito... é... desapegado...[Adelita: ele é totalmente desprendido] Aí eu sempre lembro o mark greiner, né? porque diz que mark greiner, conta a lenda que ele tem uma casa, né? no quintal da casa dele, que tem tudo catalogado, todas as peças do primeiro desfile dele até o último, e ele empresta, mas ele não dá. ele é capaz de reproduzir, caso alguém queria comprar... isso contam, né? ele reproduz, mas ele não dá a peça que foi pro desfile. é tanto que ele quer muito doar pra UFC, pro museu, futuramente. ai toda vez que termina o desfile... porque pra mim terminou, eu nem queria mais... onde é que eu vou botar isso? [Adelita: quando falta um dia pro desfile, tirar alguma palavra do Lindebergue, já é difícil, que ele já fica, né?...] essa história eu sempre lembro do mark "Ah, como eu queria ter também uma casa pra guardar tudo".

Belchior: Pronto, essa é maravilhosa de perguntar: sem pretensões de ter uma casa pra colocar as coisas dentro e catalogar tudo, é? Adelita: nem combina... [risos] que é justamente a próxima: que é o destino antes, durante e depois da criação. antes a gente já conversou um pouquinho, do reaproveitamento, durante, basicamente, vãoos pros desfiles, os editoriais (e os empréstimos) e tal. e depois de certo tempo, como é que funciona? acaba que realmente você vai deixando com algumas pessoas... Você mantém?

Lindebergue: Eu sempre dou pra alguém ou pra acervo, pras meninas das travestidas, né? eu sempre gosto que elas tenham vida após a passarela. não fiquem presas dentro do guarda-roupa, porque vai se estragando... [Belchior: materiais naturais, né?]

Adelita: E é isso, é esse ciclo. é como você diz: é dar vida à peça. é dar a outras pessoas a possibilidade de usar, sabe? Eu acho isso maravilhoso, acho maravilhoso, acho que é esse ciclo mesmo de reaproveitamento, vai para além de ser uma peça de desfile, né? ela vira peça de desfile naquela hora, mas depois ela vai virar outra coisa, e vira figurino de musical infantil... é sério! já fui

pra casamento... ele já me deu vestido, fui pra casamento [ri] sabe? vai tendo vida

Belchior: E de alguma forma vai... Funciona como um próprio mkt, é um mkt natural, mas vai funcionando também como forma de divulgação [Adelita: claro... com certeza] do trabalho, né? o que é maravilhoso. Pronto, eu coloquei assim "de forma sucinta" não dá pra ser de forma sucinta, mas assim, como é que vocês poderiam definir ou pontuar o processo criativo da coleção apresentada no dragão, assim, como é que foi, especificamente, pra gente também não falar sobre a vida inteira, mas como é que foi a de 2016. Tu já deu boa parte dela pra mim, inicialmente cada um chega com um pedacinho, né? Que cada um meio que dá suas contribuições, ai dependendo do período vocês vão se deixando influenciar por outras coisas. Até que momento, já qu vocês começam em janeiro, e o dragão é em abril, maio. Até que momento, em termos de tempo mesmo, vocês se deixam influenciar e modificar ideias *pra* começar a efetivamente produzir?

Lindebergue: Não, a gente vai fazendo e o que vai aparecendo vai se mudando.

Belchior: Na medida em que vai chegando, então vai enxertando a medida em que vocês precisam ou sentem alguma necessidade

Adelita: Sim! E não, em 2016, especificamente, eu só descobri no final, eles meio que esconderam o jogo de mim, sabe? E eles fizeram isso e o resultado foi que eu não esqueci. Fico arrepiada quando me lembro. Eu fico atrás, nos bastidores, ajudando, lógico, né? Todo ano... Aí nesse ano eu tava, eu não sei, eu sei que eu *tava* cansada, eu queria ir embora, acho que era isso... eu queria ir embora [Lindebergue: veio só deixar os acessórios] a primeira vez que eu ia porque eu tava cansada. Aí ele disse assim "hoje não, hoje você não vai embora porque hoje você não vai nem ficar aqui (no *backstage*)". Aí o Charles chegou "vá pra plateia, você vai assistir da plateia" e eu... gente, eu chorei do início ao fim do desfile porque você não imagina... sou comunista desde os 15 anos, a vida é assim: na moda, eles enchendo meu saco que eu era comunista, no movimento, eles enchendo meu saco porque sabiam que eu fazia moda, então eles sempre brincaram muito comigo. [Belchior: ninguém gosta, né? de unir os dois mundos] exatamente! Tem tudo a ver porque eu luto que o mundo inteiro use yves saint laurent, entendeu? é o bom para todos [Belchior: ou que o mundo inteiro use brechó] exatamente! assim... ai quando eu vi aquilo, quando eu vi, assim, o teor, a força política daquele desfile... aqui, ó... num momento como aquele, eu só chorava e chorava e chorava... [risos] e terminou o desfile e eu não conseguia falar com eles porque depois do desfile n dá pra falar c eles., que vem a imprensa e tudo, mas, assim, foi, com certeza, um dos momentos mais marcantes da minha vida, não só da vida de amizade, de trabalho que a gente tem, foi uma coisa avassaladora.

Lindebergue: E a gente só sabe o poder do desfile e tudo, na hora da fila mesmo que elas estão prontas *pra* entrar. então é incrível. o fabiano, que é o esposo da mary, que é nossa modelista e costureira também, hoje ele é o secretário de cultura, né? e ele também fica, como é tudo feito na casa dela, então ele ficava por longe vendo, e ele disse q n conseguia enxergar como é que seria aquilo,

né? onde é que tava a história do cangaceiro, onde é que estava a política ali no meio... ninguém enxerga. ninguém enxerga, quem é de fora, assim....

Belchior: Às vezes eu acho que até pra quem tá dentro. às vezes é como você disse. só no *line-up* é que você consegue.

Lindebergue: Até porque ele só via lá tecido e peça uma aqui e outra ali, inacabadas, até lá no camarim as meninas ainda tão borando. e ele disse que ficou impressionado no resultado final de tudo, na trilha.... a força que teve.

Adelita: A força, assim, do momento. e n foi só eu que me emocionei. Não foi. Eu ouvi muita gente emocionada, foi, foi, ave... [Belchior: mulher, eu nao tava nem aqui e eu me emocionei.] Então eu vou parar porque eu me maquiei pra falar com você e eu não vou deixar de sair bonita [risos] [Belchior: acho que até acabou, porque eram só 20 minutos. se quiser chorar, pode chorar.] droga, droga[risos] muito muito forte

Belchior: Assim, pois é, quando eu vi o Charles falar de todo o processo eu tava falando pro lindembergue, eu já conhecia o trabalho de vocês, né? mesmo que de longe, eu sempre tava nos desfiles, por coincidência eu não estava lá, presencialmente, mas quando eu tive contato com o vídeo... eu assisti via ao vivo, mas vídeo, não tava lá. e quando eu vi o charles falar de tudo isso, como vocês tinham falado por várias coisas e tudo, os reaproveitamentos, eu disse: é exatamente isso... tu sabe a SAM, a Semana Acadêmica de Moda, que o PET organiza? [Adelita: sim, sim] você já foi pra um desses eventos. Esse ano a gente quer falar justamente sobre essas questões, de política, de como a moda consegue trazer essas minorias, de gênero, de raça, de tudo... [Adelita: ó, pois se aceitarem as jubiladas, viu?] [risos] Acontece nas melhores famílias... [Adelita: a gente tá junto pra ajudar no que precisar] com certeza. eu fico super feliz de saber [Adelita: na hora] vamo, lá, altas mesas redondas, os dois estão extremamente convidados. Eu inclusive tava pensando no nome de vocês. depois eu dou mais detalhes e a gente conversa melhor. mas enfim, foi justamente por conta desse "tocar pessoal" dessas questões políticas que super afloraram antes do desfile, e aí com ele, e ainda continuam super importantes e super grandes no país, foi que me fizeram justamente pensar um pouco mais de como a moda consegue se juntar nisso e como a gente pode traduzir

Adelita: O papel incrível que ela pode ter. porque é isso: num momento desse... Acho que é isso, você pode ver a força, você pega isso.. o estilista, a equipe que seu maior momento do ano pra falar e consegue comunicar *pra* milhares de pessoas, porque não são só as pessoas que estão assistindo, são milhares de pessoas. até hj vão ver no youtube e vão ficar loucas, vão pensar sobre quem foi que fez. Então, é um instrumento super importante, que dá pra usar

Belchior: Pois então, falando nisso, vamos pra próxima que é justamente sobre isso, justamente, sobre as mudanças do cangaceiro pro palhaço. tipo... é... em que momento... tu falou que a maquiagem foi mais no fim, né? [Lindebergue: foi.] mas a essência do cangaço permaneceu até o final e, assim, pra gente documentar, como exatamente esse cangaceiro *tava* presente no palhaço,

naquela figura que foi mostrada no desfile. [Lindebergue: Tu diz literalmente, assim, na passarela?] o que lhe vier na cabeça....

Lindebergue: A gente pegou a cartela de cores que era aquela coisa do sertão mesmo, que tinham os marrons, os verdes terrosos e tudo, a... eu consegui também de última hora, o apoio de umas bolsas, até da Marília, né?... Aí a gente tinha duas pequenininhas e a gente colocou cruzadas aí deva aquela história mesmo. [Belchior: lembro, uma camisa de tule, manga comprida] é, exatamente... então eles tavam ali, era meio que um respiro, né? um perfume deles ali, não era total. como se diz... tinha uma alma ainda [Belchior: não, justamente, que não era literal era perceptível, e tal, mas, é claro, por esse quê político, dá pra entender]

Adelita: não, e é isso, Belchior, o quê político, e até mesmo a própria maquiagem... O cangaço foi resistência, resistência. E me diga, nós, que estamos resistindo, a gente não tá se sentido palhaços todo dia, sabe? E o que eu achei mais tocante foi isso, porque o final.... e eu vou parar de me arrepiar... Foi de esperança, entendeu? É palhaço, é cangaceiro, mas tem que ter esperança de continuar. você começa fúnebre, mas quando termina, sabe? [indescritível]

Belchior: Foi por isso também a escolha do modelo com a peça mais longa com o vestido e tal? tudo isso tem a ver?

Lindebergue: Tinha a sequência...

Adelita: Resistência... resistência contra o conservadorismo absurdo. Eu sempre brinquei e olhe que eles reclamavam da minha política, mas eles são super políticos. não é a primeira vez que Lindebergue faz isso não: "a sua ignorância não me representa", gente... foram vários os momentos e você brincar...

Lindebergue: Acho que o mais interessante é porque eram coisas que *tavam* acontecendo e a gente e, e elas entravam dentro da coleção de uma maneira tão natural...

Belchior: Não, e é justamente... foi muito tocante. né? Todo mundo saiu morrendo daquele desfile justamente porque muitas questões sensíveis e que a gente não tá acostumado a ver dentro de um desfile de moda, né?

Adelita: E Belchior, mas isso... Quando eu fazia a faculdade, era uma coisa que eu falava muito e que o Lindebergue faz de uma forma muito orgânica, nas criações dele: moda não é mercado, as pessoas querem dizer que é, mas não é. Moda é sociedade. E é uma coisa que digo: ele meio como trabalho deles, eles meio que captam o que *tá* acontecendo na sociedade e eu brincava muito. o que que é a chanel se não é a necessidade feminista da mulher que agora tá no mercado de trabalho, que precisa das duas peças e da roupa confortável? O que é o Dior, qse nao é um pós guerra, onde as pessoa tão cansadas de tanto tempo sem nada e que agora querem exuberância?... Então, cara, moda é entender sociedade. tem que tirar da cabeça, inclusive, da galera, que moda é só mercado. E não é, né? e é uma coisa que acho que a nossa equipe teve muito

isso, e ele incorpora no fazer e eu sempre dizia isso pros meus amigos do movimento. eu sou amiga, trabalho com um estilista que ele tem política orgânica no discurso [Belchior: nasceu com, né?] é! com a vida dele, que tem pedacinho da vida dele aí, da religiosidade, do artesanato, a moda, do moderno, das pesquisas, então tá tudo aí, então é por isso que é político, eu gosto e acho justo e querem fazer hora comigo

Belchior: Gente, e falando nisso, nesse negócio do fazer. Como é que funciona, já é uma pergunta mais técnica, já pra gente finalizar: como é que funciona o planejamento, tanto pra você (Adelita) tu faz mais os acessórios, né? [Adelita: sim, sim] e pra você (Lindebergue) você falou quem tem a moça que cuida da modelagem e da costura [Lindebergue: é, Mary] como é que funciona o planejamento mesmo, tipo de datas, até fevereiro tem que ter decidido tal coisa ou não, vocês vão...?

Lindebergue: A gente depende muito dos apoios, então, assim, a gente fecha uma data, sempre tem aquele atraso do tecido, aí tem alguém... a Mary que adoce... são vários vários e vários imprevistos, então a gente trabalha muito sem planejamento mesmo, sem data. Eu já entrego pra ela toda a coleção desenhada mesmo todinha, e aí ela vai fazendo com o que tá ali na mão. O tecido tá ali, ela já começa e tal. Aaz aquela família daquela estampa, daquele tecido. [Belchior: ela mesma interpreta os modelos e tudo e já vai...?] A mary é muito interessante. é muito encantador a química que a gente tem porque às vezes ela trabalha muito a noite, de madrugada, então eu não *to* junto com ela. [claro] mas ela consegue realmente interpretar, de uma maneira que nenhuma outra consegue. as vezes eu nem faço as costas e ela já sabe mais ou menos como é que [Belchior: e às vezes ela meio que influencia também? assim de tipo, digamos: você pensou numas costas super cavadas e ela fez um x por exemplo.] não é muito isso não, ela influencia muito na questão de volumes, "não, essa manga ela tem que ter assim, a gente tem que botar assim" ela tem uma técnica muito boa de modelagem. [Adelita: genial. não tem nada que ela não saiba fazer. nada] e não tem nada que seja difícil pra ela. nada [Belchior: aparentemente *pra* nenhum dos membros da equipe, né?] [risos] [indescritível] então, assim, é de confiar mesmo. deixar um desenho... já aconteceu de eu ter que viajar por uma semana, a trabalho, e deixar tudo com ela e chegar e dizer "é isso mesmo" ... é encantador [Belchior: já é outra pessoa que você tem mais tempo também, né? mais tempo com ela né] ah, primeiro eu conheci. [Adelita: a mais antiga. se você não quiser morrer você não...] foi no primeiro dragão quando eu conheci ela. ali nas fábricas, entendeu? [Adelita: passei tempo pra conquistar o coração dela e nem sei se já conquistei, porque ela tem ciúmes dele] [risos] era com a Adelita, depois foi com a Cei [Adelita: é todo um processo] processo, é, ela. e teve uma época que ela foi morar na colômbia, imagina, aí eu "como é que eu vou fazer?" Aí eu tive que trazer ela de lá [Adelita: ele trouxe] e assim, ela ama tanto o que ela gosta (faz) né? que ela deixou a família toda e vem e faz... [Belchior: ela sempre faz isso?] hoje ela tá aqui. hoje ela já voltou. [Adelita: e vem, faz da casa, e resolve. ela é apaixonada] na realidade teve só um desfile que ela realmente não pode vir. que eu n lembro se foi a mãe dela que tava bem doente.. Eu não lembro o que foi. mas como a gente já tinha as bases. a gente fez tudo em cima das bases dela. das bases da peça. Já ajuda demais. De alguma maneira ela tava presente.

Belchior: E pra finalizar, pra ti, Adelita, como funciona pra ti do recolhimento dos materiais, da experimentação? Você falou que eles deixam você bem livre, né? Mas e aí, você já chega e "o, vai ser isso" e pronto? Como que é isso?

Adelita: Em primeiro, eu não sei desenhar nada. o Lindebergue já tentou me ensinar, desistiu [risos] o davi, que é incrível, já tentou... Não tem jeito, eu não sei desenhar, então eu vou fazendo. eu pego tudo... eu tenho um ateliê, ai eu pego tudo que eu acho que dá pra usar e vai fazer, desfazer até virar que eu acho que tem que virar. ai eu mostro pros meninos e se eles não gostarem, vai fazer de novo até virar o que eu acho que tem que virar até a gente... mas é fazendo, fazendo, não tem, sabe? ...Às vezes eu queria muito desenhar, mas não... [Lindebergue: e tem a questão do tempo, também] pois é, também tem isso, nós não estamos 100% livres pra fazer. a gente concilia trabalho com isso.

Belchior: Nesse período que vocês tavam por exemplo, enquanto você tava fazendo isso aqui, você tava modelando, vendo se... Enquanto ela fazia os acessórios, não dá pra ter muitas reuniões de aprovação, por exemplo, é meio que cada um por si e depois vai... [Lindebergue: depois que os desenhos são prontos, meio que todo mundo....] vão trabalhar

Lindebergue: o charles é um que a gente quase não vê [Adelita: tipo na prova] [risos] engraçado que teve uma coleção mesmo, que a gente fez um bordado e aí o bordado a gente tinha a história do espedito, ai "vamo fazer uns arabescos" aí a Cei bordou divinos... era uma saia. aí a gente manda uma foto pro charles. ai o charles acaba com a gente [risos] [adelira: achando lindo, né? o bordado era todo plano] formando os arabescos [Adelita: ai, meu deus como nós somos incríveis, tá lindo ai pá manda a foto] aí ele "o que? tá horrível! tá parecendo bordado do desfile da domingos olímpio [risos] é ele fala desse jeito. [Adelita: aí a gente, "é, a gente também não tinha gostado muito não, foi só um teste" a gente tava te testando pra ver...] aí chegamos nisso daqui, a gente não fez mais nada dessa coisa plana, fez esses chocalhos, e aí tudo era muito aglomerado.

Belchior: E como isso influenciou vocês, tipo, agora, por exemplo. você tem vontade... você disse que revê os trabalhos já feitos. isso é uma coisa que ainda meio que tá aqui com vocês. vs veem isso como uma boa ideia de reutilização, de utilizar.... Meio que misturar coisas [Lindebergue: pode, pode ser. a gente fez com as rosas. a gente reutilizou as rosas de crochê. deu uma outra história pra ela.] eu digo a mesma ideia, nem precisaria ser os mesmos materiais. a própria ideia desse aglomerado. [Lindebergue: sim, não. isso é super válido. trocando o material, né?...]]

Adelita: Eu, só acredito no Lindebergue qd tá perto do desfile, porque ele muda as coisas [risos]

Belchior: E vocês conseguem conectar essa ideia de aglomeração de objetos meio que descartados com esse quê político que teve no desfile?

Adelita: Eu acho que você consegue conectar com esse mundo que a gente tá vivendo. que mundo doido é esse? Se você parar pra pensar, tá tudo conectado, aglomerado, é tudo muito junto e tudo muito agora. e é isso, tá tudo muito confuso [Lindebergue: e não é nada planejado] e eu acho que é um reflexo dessa sociedade que também não deixa de ser um reflexo político, sabe? É sentir mesmo o poder social. essa bagunça que acaba numa estética bonita.

Belchior: Que eu acho que é o que vocês fazem com uma grande maestria, que é juntar todas essas emoções, que não deixa de ser, né? essa bagunça, esse rabisco e transformar numa linguagem poética, que vai né? Traduzir vocês e traduzir os sentimentos de vocês e da sociedade na passarela. isso é realmente muito maravilhoso. é um trabalho que eu imagino que demanda muito suor, enfim, muito tempo e muito trabalho e muita mudança. minhas perguntas acabaram. se vocês quiserem falar mais alguma coisa, vou ficar super feliz e tudo... Eu acho que é por isso que eu gravo, vão ser muitas coisas pra pensar, muitas questõeszinhas...

Adelita: Sua entrevista foi boa, falamos tudo, ponto pra você.

Belchior: Só pra finalizar, o que eu quero analisar, a concepção desse desfile, nesses termos políticos e tudo, por mais que eu não trabalhe com essas questões especificamente, quero analisar o processo criativo, a influência do upcycling, do reaproveitamento, dentro dele e eu imaginava que isso atrapalharia... por isso que eu perguntei pra vocês, porque eu imaginava que isso atrapalhava. Tal hora, "Ah, eu queria fazer tal coisa mas só tem aquilo" e vocês me disseram exatamente o oposto. Nessas outras possibilidades das respostas. e eu quero também analisar a semiótica pra ver essa questão socio-política que vocês trouxeram, mas o grande foco é como a moda, enfim, que não deixa de ser autoral de Fortaleza, consegue levar esses códigos políticos e tudo através do aproveitamento, e é basicamente isso que eu tenho pra dizer pra vocês, e agradecer pelo tempo de vocês.

ambos: imagina! maravilhoso!