



CONTRAFIO



CONTRAFIO

Edição 1
Fevereiro 2022

Coordenação

Cícero de Brito Nogueira

Editora Chefe

Renata Rodrigues Costa

Co Editor Chefe

Breno Silva Ribeiro de Sousa

Colaboradores

Hyane Assunção de Araújo
Jefferson Mendes de Souza
Núbia de Andrade Viana
Simone Ferreira de Albuquerque

Editora de Moda

Rosiane de Sousa Carvalho

Designer Gráfico

Breno Silva Ribeiro de Sousa

Designer Gráfico (Mídias Sociais)

Herlane Cruz Bastos

Reportagens

Ana Clara de Brito Paes
Renata Rodrigues Costa
Rosiane de Sousa Carvalho

Revisão

Jane de Andrade Viana

Ilustração

Breno Silva Ribeiro de Sousa

Comunicação e Marketing

Ana Clara de Brito Paes

Convidados

Cláudia Cyléia de Lima
Juliana Bezerra Gomes de Pinho Pessoa
Kátia Maria Ferraz dos Santos

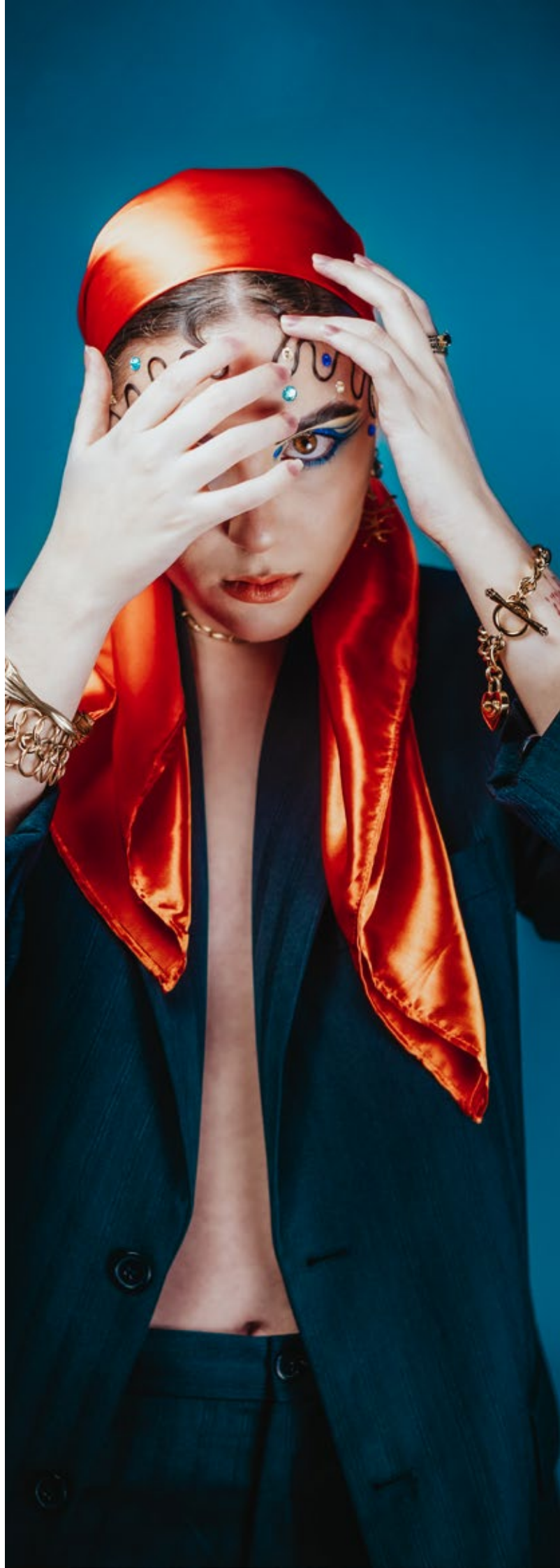


Revista Contrafio
revistacontrafio@gmail.com

Teresina/PI

A Revista CONTRAFIO é a revista de moda do curso de Bacharelado em Moda, Design e Estilismo, da Universidade Federal do Piauí. A revista segue a proposta de inovar e fortalecer a forma como as informações na área da moda são veiculadas em Teresina, apresentando-se como ferramenta para a divulgação de trabalhos desenvolvidos por alunos, egressos, professores e demais profissionais da área. Este periódico conta com editoriais de moda, matérias, entrevistas e aborda discussões para fazer você refletir e conversar junto a gente!

Conheça a primeira edição!
Boa Leitura, Equipe Contrafio.



ÍNDICE

07. Na Frequência da Moda

08. PIAULISMO:
Uma Memória

13. PIAULISMO 13

26. ULTRAMARINE

32. Adaptações ao
Ensino Remoto

35. Atuações na Área
da Moda

42. Um Conto de Fadas

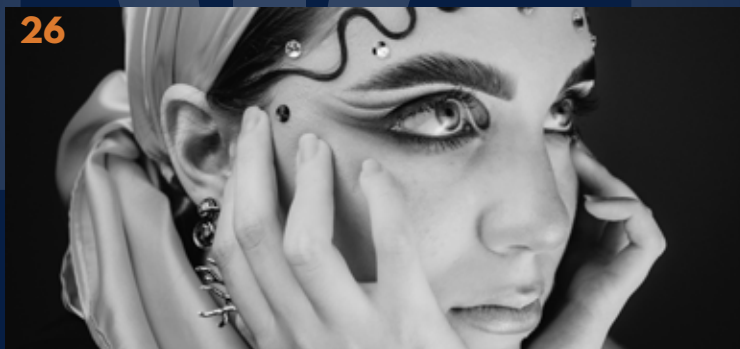
48. Empreendedorise-se

49. Lições de Economia:
com Clarisse Lispector

51. Uma Coisa é Certa: a
Moda Não é Mais
Para Todos

52. Piauí Floral

26



35



49



52



32



42



NA FREQUÊNCIA DA MODA

Com Kátia Ferraz

O programa “Na Frequência da Moda” nasce juntamente com a Revista Contrafio, a partir de uma parceria com a Rádio Fm Universitária 96,7 e, conta com a apresentação de Kátia Ferraz e o apoio de professores do curso de moda e jornalismo para o seu desenvolvimento.

Kátia tem graduação em Educação Artística com habilitação em Artes Plásticas pela UFPI. É especialista em Gestão de Negócios da Moda e Docência Superior, professora da disciplina de Artes da Seduc e, figurinista do Curso de Moda da UFPI. Uma amante da moda e das artes, com uma vasta experiência nestas áreas.

Kátia Ferraz entrevista alunos, egressos, professores e profissionais da área da moda no Piauí sobre os mais diversos temas. Em uma conversa descontraída, aborda diversas pautas atuais e necessárias sobre mercado, projetos de alunos e professores, áreas de atuações da moda e muito mais. É mais um espaço para a divulgação da informação de moda no Estado.

Programa “Na Frequência da Moda”: Toda segunda-feira, das 14:30 às 15:00 horas, com reprise das 21:30 às 22:00 horas, na Rádio Fm Universitária 96,7.



Fotos: Renata Rodrigues



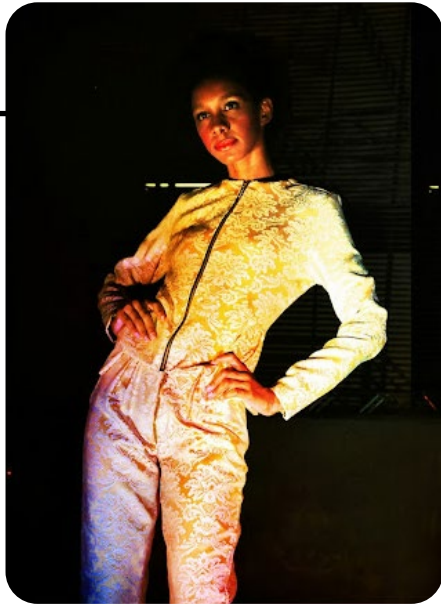
PIAUI

LISMO

Uma Memória

O PIAUILISMO FASHION DAY, do Curso de Bacharelado em Moda, Design e Estilismo da UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUI – UFPI, é um evento que culmina na apresentação das coleções comerciais e autorais dos alunos do respectivo curso supracitado. O nome Piauilismo foi uma criação da primeira turma do Curso de Moda. A ideia é enaltecer os aspectos culturais, regionais e locais, evidenciando o estado do Piauí e suas riquezas como fonte de inspiração para coleções de moda. Essas coleções são criadas e desenvolvidas pelos alunos das disciplinas Projeto de Coleção I e II, sendo, uma comercial e outra autoral, em temas que ressaltam os aspectos culturais do estado do Piauí. As produções são exibidas em um desfile, no final do semestre, em parceria com a disciplina de Montagem de Desfile e Curadoria. (Trecho do e-book Piauilismo: Por trás da criação/ Organizadores, Ascânio W. de Carvalho, Francisca Danielle A. Souza. – Teresina: EDUFPI, 2019).

Foto: Camila Carvalho



PIAUILISMO 1

BELEZAS NATURAIS DO PIAUÍ
Setembro de 2013

Logo do Evento



PIAUILISMO
FASHION DAY II

PIAUILISMO 2

A PRÉ-HISTÓRIA NO PIAUÍ
Agosto de 2014

PIAUILISMO 3

LITERATURA PIAUIENSE:
CONTANDO AS ORIGENS DO
PIAUÍ NUMA TRAJETÓRIA ATÉ
OS DIAS ATUAIS
Julho de 2015



Logo Evento

PIAUILISMO 4

AS TIPOLOGIAS ARTESANAIS
DO PIAUÍ
Abril de 2016

Foto: Daniel Maciel



PIAUILISMO 5

A RESSIGNIFICAÇÃO DO
CORDEL NO PIAUÍ
Setembro de 2016

Logo Evento



PIAUILISMO 6

O NEGRO NO PIAUÍ
Janeiro de 2017

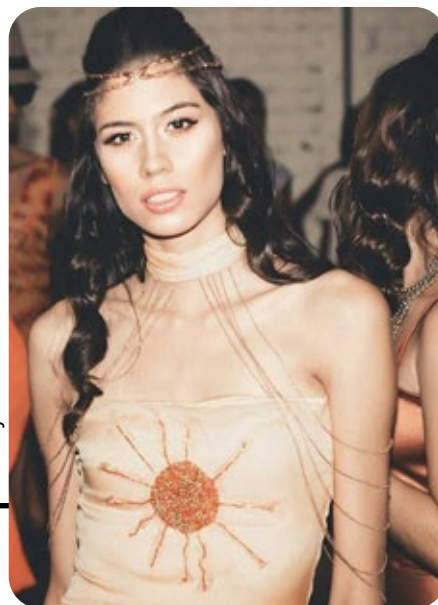
Foto: Tibério Hélio



Foto: Tibério Hélio



Foto: Afonso Di Neto



PIAUILISMO 7

SERRA FRAGMENTOS
Julho de 2017

PIAUILISMO 8

ROMANCE ENTRE OS RIOS POTI
E PARNAÍBA
Dezembro de 2017

Foto: Diogo Sousa



PIAUILISMO 9

FAUNA E FLORA: SONHO DE
UMA NOITE TROPICA
Julho de 2018

Foto: João Allbert



PIAUILISMO 10

ATRAVÉS DA JANELA: O PIAUÍ
QUE VOCÊ VÊ
Dezembro de 2018

PIAUILISMO 11

TERESINA MEU AMOR
Junho de 2019

PIAUILISMO 12

SABORES DO PIAUÍ
Dezembro de 2019

Foto: João Guimarães



Logo do evento





**PIAUI
LISMO 13**



Retrato por Joaquim José Insley Pacheco, 1876

Imperatriz Teresa Cristina

Imperatriz Teresa Cristina, este foi o tema proposto pelo Prof. Ascânio Wanderley para a disciplina de Projeto de Coleção. Esta disciplina acompanha os alunos do Curso de Moda em seus dois últimos períodos, como Projeto de Coleção I e II e, a partir dela, nasceram os “Piauilismos”, juntamente com a disciplina de Curadoria.

Foi um tema muito bem recebido pela possibilidade de contar a história da Imperatriz, uma grande representação feminina da história do nosso país que pouco é lembrada e, pela possibilidade de falar sobre a cidade de Teresina, reforçando sua história, tradição e beleza.

Teresa Cristina era uma mulher religiosa, generosa, amante das artes e das pessoas. Ficou marcada como uma grande mulher, mesmo tendo sido silenciada e, ainda que pouco seja citada na história. Esposa de Dom Pedro II e mãe da princesa Isabel, Teresa deixou um legado de força, paciência, amor e respeito ao próximo. Considerava o Brasil a sua terra e, é bem vista por historiadores por conta de sua personalidade, comportamento e patrocínio à cultura brasileira.

Teresina foi fundada em 16 de agosto de 1852 e, seu nome é uma homenagem à Imperatriz Teresa Cristina. Ela teria intermediado, junto a Dom Pedro, o projeto de mudança da capital - de Oeiras para a nova sede.

Teresina foi a primeira capital do Brasil a ser planejada e, recebeu um traçado geométrico, com linhas paralelas, onde o Rio Parnaíba e o Rio Poti guiaram as decisões para que a cidade se estabelecesse.

Teresa e Teresina se encontram e se conectam em diferentes aspectos. A mulher, a arquitetura, a natureza e a história da cidade dão origem à peças que transmitem olhares e interpretações por meio de modelagens, tecidos, cores, bordados, texturas.



A turma que recebeu este tema e ficou encarregada de representar o Piauilismo 13 também sofreu com o grande impacto da pandemia, que começou exatamente quando eram iniciados os planejamentos do evento. O sonho de se realizar de fato um grande evento, um desfile com muitos espectadores, precisou ser mudado completamente. Após meses, o retorno às aulas, agora de forma remota, trouxe a necessidade de adaptação ao momento em que vivemos.

A partir dos muitos desafios, o Piauilismo 13 aconteceu no Instagram, entre fotos e vídeos dos editoriais desenvolvidos com as peças criadas. O primeiro evento aconteceu de forma on-line e, agora ganha um espaço aqui, na Revista Contrafio, com os detalhes e inspirações para cada peça.

AUTORAIS

LOOK ROSALÍA

Helena Alencar - @alencarhf

O look traz como principal inspiração a dualidade presente na construção de Teresina e na personalidade de Teresa Cristina. Uma composição elegante e forte, que traz delicadeza e feminilidade por meio do babado e do bordado manual!



Foto: Vitória Alencar

LOOK LINHAS

Renata Rodrigues - @renatarodriguesc_

A coleção recebe o nome de Linhas, retratando todos os encontros, conexões, caminhos e histórias que formam a cidade e que carregam essa ligação com a representação da figura feminina. Das curvas dos rios Parnaíba e Poti, na natureza do entorno, no traço geométrico, com linhas paralelas. O look retrata os rios, a vegetação às suas margens e o traçado da cidade planejada. Os tecidos trazem a união da leveza através de tecidos flúidos e recortes diferenciados com peças de modelagem em alfaiataria.



Foto: Loren Fernandez



Foto: Camilla Cury

LOOK TERESINA FORA DA ALCOVA

Camilla Cury - @camillacury

A arquitetura eclética de Teresina foi inspiração pra uma coleção que recebeu o nome "Teresina Fora da Alcova", representando uma mulher que mescla delicadeza e refinamento com liberdade e força. A coleção vem com a proposta de abrir a janela e ver o que a capital tem a oferecer, e é inspirada na arquitetura dos casarões antigos da cidade, que representam a forma como a cidade foi povoada, usando-se da influência de várias culturas. Repleta de feminilidade e delicadeza, a coleção apresenta toques e detalhes como transparências e fluidez, elementos que trazem formas e texturas. Servem de inspiração para a peça: arcos, ogivas, balaustrada, gelosias, dentre outros. A cartela de cores vem com tons que remetem ao frescor feminino como rosa, o vinho e o branco. Toda essa combinação resulta em um look que representa a delicadeza de uma princesa e a força de uma mulher que vê o mundo não somente pela janela, uma mulher livre.

LOOK PERHAPPINESS

Beatriz Torres - @beatriz_torress

A coleção recebe o nome de perhappiness, que é a junção de duas palavras que trazem um significado poético. Perhaps significa "talvez" e happiness "felicidade", então, uma possível felicidade é aquilo que a pessoa está em busca quando o que tanto deseja é ser livre.

A peça tem um lado muito expressivo através das formas das pétalas, superfícies com estruturas fofas e simultaneamente fluidas. O look por completo traz como significado mostrar a materialização de uma personalidade que é oriunda do legado que Teresa Cristina deixou como mulher e artista.



Foto: Camilla Cury



Foto: Laura Goes

LOOK POR BAIXO DOS PANOS

Rachel Valgueiro - @rachelvalgueiro

A criação busca, por meio de uma modelagem que remete às roupas de baixo do século XIX, valorizar de forma sensual e sofisticada a silhueta feminina, trazendo a lingerie não apenas como uma peça que deve ser usada embaixo da roupa, mas como peça de composição do look, mostrando uma sedução, sem deixar de lado a elegância.

LOOK MOSAICOS DE FÉ

Ana Léia Gondim - @analeiagondim

O Look autoral “Mosaicos de Fé” vem traduzir a relação da imperatriz Teresa Cristina, uma mulher à frente do seu tempo, com a nossa querida capital Teresina. Conectei a sua religiosidade representada pela cor branca da peça e com o acessório, um terço em cerâmica pintada, com uma de suas paixões: os mosaicos. O bordado em mosaico retrata a flor de hibisco, flor típica da nossa capital, junto a uma silhueta atemporal, toda na zibeline, um tecido estruturado que transfere para a peça um ar de sofisticação. E é claro que, o ponto alto da peça são os bordados manuais, que agregam o valor afetivo do feito à mão, misturando cores e texturas, representando a relação de D. Teresa Cristina com a arte musiva, tão presente em seu cotidiano e que, compõem as obras da artista plástica teresinense Fátima Campos.

Foto: Kelanne Brandão





Foto: Kelanne Brandão

LOOK DEVOÇÃO

Gabriela Oliveira - @grabrielaoliveira86

A coleção tem como inspiração Teresa Cristina, sua personalidade e religiosidade. Teresa Cristina era considerada uma mulher muito sensível, amável, inteligente e muito religiosa. Os looks trabalham com a fé, as crenças e todo o sentimento que tem por trás, introduzindo um pouco da personalidade dessa grande mulher que era considerada "a mãe dos brasileiros" e, que ganhou o coração do povo através de sua personalidade caridosa, amável e sensível. A cartela de cores possui tons delicados como: azul claro e tons mais fechados como: vermelho, azul escuro e dourado. O tecido musseline foi escolhido para garantir movimento, fluidez, delicadeza e transparência, onde serão trabalhados bordados de folhagem e outros elementos ligados à religião.

Foto: Talita Damasceno

LOOK PASSEIO

Raynara Sousa - @euraynarasousa

A coleção "Passeio" tem como inspiração um passeio na personalidade de Teresa Cristina e, ao mesmo tempo, um passeio na arquitetura de prédios históricos da cidade que a homenageou.

A imperatriz ficou conhecida como "a mãe dos brasileiros". Era uma mulher paciente, generosa, religiosa, amorosa, inteligente, simples, respeitosa, forte, amante das artes e das pessoas. Uma grande mulher.

Na cartela de cores, busquei inspiração em tons que remetessem a essas características de Teresa. Já na modelagem, foram levadas em consideração as curvas encontradas na arquitetura e decoração de prédios históricos de Teresina, buscando a fluidez das curvas e contornos através do caimento das mangas, babado do decote e da capa.





Foto: Hyane Assunção

LOOK GASPAR

Hyane Assunção - @hyaneassuncao

Gaspar traz no nome um dos sobrenomes da imperatriz, dona Teresa Cristina, e exalta a cidade de Teresina por meio da mescla entre tradição e modernidade. A desconstrução de um terno clássico traduz a reformulação do conceito de masculinidade. Os tons de laranja fazem menção às pinturas rupestres e à flora brasileira, duas paixões da imperatriz. A modelagem é o forte do outfit. O linho, o crepe de alfaiataria e o viscolinho utilizados, criam um mix de textura, que representa o equilíbrio das forças masculinas e femininas.

Foto: Karine Furtado



LOOK THERE'S AMOR

Marly Gomes - @my_handmademess

Movimento, atitude, emoção, tradição e um paradoxo do tempo entre o ontem e o hoje, são as palavras que caracterizam "THERE'SAMOR". Com um toque histórico e de enorme importância, a Imperatriz Teresa Cristina se torna também uma peça do quebra-cabeça, a rainha do tabuleiro de xadrez que é a cidade de Teresina, capital do Piauí. O look é inspirado na arte, na religiosidade da Imperatriz, no artesanato e arquitetura teresinenses, e na atitude das gerações mais novas. "THERE'SAMOR" vem celebrar cada indivíduo e sua singularidade, ao mesmo tempo em que pontua a sua inclusão em um contexto histórico e social de mudança e expressão coletiva. É um movimento onde a expressão do amor pela cidade e pelas pessoas, valorizando as origens do local e de si mesmo, se tornam tangíveis através da moda. Tudo isso traduzido em assimetrias, camadas, aplicações de viés e acessórios.



Foto: Fran Viana

LOOK MOSAICO AFETIVO

Fran Viana - @franvfp

A arte musiva da Imperatriz Teresa Cristina, sua paixão artística e a influência na mudança da capital de Oeiras para Teresina foram fatores inspiracionais para a criação da peça “Mosaico Afetivo”, que traz recortes do artesanato encontrado em Teresina, unindo design e artesanato sobre a tela de cambraia de linho e a de cambraia de seda e algodão. A proposta é dar voz ao trabalho manual de mulheres que passam despercebidas na Praça Rio Branco e, ainda, validar as várias formas de expressão feminina.

Foto: Kelanne Brandão



LOOK THE CIBORGUE

Beatriz Carvalho - @rcarvalho_beatriizz

De um lado, temos a imperatriz Teresa Cristina, que inspirou o nome da capital do Piauí e tem sua história esquecida e ofuscada pela do seu marido, o imperador Pedro II. Do outro, construções antigas fragmentadas pelo tempo e ofuscadas pelas grandes obras arquitetônicas modernas. Pensando em protagonizar a história desses personagens humanos e arquitetônicos marginalizados e, por vezes esquecidos na história piauiense, nasce a “Coleção Rupturas”.

Em “Rupturas” fazemos uma viagem no tempo unindo passado, presente e futuro ao evidenciar fragmentos de detalhes disformes, que ainda guardam impressões de outrora, ao passo que tecemos uma conexão entre a cidade-ciborgue e a vida da “imperatriz silenciosa.”

LOOK PÁDUA XXI

Wanessa Freire - @wanessawithw

Para a Primavera/Verão 2021, esta coleção apresenta uma Teresa Cristina do século XXI, buscando valorizar a mulher que Teresa era verdadeiramente e que, atravessando gerações, se encontra presente na mulher dos tempos atuais. Inteligente, sensível, bondosa, ligada à tradição, a nova Teresa é uma mulher forte, livre e moderna. O look "PÁDUA XXI" apresenta uma mistura de referências que buscam fazer ligação do tradicional ao moderno. O broderi, por ser trabalhado com bordados e detalhes vazados, proporciona uma estética mais rica e sem muito esforço, ainda mais quando misturado à aplicação de ponto palito entre recortes. As mangas bufantes surgem como releitura, remetendo ao grande volume dos vestidos do século XIX. O tecido de viscose em corte evasê traz fluidez e movimento para a saia do vestido em comprimento midi.

Inspirado nas cores utilizadas pela sociedade brasileira do século XIX, a cartela de cores apresenta predominância dos tons neutros, sendo o branco a cor de maior destaque. Em contraste, surgem as cores marrom caramelo no couro e o ocre no sisal, trazendo mais sobriedade para as peças. Na apresentação dos acessórios, o couro e a juta trabalhada remetem ao artesanato piauiense e ao lado tradicional da história da cidade, que alinhado às modelagens de corsets, cintos modernos e os metais presentes nas correntes e fivelas, fortalecem a ideia de relacionar o tradicional e o contemporâneo.



Foto: Dyego Lisboa

LOOK MULHER DE ARTE

Bruna Sousa - @perolaneigra

Com essência e inspiração no patrimônio Mercado Velho situado em frente à Praça Marechal Teodoro da Fonseca - Bandeira (centro sul). O look em si busca trazer a essência de um lugar que transborda artesanato local e resiste por anos. Elementos como a palha presente nos chapéus, o uso de maxi miçangas nos acessórios e cores intensas foram utilizados para emoldurar a mulher Deusa do Mercado Velho.

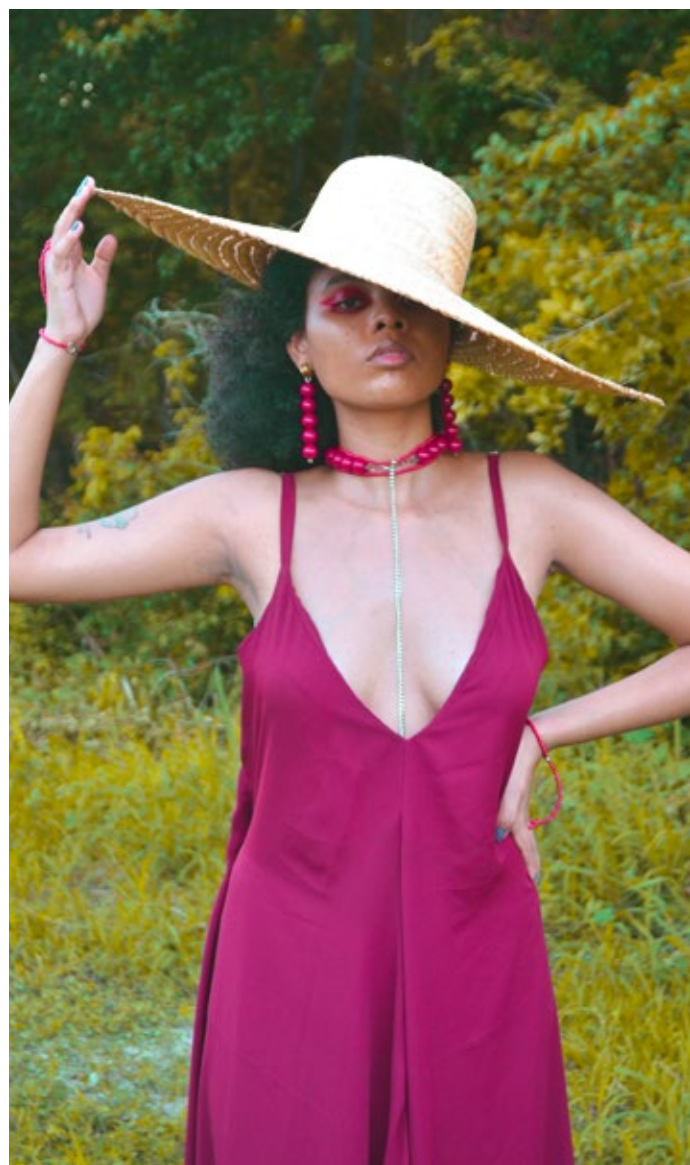


Foto: Iane Suellen



Foto: Kelanne Brandão

LOOK ARA

Kelanne Brandão - @whoanne

A busca por manter a herança cultural dos prédios, casas antigas e igrejas, fez surgir o look "ARA", que traz referências aos arabescos e motivos florais encontrados nos portões de casas, prédios antigos da cidade de Teresina, além dos detalhes nas vestimentas utilizadas pela Imperatriz Teresa Cristina. A cartela de cores possui cores consideradas clássicas, como: preto e branco. O tecido de tricoline, utilizado na camisa, permite que a mesma seja utilizada no dia a dia, já que é um tecido 100% algodão e permite que a pele "respire". O tecido de gabardine, utilizado na calça, permite que a mesma tenha um corte reto, de alfaiataria. O destaque fica por conta das folhas bordadas, que faz o link tanto da cidade de Teresina quanto a Imperatriz Teresa Cristina.

Foto: Lucas Soares



LOOK ENTARDECER

Áurea Oliveira - @aureabrunna

Para a criação do look, trouxemos três elementos que foram imprescindíveis para enaltecer traços e belezas importantes, que marcam a nossa cidade de Teresina. O primeiro elemento utilizado foi o pôr do sol que, com toda a sua energia e magia, foi necessário para a composição da nossa cartela de cores. O segundo elemento escolhido foi a arquitetura da nossa cidade, pois retratam a nossa história e o caminho percorrido pelo nosso povo. O terceiro elemento traz a Imperatriz Teresa Cristina, que com a sua personalidade irrepreensível, temperamento forte e simplicidade, trouxeram componentes necessários para a criação da nossa coleção. O tecido escolhido foi o crepe alfaiataria, por ter o caimento desejado e por dar a estrutura na barra do vestido. A cor utilizada foi azul Royal, com detalhes em dourado e auxílio de cascas de ovos, simulando a prática de decoração de fontes, que era usada pela Imperatriz.

COMERCIAIS

COLEÇÃO TERESINA FORA DA ALCOVA

Beatriz Torres; Camilla Cury; Helena Alencar; Rachel Valgueiro; Renata Rodrigues

Através desta coleção, são retratados todos os traços da Imperatriz e, também, associados à fundação da cidade de Teresina, abordando pontos essenciais no início de sua formação, principalmente o traçado urbano da cidade, o entorno do rio e a arquitetura de seus casarões. “Teresina fora da alcova” convida a olhar a cidade por fora desses quartos.

As peças trazem elementos da moda do século XIX, associados a shapes modernos, elegantes e sofisticados, com tecidos fluidos e de caimento leve, prezando pelo conforto e versatilidade.



Foto: Renata Rodrigues

COLEÇÃO VESTÍGIOS

Ana Léia Gondim, Gabriela Oliveira, Mayanne Monteiro, Raynara Sousa

A coleção “Vestígios” tem como inspiração o Parque Floresta Fóssil em Teresina, e tem por objetivo principal, voltar o olhar da nossa gente para essa nossa riqueza cultural de valor inestimável e que, infelizmente, ainda é pouco valorizada. Fizemos a junção com nosso tema: “D. Teresa Cristina”, que era fascinada pela arqueologia, promovia estudos na área e era dona de uma das maiores coleções da América Latina.

Optamos por trabalhar com tecidos finos, como o linho, para trazer esse ar imperial à coleção, em uma cartela de cores com tons que remetem à floresta. Pinturas feitas à mão representam os troncos que compõem o Parque Floresta Fóssil.



Foto: Kelanne Brandão





Foto: Kelanne Brandão

COLEÇÃO ENTREMEIOS

Beatriz Carvalho, Fran Viana, Hyane Assunção, Marly Gomes, Ramilton Talmo

A coleção “Entremeios” abre espaço para que a voz da Imperatriz ressoe. Com uma conotação forte, as palavras são escritas por meio do veludo, do crepe double e do linho. Botões e padronagens são as pontuações em cada frase e as cores dão o tom do discurso e demonstram sua personalidade. A cidade de Teresina também é exaltada na coleção. Suas ruas, que lembram um tabuleiro de xadrez, aparecem como padronagem. O modernismo e religiosidade do seu povo, se mesclam a essas características de Dona Teresa Cristina e assim, “Entremeios” se desdobra em modelos contemporâneos que expressam conforto, sensualidade, feminilidade e elegância.

COLEÇÃO THERE

Kelanne Brandão, Wanessa Freire, Bruna Sousa, Áurea Brunna

A inspiração para a coleção “THERE” vem através do resgate de formas da arquitetura imperial que Teresina nos mostra, através de seus prédios antigos, praças e igrejas. Detalhes que não notamos na rotina diária. Estes detalhes serviram como inspiração para a criação de estampas, que fazem referência aos padrões de ladrilhos do piso do Arquivo Público de Teresina. As modelagens são fluídas e apresentam recortes, fendas e volumes, criando um elo entre as vestimentas usadas no início da fundação da cidade e vestimentas modernas. A cartela de cores, que foi inspirada no artesanato piauiense, apresenta como cores principais: marrom terracota, como fundo, e preto, no desenho da estampa.

Foto: Kelanne Brandão





U
L
T
R
A
M
I
A
R
I
I
N
E



O editorial Ultramarine tem como objetivo, traçar um paralelo entre o passado e o presente, através da própria história da arte. Abraçando os elementos visuais da arte, temos sua ferramenta primária e de maior significado: os pigmentos. E nessa jornada, mergulhamos no mar além do próprio mar, o Azul Ultramarine. Sua exclusividade se dava tanto pela sua dificuldade quanto pela sua demora de extração. Exclusividade essa que o tornou mais caro do que o próprio ouro, o metal mais cobiçado da história humana. O Azul Ultramarine já representou a riqueza, a realeza e, em certo momento, até o próprio divino. Hoje, neste editorial, representa o poder, a delicadeza, e acima de tudo representa a liberdade do feminino.









Ficha Técnica

Modelo: Victoria Maddox

Fotografia: Lucas Melo;

Vallentina Monteiro

Styling: Eucário Bianchi;

Vallentina Monteiro

Produção: Lucas Melo;

Vallentina Monteiro

Maquiagem e Cabelo:

Victoria Maddox

ADAPTAÇÕES AO ENSINO REMOTO



Juliana Pessoa possui graduação em bacharelado em Pedagogia pela Universidade de Fortaleza (2005), graduação em Estilismo em Moda pela faculdade católica do Ceará (2007) e mestrado em Design e Marketing com têxteis aplicado à moda pela Universidade do Minho (2012). Atualmente, é professora e coordenadora do Curso de Design de Moda do Centro Universitário Estácio do Ceará e avaliadora do MEC. Possui experiência na área de educação, com ênfase em educação, atuando principalmente nos seguintes temas: design, moda infantil, desenvolvimento, ergonomia e corpo.

Em 2020, o mundo é surpreendido com uma pandemia viral de Covid-19. O vírus se espalhou de forma rápida por vários países. Das muitas medidas adotadas para conter o avanço da doença, uma delas foi decretar quarentena e, conseqüentemente o fechamento de vários setores, dentre estes, as Universidades.

Medidas foram adotadas com certa urgência para dar continuidade aos estudos na forma remota, com a tentativa de minimizar as perdas quanto ao ensino e aprendizagem. Estas medidas adotadas de forma abrupta, muitas vezes com ausência de treinamento e preparo dos docentes, exigiram muito mais atenção e dedicação.

Desta forma, indo além do prejuízo educacional, pois a carga horária reduzida fez com que o conteúdo fosse resumido e as atividades práticas substituídas por outras metodologias. Além disso, tem-se a questão psicológica, pois as exigências são maiores e o atendimento presencial é substituído pelo virtual, podendo gerar ansiedade e stress, sendo que a demanda para atendimento dos alunos mudou.

Convidamos a professora Juliana Pessoa para nos ajudar a entender um pouco sobre esta questão e saber como professores podem lidar e aprender a utilizar as ferramentas necessárias para uma melhor qualidade no ensino remoto.



Contrafo

Como foi lidar de início com essa nova forma de ensino e aprendizagem que foi imposta pela pandemia de Covid 19, fazendo do ensino remoto uma alternativa para a continuidade dos estudos no Ensino Básico e Superior?

Juliana

Trabalhar com tecnologia sempre foi algo muito prazeroso pra mim. Então, aceitar esse ambiente digital foi tranquilo, porém requer muita dedicação, sabedoria e disciplina, pois se não, não existe começo e nem fim.

Contrafo

A falta de preparação dos docentes da Educação Superior para lidar com as tecnologias pode ser vista como um agravante para a demora de algumas instituições terem adotado de forma mais imediata essa alternativa para a continuidade das aulas?

Juliana

Na verdade, as IES que demoraram foram as públicas, pois a particulares tiveram que se reinventar no outro dia em que tudo fechou bem dizer, pois minha mãe, que trabalha em um ensino privado, na semana seguinte já estava dando aula remota. Mas sim, a falta do preparo dos professores, também fez com que demorasse um pouco mais. Mas também não só a falta de preparo dos docentes, mas também dos discentes, dentre outros interesses de cada IES.



**Contrafo**

Qual a infraestrutura necessária para um ensino remoto de maior qualidade?

Juliana

Isso é algo muito relativo. Não se precisa de uma infraestrutura, o que precisa é de uma boa internet, um notebook e muita boa vontade de fazer as coisas acontecerem. E muita paciência, pois o meio digital, como o presencial, tem diversos entraves.

Contrafo

O que pode ser feito para tornar as aulas mais agradáveis e estimular o ensino e a aprendizagem?

Juliana

Hoje, o meio digital possui diversas ferramentas que podem ser usadas para deixar a sala de aula mais dinâmica, como kahoot, mentimeter, padlet, trabalhar sala de aula invertida, trabalhos em equipes, dentre outras formas. O que precisamos ter é criatividade, e paciência e estimular os alunos a desenvolverem as suas habilidades e competências dentro do ensino e do âmbito profissional.

Contrafo

Rotina doméstica x Rotina profissional, como conciliar as duas sendo que o local se tornou o mesmo?

Juliana

Eitaaaaaaaaa!!! Essa pergunta é difícil... Mas vamos lá. Falando de mim... No começo foi difícil estabelecer uma rotina, mas depois que consegui fazer, ficou mais fácil. Meu quarto virou tudo meu. Local de estudo, de trabalho, de dormir, igreja e fazer exercício muitas vezes. Então, depois que criei uma rotina de trabalho e doméstica foi tranquilo e quando a funcionária da minha casa retornou ao serviço, mas no começo foi um verdadeiro caos. Afinal, morei fora e meu quarto sempre foi um pouco de tudo. É tudo questão de adaptação e aceitação. A partir do momento em que você aceita o NOVO, a vida se torna mais leve e tranquila. Você começa a criar hábitos e rotinas, que é algo que faz uma grande diferença na minha vida.

Contrafo

Como lidar com as horas de trabalho com os alunos e fazer os mesmos entenderem os limites de atendimento por parte dos docentes?

Juliana

Olha!!!! Acho que sou um ponto fora da curva. Mas comigo sempre deixei muito claro que não responderia ninguém no final de semana, que podiam mandar mil mensagens, mas eu não responderia. E assim foi feito. Eles dificilmente mandavam mensagens depois de sexta às 18hrs. Também criei uma conta só para alunos, para poder ter mais liberdade. Então não foi algo difícil, mas sabemos que nem todos compreendem e julgam. Então, paciência.



**Contrafo**

Quando os alunos não ligam as câmeras, pode gerar uma sensação de “estar só”. Em sua opinião, isso prejudica o trabalho dos professores a ponto de interferir na qualidade do ensino?

Juliana

Com certeza. Eu sempre me sinto/sentia só quando os alunos não abriam as câmeras, mas hoje respeito e entendo. É uma situação muito similar às aulas presenciais, onde o aluno só faz corpo presente muitas vezes. E fora que, quando as câmeras estão desligadas, a internet funciona melhor. A câmera interfere, mas a falta de microfone é pior, interfere mais, quando só interagem pelo chat ou não interagem. Mas eu costumo puxar dos alunos, chamar, fazer perguntas. Assim, tenho mais interação com eles, mas não é fácil. Nem todos aceitam. Mas digo que hoje, depois de dois semestres remotos, acho que já tivemos uma grande evolução. Só que ainda não é igual ao presencial.

Contrafo

A Professora pôde colaborar ao ministrar o curso para os professores do Curso de Moda UFPI sobre o uso dessas novas ferramentas para o ensino remoto. Como foi esse processo?

Juliana

O processo foi... Foi um processo contínuo, onde na prática mesmo que aprenderam. Foi uma ideia que partiu de mim e chamei o Prof. Cicero para fazermos juntos. Tivemos a apresentação da ferramenta e depois algumas mentorias para tirar as dúvidas. Fizemos um planejamento de aula e decidimos quais ferramentas iríamos apresentar. Depois tivemos um segundo momento, onde apresentei algumas ferramentas para deixar as aulas mais dinâmicas e interativas.

Contrafo

Esse momento foi de muitas mudanças que levou docentes e discentes a se reinventarem no ensino e aprendizagem. Para você quais lições positivas ficam desse ensino remoto?

Juliana

Foram e são tantas lições.... Aprendi muito com o ensino remoto. Não é fácil, pois o momento de dedicação é bem maior e, se não cuidarmos trabalhamos sem parar. Aprendi a ser mais humana, a escutar a dor do aluno e que sempre precisamos de um momento para conversar e sentir como estão nossos alunos. Aprendi a ser mais flexível, pois nem todos os alunos têm a mesma condição na internet. Tem dias em que a internet não funciona. Paciência, pois o processo de ensino-aprendizagem é diferente, mais lento e com suas intercorrências. O limite do começo e do fim, pois o ensino remoto, se deixar, vivemos 24 hrs, então precisamos a aprender a ter limites para o trabalho. Trabalhar metodologias ativas, onde trazemos a vivência de uma sala invertida.

Digite Algo...



ATUAÇÕES NA ÁREA DA MODA

As escolhas de carreira envolvem aspectos objetivos e subjetivos. Por isso, além de conhecer os pré-requisitos e as particularidades de cada área de atuação, é necessário que o estudante de Moda busque o autoconhecimento pessoal e profissional (interesses, habilidades e preferências), em um movimento contínuo de reflexão, considerando a sua realidade e as suas possibilidades no momento, assim como a realidade e as possibilidades do mercado onde pretende atuar, para a identificação das oportunidades de trabalho. Na seleção abaixo, tentei inserir esses aspectos objetivos e subjetivos, entre os quais, incluí também algumas soft skills relacionadas a cada área. Quanto às graduações que incluí além da Moda, não significa que a pessoa deverá ter formação em todas elas, embora para algumas carreiras, como na área têxtil, seja importante a formação específica. No geral, são áreas envolvidas em cada atuação, alternativas de aprimoramento, de especialização, ou até de uma segunda graduação, se a pessoa puder e preferir fazer.

Cláudia Cyléia vê a moda como um campo de conhecimento e uma forma de interpretar o mundo, mas também como negócio e profissão.

Ela é Mestra em Design de Vestuário e Moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), na linha Design de Moda e Sociedade, onde pesquisei o planejamento de carreira na área de Moda. Graduada em Design de Moda pelo Centro Universitário Uninovafapi, também tenho especialização em Gestão de Negócios da Moda pela mesma instituição.

Trabalha, desde 2016, como professora efetiva dos cursos Técnicos em Vestuário (Integrado e Concomitante/Subsequente) e Superior Tecnológico em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí - IFPI (Campus Piripiri).

Acredita que conhecer o trabalho, e se preparar para ele sob os mais diversos aspectos, é tão importante quanto a formação. Por isso, desde 2016, pesquisa as carreiras na área de Moda, a atuação dos egressos de Moda no mercado piauiense, e a Orientação Profissional e de Carreira.



ÁREAS DE ATUAÇÃO EM NÍVEL LOCAL

MARKETING DIGITAL

Qualificação/Formação: graduação em Moda ou Design de Moda; em Marketing ou em Publicidade. Especializações e qualificações em Marketing Digital, Marketing de Moda e Mídias Sociais Digitais.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: distribuição/marcas de moda/varejo/vendas eletrônicas.

A demanda local também está voltada à atuação junto às empresas que, no contexto pandêmico, tiveram que adaptar suas atividades ao cenário on-line, além daquelas que surgiram durante a pandemia. O trabalho é bem mais abrangente que a divulgação de produtos e serviços nas mídias sociais, envolvendo consultorias relativas à retenção da atenção dos clientes on-line, criação de conteúdo estratégico, posicionamento da marca, e relacionamento com consumidores cada vez mais conscientes, entre outras atribuições.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter pensamento criativo e habilidades para comunicar e expressar ideias, de forma escrita e falada; fazer cursos direcionados à área, que está em constante atualização; ser curioso (a), dinâmico (a) e empático (a).

CONSULTORIA DE IMAGEM CORPORATIVA

Qualificação/Formação: graduação em Moda, Design de Moda ou em áreas diversas. Especializações e qualificações em Consultoria de Imagem, *Personal Styling*, Análise de Coloração Pessoal e Consultoria de Imagem Corporativa.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: serviços/consultoria comunicação/varejo.

A área consultoria de imagem tem crescido em nível local, tanto pela demanda do público em geral como pelo interesse em atuar nesse segmento. Os (as) profissionais de consultoria também podem prestar serviços para as empresas de áreas diversas e seus colaboradores, produzindo a imagem pessoal e profissional para transmitir competência e credibilidade, o que não tem relação só com aparência, mas com comportamento, comunicação, e presença digital. Podem atuar ainda, na assessoria, para a criação de uniformes, no desenvolvimento de códigos de vestimenta, na gestão da imagem dos líderes e colaboradores, assim como em palestras e treinamentos sobre este tema.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter habilidades sociais, e de interação com pessoas diferentes: fazer networking, estabelecendo uma rede de relacionamento e credibilidade com quem possa indicar seu trabalho; ser empático (a), empreendedor (a) e flexível.

CONSULTORIA EM GESTÃO, PROCESSOS E NEGÓCIOS

Qualificação/Formação:

graduação em Moda ou em Design de Moda; ou em Administração de Empresas; em Engenharia de Produção ou em Gestão da Produção Industrial Especializações e qualificações em Gestão de Negócios, Gestão de Pessoas, Gestão da Produção, além de cursos sobre marketing, *branding*, processos produtivos e planejamento estratégico.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: indústria de confecção/marcas de moda/distribuição/varejo/serviços/consultoria.

Esse tipo de consultoria é muito abrangente, envolvendo a criação e a gestão de negócios de moda (de modelos e portes diversos), o planejamento estratégico, o planejamento de produto e coleções, e os processos produtivos das empresas. Os (as) consultores (as), além de desenvolverem o seu trabalho no chão de fábrica, também podem atuar no planejamento de marketing, branding, e no posicionamento digital das marcas, entre outras atribuições.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão:

ter habilidades de comunicação, conhecimento de gestão e processos produtivos, marketing, e sobre os desafios enfrentados em cada modelo de negócio; fazer networking, estabelecendo uma rede de relacionamento e credibilidade com quem possa indicar o seu trabalho; ser organizado (a), colaborativo (a) e capaz de apresentar soluções para os problemas da área.

MODELAGEM

Qualificação/Formação:

graduação em Moda ou Design de Moda. Especializações e qualificações na área de Modelagem.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: indústria de confecção/marcas de moda/serviços. Também pode atuar no segmento de ensino.

A demanda por profissionais de modelagem é constante na área de moda, pois são eles quem “traduzem” as ideias dos estilistas e dos designers, com a utilização de técnicas diversas de modelagem manuais e informatizadas. Os (as) modelistas podem trabalhar como empregados de fábricas ou ateliês de confecção, de forma independente, como *freelancers* e, ainda, como professores ou instrutores de modelagem, seja em escolas técnicas, faculdades, universidades, em cursos públicos ou particulares.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão:

ter habilidades técnicas na área, e capacidade de trabalhar sob pressão e cumprir prazos; fazer cursos que possibilitem o aprimoramento das suas habilidades; ser organizado(a), detalhista quanto a observação das especificações (técnicas) do trabalho, e flexível na atuação profissional.

ÁREAS DE ATUAÇÃO EM NÍVEL NACIONAL

DOCÊNCIA EM CURSOS LIVRES ON-LINE

Qualificação/Formação: graduação em Moda ou Design de Moda. Especializações e qualificações em diversas áreas da Moda ou do Design de Moda.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: ensino/ educação/serviços/ vendas eletrônicas.

Durante a pandemia, cresceu a demanda por cursos on-line, que podem ser produzidos e ministrados de qualquer e para qualquer lugar do mundo, e disponibilizados para venda em plataformas especializadas, que ficam com uma porcentagem das vendas. Desse modo, pessoas com qualificações e as habilidades necessárias, e com a possibilidade de emitir certificados, podem atuar como professoras em cursos livres, que têm como principal característica a oferta de um conhecimento específico dentro de determinada área, assim como uma duração mais rápida em relação aos cursos técnicos e superiores.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter habilidades para transmitir conhecimentos de forma organizada e compreensível, comunicação eficaz e disposição para estudar e aprender; fazer cursos na sua área de atuação, bem como de ferramentas tecnológicas; ser curioso(a), empreendedor(a) e organizado(a).

CONSULTORIA NO DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARES E APPS

Qualificação/Formação: graduação em Moda ou Design de Moda; em Design ou Design Gráfico. Especializações e qualificações e/ou cursos de aperfeiçoamento em áreas específicas da Moda ou do Design, ou na área de Tecnologia e Inovação.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: indústria têxtil/ indústria de confecção/marcas de moda/varejo/comunicação/serviços/ startups/vendas eletrônicas.

Aqui, não se trata necessariamente de desenvolver *software* e/ou aplicativos, pois há profissionais especializados na função. Trata-se de prestar consultorias mais específicas, em relação as áreas de Moda e Design, no intuito de ajudar a propor soluções tecnológicas e inovadoras para problemas das empresas desses setores. Exemplos são os *softwares* de modelagem, de desenho, de pesquisa para planejamento e projetos de coleções, plataformas de compartilhamento de informações, aplicativos de vendas, entre outros. A consultoria diz respeito a questões técnicas de Moda e Design, mas nada impede que o(a) profissional busque graduações ou especializações na área de Tecnologia, se quiser.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter capacidade de trabalhar em equipe; fazer cursos que possam aprimorar suas habilidades na área, que está em constante atualização; ser colaborativo(a), curioso(a) e capaz de propor soluções para as demandas dos(as) clientes.

DESIGN DE ESTAMPAS

Qualificação/Formação: graduação em Moda ou Design de Moda; em Design ou Design Gráfico; em Artes Visuais ou Artes Plásticas. Especializações e qualificações na área de Design Gráfico, Ilustração, Arte Digital, Design de Estampas, Design Têxtil, e/ou cursos de aperfeiçoamento em softwares para desenho, ilustração e edição de imagens.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: indústria têxtil/ indústria de confecção/marcas de moda/varejo/comunicação/serviços/vendas eletrônicas. Também pode atuar no segmento de ensino.

No design de estampas são criadas imagens bidimensionais para aplicação em superfícies diversas. Além de criar a imagem, o(a) designer precisa conhecer o tipo de material em que ocorrerá a aplicação e a técnica a ser utilizada, para que isso não interfira no resultado de desenho e cor. Trabalham como *freelancers* ou são contratados(as) por varejistas de moda, tecelagens e estamparias, ou no design de interiores e empresas de produção. Também podem atuar como professores em cursos on-line, assim como disponibilizar e desenvolver os seus serviços via internet, para clientes de qualquer lugar do Brasil e do mundo.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter domínio das ferramentas e técnicas necessárias à sua atuação, capacidade de trabalhar sob pressão e cumprir prazos, e um portfólio para divulgação dos seus trabalhos; fazer cursos que possam aprimorar suas habilidades; ser criativo(a), curioso(a) e capaz de propor soluções para as demandas dos(as) clientes.

DESIGN GRÁFICO

Qualificação/Formação: graduação em Moda ou Design de Moda; em Design ou Design Gráfico. Especializações e qualificações na área de Design Gráfico, Ilustração, e/ou cursos de aperfeiçoamento em *softwares* para desenho, ilustração, edição de imagens e diagramação.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: indústria de confecção/marcas de moda/comunicação/varejo/serviços/vendas eletrônicas. Também pode atuar no segmento de ensino.

Os(as) designers gráficos atuam como empregados ou *freelancers*, criando projetos de design e comunicação visual para marcas e/ou coleções (material gráfico, como manuais de marca, manuais de identidade visual, diagramação em meios impressos e virtuais, etiquetas, logotipos, embalagens, cartões de visita, convites, catálogos, *lookbooks*, etc.). Durante a pandemia, cresceu a demanda nacional por projetos de design gráfico para comunicação, principalmente via mídias sociais. Assim como os professores de cursos livres on-line, seus serviços podem ser comercializados e desenvolvidos à distância, inclusive no formato de cursos on-line.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter domínio das ferramentas (*softwares*) necessárias à sua atuação, capacidade de trabalhar sob pressão e cumprir prazos, e um portfólio para divulgação dos seus trabalhos; fazer cursos que possam aprimorar suas habilidades; ser criativo(a), curioso(a) e capaz de propor soluções para as demandas dos(as) clientes.

ÁREAS DE ATUAÇÃO EM NÍVEL INTERNACIONAL

RESPONSABILIDADE CORPORATIVA

Qualificação/Formação: graduação em Moda ou em Design de Moda; graduação em Marketing ou em Publicidade; ou graduação na área de Administração de Empresas; Especializações e qualificações em Marketing, Gestão, ou em Responsabilidade Social.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: indústria têxtil/indústria de confecção/marcas de moda/varejo/marketing/serviços/comunicação/consultoria.

Os(as) profissionais desta área trabalham para que os valores das empresas sejam refletidos na dinâmica dos negócios. Nesse caso, desenvolvem e acompanham estratégias para que a cultura interna e a estrutura dessas empresas estejam associadas a valores como a sustentabilidade, a diversidade, a inclusão e a responsabilidade social. O trabalho pode ser feito na forma de consultorias, palestras e/ou treinamentos, mas atualmente há empresas que possuem colaboradores contratados para essa função.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter conhecimentos da indústria da moda e das dinâmicas sociais, além de habilidades de gestão e liderança; fazer propostas condizentes com a cultura do negócio no qual ou para o qual atua, ou seja, não tentar “maquiagem” a realidade da empresa; ser comunicativo(a), colaborativo(a), flexível e empático(a).

PESQUISADOR E DESENVOLVEDOR TÊXTIL

Qualificação/Formação: graduação em Moda ou Design de Moda, com especializações na área têxtil; graduação em Engenharia Têxtil. Especializações e qualificações em Têxtil e Moda ou em Engenharia Têxtil.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: indústria têxtil/ indústria de confecção/marcas de moda/serviços/vendas eletrônicas.

Atuação muito específica, pois exige conhecimentos técnicos da área têxtil. Por ter demanda internacional e pesquisas publicadas internacionalmente, é necessário o domínio de idiomas como o inglês. Os(as) profissionais trabalham junto a centros ou instituições de pesquisa, e na indústria têxtil (fiação, tecelagem, malharia e beneficiamentos), em parceria com engenheiros (caso não sejam graduados em Engenharia Têxtil), criando e acompanhando o processo de desenvolvimento de tecidos. Acompanham o processo de fiação, tecelagem e tinturaria, definindo espessura dos tecidos. Também podem atuar no setor de serviços, promovendo ações de marketing e venda dos artigos criados.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter afinidade com a pesquisa, ter conhecimento técnico, capacidade de trabalhar em equipe, e de propor soluções para as demandas do setor em que atua, além da formação ou especialização na área têxtil; fazer e ser colaborativo(a), organizado(a) e disciplinado(a).

GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE (OU CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT – CRM)

Qualificação/Formação: graduação em Moda ou em Design de Moda; graduação em Marketing ou em Publicidade; Especializações e qualificações nas áreas de Marketing, Gestão de Negócios, Gestão de Clientes.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: indústria têxtil/indústria de confecção/marcas de moda/varejo/marketing/serviços/comunicação/consultoria.

A gestão de relacionamento com o cliente procura conhecer e administrar o interesse dos consumidores, ao mesmo tempo em que estreita o relacionamento destes com a empresa. Ou seja, os profissionais da área buscam formas de não apenas de conquistar clientes, mas de manter os que já existem, na intenção de que esse relacionamento seja duradouro. Isso ocorre por meio do desenvolvimento e gestão de estratégias como *softwares* que coletam informações sobre vendas e popularidade de produtos, marketing digital, programas de fidelidade e e-commerce, entre outras.

O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter conhecimentos de gestão, comunicação, marketing e programas de relacionamento, além da capacidade para propor soluções na empresa em que atua; buscar as atualizações constantes que a sua área exige; ser comunicativo(a), colaborativo(a) e empático(a).

ESPECIALISTA EM SUSTENTABILIDADE

Qualificação/Formação: graduação em Moda ou Design de Moda; graduação em Engenharia de Produção. Especializações e qualificações nas áreas de sustentabilidade e meio ambiente, moda e sustentabilidade ou Engenharia de Produção.

Em que ponto da cadeia de moda o profissional atua: indústria têxtil/indústria de confecção/marcas de moda/varejo/marketing/serviços/comunicação/consultoria.

Especialistas em sustentabilidade podem atuar em praticamente todos os pontos da cadeia de moda, no desenvolvimento e na aplicação de práticas sustentáveis para a indústria e o varejo, o que constitui uma demanda em nível local, nacional e internacional. Essa ampla atuação pode ocorrer em pesquisas de materiais e em projetos que possam reduzir os impactos da produção industrial no meio ambiente; ou acontecer no formato de consultorias, treinamentos, palestras. O(a) especialista em sustentabilidade guia as empresas na integração de fontes sustentáveis às práticas ambientalmente amigáveis.

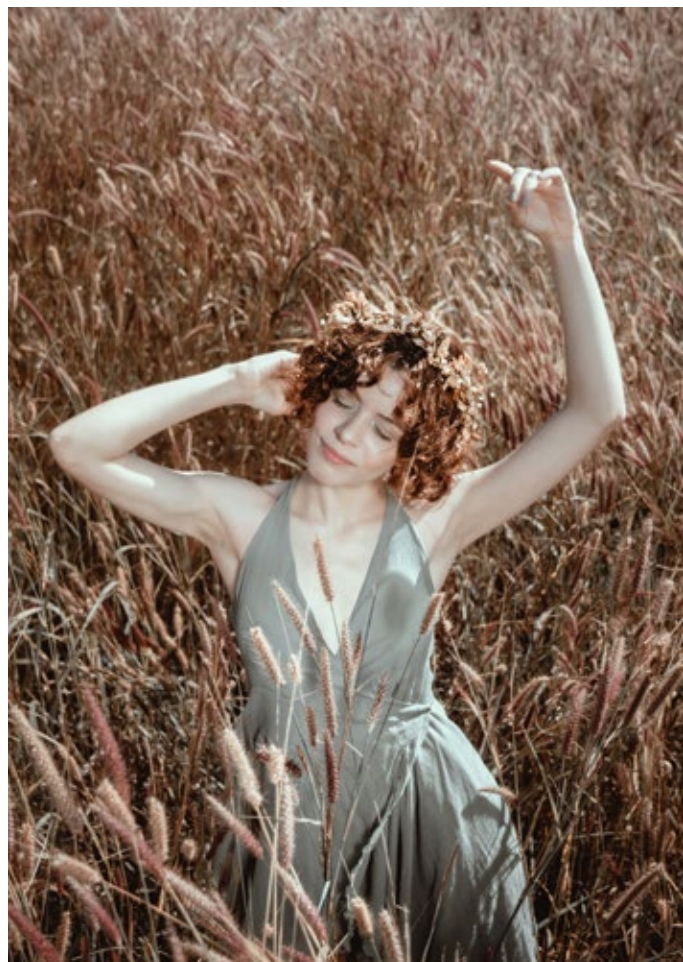
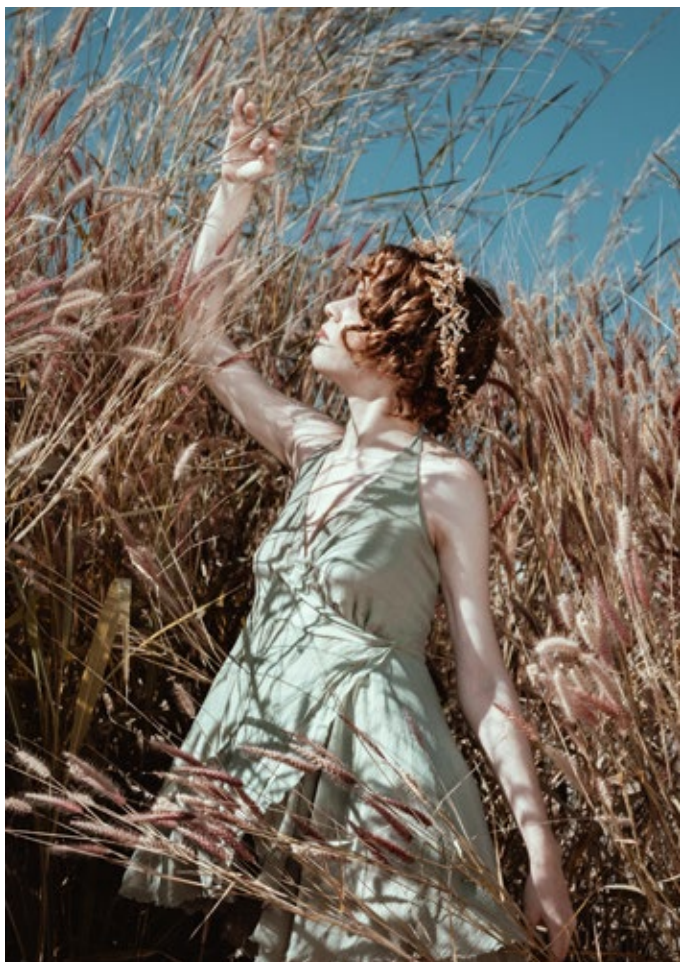
O que fazer para se aperfeiçoar e se destacar na referida profissão: ter habilidade para propor e comunicar soluções sustentáveis e estar ciente das atualizações na sua área de atuação; conhecer processos industriais e práticas sustentáveis, assim como práticas de comércio justo e consumo consciente; ser colaborativo(a), organizado(a) e flexível.



UM CONTO DE FADAS

onde a natureza encontra o fantástico





release

Neste editorial, abraçamos a estética e fantasia de um conto de fadas com os aspectos intrínsecos da natureza, como sua beleza, espontaneidade e simplicidade, conectando o sujeito ao meio que o representa. Trazemos como um dos nossos objetivos principais, fugir da ideia de fada mística que se sobressai ao seu ambiente e, apresentamos o conceito de um ser que é intimamente ligado à natureza, paisagens e seus respectivos elementos.







Vallentina Monteiro é fotógrafa e estudante do curso de Moda, Design e Estilismo da UFPI e deu início a um projeto fotográfico ao lado de Lucas Melo, fotógrafo e filmmaker. Ambos decidiram unir suas paixões pela arte através da fotografia e do vídeo e deram início a uma série de projetos limitados apenas pela imaginação e criatividade.

O editorial conta com a ilustradora e, também aluna do curso de moda, Sandy Emilly, como modelo, agregando às fotos a estética que remete às fadas.

“Nós encontramos, acima de tudo, liberdade pra fazer o que nós realmente queremos. Todos os aspectos de pré produção, produção e pós nós fazemos em conjunto.”

Ficha Técnica:
 Modelo: Sandy Emilly
 Fotografia: Lucas Melo; Vallentina Monteiro
 Videografia: Lucas Melo; Vallentina Monteiro
 Assistência: Pádua Neto; Yan Farias
 Produção: Lucas Melo; Vallentina Monteiro



Empreendedorize-se...

Rosa Katai

Relacionar empreendedorismo a lucro rápido ou, como sendo uma alternativa de ser seu próprio chefe, fazer seus horários e suas próprias regras é um dos pensamentos e caminhos que levam muitos a abrirem seus próprios negócios. Um fator que impulsionou o aumento no número de empreendedores no Brasil em 2020, foi o aumento de demissões e a baixa quantidade de vagas no mercado de trabalho em decorrência da Pandemia de COVID-19 em março do ano passado. Entre Março e Abril de 2020 foram registrados 1,49 milhão de novos registros de MEI's no Brasil, segundo dados do Portal do Empreendedor. Além disso, os MEI's representam 99% dos negócios, sendo responsáveis por 30% do Produto Interno Bruto (PIB). Segundo dados do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, a população na faixa etária de 18 à 64 anos é responsável por 34% do empreendedorismo no país. Isso contando com os negócios formalizados. Se forem levados em conta os negócios informais, a taxa é muito maior.

Com a crise econômica agravada na pandemia e o fato das pessoas ficarem mais em casa, a alternativa foi "fazer do limão uma limonada" e, muitos criaram o próprio negócio. Alguns, a partir de um hobby, ou na sua própria área de formação. Com uma alta histórica, o setor de serviços registrou uma média de 246 mil novos negócios em janeiro de 2021, sendo o maior número nesta última década.

O empreendedorismo gera emprego, aumenta a renda e as condições de melhoria para empreendedores e consumidores, levando a economia do país a girar. Ainda assim, falta no Brasil mais oportunidades, incentivos e ações do governo para o empreendedorismo, pois estas ainda são tímidas. Com o aumento do número de novos negócios surgindo, espera-se uma atitude mais efetiva por parte dos gestores públicos e um caminho para cobranças mais efetivas por parte dos empreendedores.

Então, vamos empreender? A primeira dica que dou é começar com o plano de negócio. Não basta ter a ideia ou saber fazer, o planejamento é fundamental antes da execução. Feito isso, execute o plano. Outro ponto importante é sempre continuar estudando e se capacitando sobre o seu negócio. Utilize as redes sociais para aumentar as vendas e divulgar seu negócio, pois aqui a máxima "quem não é visto, não é lembrado" é fundamental. E lembre-se de atribuir uma atenção especial à gestão financeira da microempresa, pois muitas vezes pode ocorrer de, no início, se misturar o dinheiro da empresa com o pessoal e, este é um erro fatal, o que muitas vezes leva um negócio a quebrar e uma empresa a fechar as portas.

Por fim, o medo faz parte do processo, mas não deixe que ele lhe impeça de fazer. Arrisque-se!



Empreendedorismo



Ilustração: Hyane Assunção

Lições de Economia: com Clarisse Lispector

Hyane Assunção

Conectada com as demandas da sociedade, Clarisse Lispector, já há muito tempo atrás, falava para mulheres sobre economia. Dizia que economizar, atualmente, nem era mais questão de poupar para o futuro, mas sim, poupar para sobreviver ao agora. Dizia ainda que, não basta ter dinheiro, pois é preciso saber comprar. Assim como, também não basta saber comprar, é preciso saber usar.

Percebemos aqui, uma ideia surgindo nas entrelinhas das palavras de Clarisse: o consumo consciente. Comprar melhor é a chave para economizar dinheiro e ainda contribuir para uma menor geração de lixo. Mas será se o consumo consciente, de fato, ajuda a curar as mazelas da cultura do consumo?

Infelizmente, a resposta é: não.

O consumo consciente ainda é um luxo que, sozinho, não gera uma mudança significativa. Em uma entrevista para a GNT, em 2021, Rita Von Hunty traz esta reflexão quando

questiona “O Brasil está composto de mais gente que escolhe o que come ou de mais gente que come o que dá? Que escolhe o que veste ou veste o que tem? Escolhe como vai para o trabalho ou vai para o trabalho do jeito que der? Então, adianta uma pequena classe que pode mudar seus hábitos, mudar seus hábitos? Não. Ou a gente troca o sistema de produção e consumo ou tá dado a nossa possibilidade de encerramento no planeta”.

Não se pode pensar na moda sem considerar sua relação com o meio ambiente. Junto com o consumo que é estimulado, tem-se a rapidez do descarte e a alta geração de lixo em todas as etapas de produção e comercialização. Por isso, repensar o seu modo de produção é crucial. Como Zygmunt Bauman alerta, em seu livro *Vida para consumo* (2008), o problema não está centrado no ato de consumir, mas no desejo incessante de consumir continuamente.

Então, o consumo consciente é uma utopia?

Não. É uma ideia que pode impulsionar mudanças. Consumir de forma responsável tem grandes vantagens, mas é preciso considerar a realidade da maioria da população brasileira, que vive com orçamento bastante limitado que não há margens para regalias. Por isso, falar em produtos sustentáveis e marcas *slow fashion* sem reconhecer o acréscimo no preço para o consumidor final é utopia. É essa realidade que precisa ser trabalhada.

Nesse contexto, podemos extrair alguns aprendizados do consumo consciente que podem ser aplicados de maneira geral?

Sim. O próprio “saber comprar para economizar” dito por Clarisse, é um exemplo que pode ser desmembrado em quatro aspectos: planejamento, compra, uso e cuidado.

Observar o que se tem, anotar itens que estejam faltando e evitar adquirir peças repetidas ou semelhantes... Tudo isso faz parte do planejamento. Planejar para comprar apenas o essencial e fazer uma pesquisa de preço, ajudam a comprar melhor. Na hora de escolher os produtos, optar por aqueles que, de fato, serão usados com mais frequência e por um período de tempo maior. Sempre que possível, priorizar a qualidade ao invés da quantidade, para que os itens durem mais.

Não ter vergonha de repetir roupa. Roupas não são descartáveis. Não é porque a indústria da moda lança tendências com frequência que você precisa adquirir. Exercitar a criatividade para versatilizar o guarda-roupa com um número menor de peças é essencial na busca pela economia.

Por fim, tem-se o cuidar. Uma roupa bem cuidada tem a vida útil prolongada. Por isso, respeitar as indicações de lavagem e secagem que aparecem nas etiquetas é essencial. Na dúvida, não alveja, use sabão neutro ou de coco e deixe secar à luz indireta do sol. Estas dicas servem para boa parte dos materiais.

Todos estes elementos estão dentro do conceito de consumo consciente e são lições de economia. Afinal, “economia, quando não se torna mania nem usura, é fonte de sobriedade e, é claro, de mais dinheiro”, já ensinava Clarisse.

UMA COISA É CERTA: A MODA NÃO É MAIS PARA TODOS

Hyane Assunção

Podemos transitar entre as ruas, entrar em uma loja qualquer e até exagerar em umas compras ali. É algo tão corriqueiro que não encaramos aquilo como privilégio. Entendemos que, se o dinheiro dá e a roupa cabe, então está tudo ok. Por que não estaria, não é mesmo? O fato é que essa não é a realidade de muitos. Deixando de lado a questão socioeconômica, quero trazer à luz outro empecilho de compra: o de não ter roupa adequada.

Pessoas com corpos diversos que se distanciam da estética padrão tendem a ter dificuldades em comprar itens de moda. Tecidos, aviamentos, um bolso aqui ou acolá. O que, para os demais, pode até ser um diferencial interessante na peça, para outros, gera um verdadeiro desafio na hora do uso.

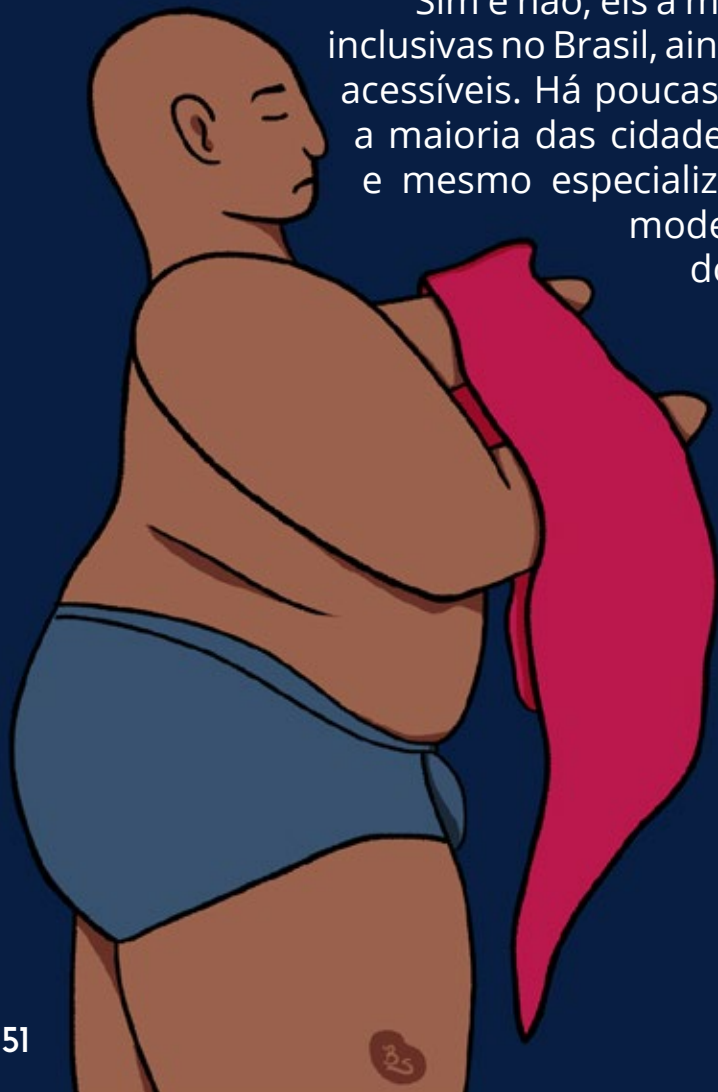
Então, para suprir a necessidade do vestir, alguns se encontram na encruzilhada de ter de abdicar do que gostam e usar o que encontram, muitas vezes desistindo do que seria o seu tamanho adequado na grade da marca, para usar um tamanho maior, que facilite o vestir.

Se você pensar nisso, chegará à seguinte pergunta: E as marcas inclusivas? Não estão aí para atender a esta demanda?

Sim e não, eis a minha resposta. Apesar de existirem marcas inclusivas no Brasil, ainda são poucas, e os preços nem sempre são acessíveis. Há poucas lojas físicas espalhadas pelo país, ficando a maioria das cidades e dos estados sem uma representação, e mesmo especializadas neste público, as marcas oferecem modelos que nem sempre consideram a estética do produto, oferecendo modelos funcionais, porém, geralmente básicos e repetidos.

O fato é que, ainda é necessário avançar muito mais nesta área. Afinal, moda inclusiva abrange todos os públicos, com e sem deficiência.

Talvez por acreditar tão fortemente neste conceito, carrego uma visão quase utópica de que, a moda inclusiva deveria ser a regra, e não a exceção. Para mim, enquanto houver esta delimitação onde, para trabalhar com moda inclusiva, a marca detém-se a atender apenas a um público específico, que geralmente são pessoas com alguma deficiência física, ainda estaremos vivendo a falsa noção de inclusão.



PIAUI FLORAL

PINTURA + BORDADO



A tela “Piauí Floral” alia a pintura acrílica ao bordado manual. Esta proposta de trabalho busca utilizar detalhes que trazem mais textura e uma nova percepção do desenho, resgatando a arte do bordado e trazendo novas propostas de aplicação.

AS MENINAS

AS MENINAS é uma marca slowfashion piauiense de arte e artesanato contemporâneo que busca resgatar o feminino e a delicadeza. Formada pelas irmãs Vitória e Helena Alencar, a marca engloba diversos produtos e, um dos grandes destaques, são os quadros pintados e bordados, que sempre carregam motivos florais, cores vibrantes, a delicadeza feminina e o regionalismo, representando paisagens e símbolos do estado do Piauí.

As peças são desenvolvidas pelas duas irmãs que, literalmente, “pintam e bordam”. Vitória é Arquiteta, formada pela UFPI e, é responsável pela ilustração e pintura das peças. Os bordados são feitos pelas mãos de Helena, estudante de Moda, Design e Estilismo na UFPI.



@_asmeninas no Instagram: Para conhecer mais sobre o trabalho da marca AS MENINAS e adquirir uma de suas peças.



