

DEAMBULAÇÕES ENTRE MODA ARTESANAL E MODA DIGITAL

Wanderings between artisanal fashion and digital fashion

Bairros, Amanda da Silveira; Mestranda; Universidade do Estado de Santa Catarina,
amanda.sbairros@hotmail.com¹

Rech, Sandra Regina; Doutora; Universidade do Estado de Santa Catarina, sandra.rech@udesc.br²
Grupo de Pesquisa Design de Moda e Tecnologia³

Resumo: A transitoriedade e a mudança fazem parte da moda e o anseio em desenvolver o inovador é constante. Avanços digitais e tecnológicos transformaram a área e, embora tenham sido de suma importância, pôde-se, ao mesmo tempo, perceber o aumento na demanda pela moda artesanal, refletindo uma reconexão com o manual. Diante disso, este artigo, baseado em pesquisa básica e bibliográfica, visa estruturar um paralelo acerca das modas digital e artesanal, de forma que se compreenda as relações entre as duas áreas.

Palavras chave: Moda artesanal. Moda digital. Inovação.

Abstract: *Transience and change are part of fashion and the desire to develop the innovative is constant. Digital and technological advances have transformed the area and, although they have been of paramount importance, one could, at the same time, perceive the increase in demand for artisanal fashion, reflecting a reconnection with the manual. Therefore, this article, based on basic and bibliographic research, aims to structure a parallel about digital and artisanal fashions, in order to understand the relationships between the two areas.*

Keywords: *Artisanal fashion; digital fashion; Innovation.*

Introdução

É notório que a transitoriedade faz parte da natureza *fashion* e que há uma constância no desenvolvimento veloz de produtos inovadores, visando suprir necessidades e desejos dos consumidores. A literatura aponta que a pandemia do SARS-CoV-2 corroborou para a antecipação e o crescimento de tendências tecnológicas já em curso, mediante o incremento de diversas plataformas digitais e do aprimoramento da experiência do consumo de moda. Assim, a partir do ano de 2020, as transformações se intensificaram, alterando os meios de criação, produção, venda, comunicação e difusão de marcas de moda.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina, Especialista em Design de Superfície pela Universidade Federal de Santa Maria (2019) e graduada em Tecnologia em Design de Moda pela Universidade Franciscana (2017).

² Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2006), mestre em Engenharia de Produção pela mesma instituição (2001), docente associada da Universidade do Estado de Santa Catarina e professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Moda, atuante na linha de pesquisa Design, Moda e Tecnologia.

³ O objetivo principal do grupo é a realização de estudos e pesquisas sobre as diversas relações entre Design, Tecnologia, Gestão do Conhecimento e Inovação, tendo por foco a interação com a Sociedade e o Meio Ambiente.

Concomitantemente, neste período, pôde-se observar um aumento exponencial na demanda da moda artesanal, *i.e.*, dos produtos únicos e feitos à mão, além disso as artes manuais, como forma de terapia no período pandêmico, retomaram força e transformaram as incertezas do período em reinvenção, com alternativas para aumento de renda e solução, como única forma de obtenção de recursos financeiros.

Isto posto, o objetivo do presente artigo é estruturar um paralelo entre moda artesanal e digital, de modo a compreender as relações entre ambas. O desenho metodológico abarcou pesquisa básica, qualitativa e exploratória, com procedimentos técnicos de pesquisa bibliográfica. Além desta introdução, o texto é organizado em mais quatro seções. Uma breve abordagem da moda artesanal é salientada na primeira parte, e, em seguida, o crescimento expansivo da tecnologia na área da moda. Na terceira seção, ilustram-se as relações entre moda artesanal e digital. Finalizando, apresentam-se as considerações finais e sugestões de tópicos para futuras pesquisas.

Moda artesanal: um resgate do feito a mão

A atividade manual existe há milhares de anos, acompanhando a humanidade desde a pré-história, e o termo artesanato começou a ser empregado, de forma abrangente, no período pós Revolução Industrial (LIMA, 2009). É explicado por Freitas (2017) que o artesanato adveio de necessidades do ser humano com relação à alimentação, proteção e expressão, pois durante milênios era a única maneira existente de se produzir objetos (LIMA, 2009), sendo um grande contribuinte para o desenvolvimento da manufatura (FREITAS, 2017). Diante disso, Freitas (2017) elucida que mecanismos de troca de mercadoria acabavam por movimentar e estimular a economia, promovendo o desenvolvimento de habilidades técnicas e criativas, originando formações de grupos sociais produtivos, geralmente formado por familiares, que mais tarde vieram a se tornar o que se entende por artesãos. A autora (2017) também acrescenta que a atividade dos artesãos se dava desde a concepção do produto até sua comercialização.

É oportuno ressaltar que, na maioria dos países da América Latina, diferentemente dos europeus, o artesanato é exercido de forma coletiva e com as técnicas, processos produtivos e um legado imaterial passados de geração em geração (Figura 1) (KELLER, 2014; BORGES, 2011).

Figura 1: Artesãos desenvolvendo a técnica de bordado



Fonte: Castro, 2022.

Santiago (2012) salienta a existência de tipologias para o artesanato, subdivididas em algumas categorias, como:

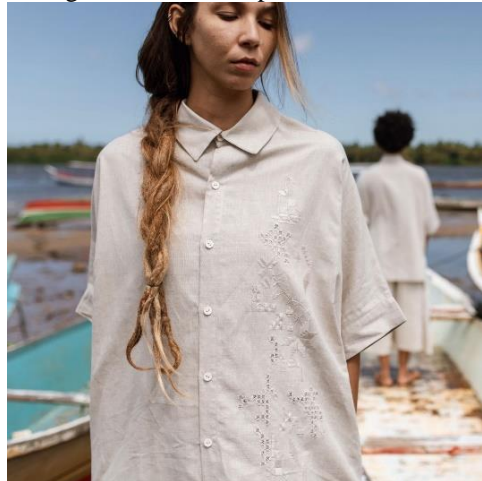
- a) Artesanato indígena, produzido em comunidades indígenas e caracterizado pelo estilo de vida coletivo;
- b) Artesanato de reciclagem, no qual a principal matéria prima é de origem reciclada, diminuindo a extração de recursos;
- c) Artesanato tradicional, que expressa a cultura de determinada região ou grupo social e tem seus costumes, tradições e vida cotidiana representados;
- d) Artesanato de referência cultural, que busca a releitura de elementos culturais e tradicionais de determinadas regiões e tem como foco principal a diversificação de produtos;
- e) Artesanato contemporâneo conceitual, em que trabalhos que envolvam o estilo de vida e/ou afinidades culturais são valorizados e a inovação é uma diferenciação a ser considerada.

À vista disso, é indicado por Keller (2014, p. 324) que o artesanato constitui ‘uma forma de expressão cultural entre a tradição e a contemporaneidade’, além de ser possível o perceber envolvido em algumas dimensões sociais. O autor (2014) complementa que as artes manuais são capazes de promover inclusão social através da geração de renda e resgate de valores regionais e culturais. Desta forma, na sociedade contemporânea, o trabalho artesanal é considerado uma atividade produtiva de valor social, cultural e econômico.

Farias (2021) corrobora que as técnicas artesanais baseiam-se no saber criar e elaborar objetos e artefatos a partir de referências presentes na cultura, natureza e cotidiano e, como Keller (2014) explica, o trabalho artesanal envolve técnica e arte, e contribui para que habilidades manuais e criativas convivam em união. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 1997) destaca que a singularidade dos produtos artesanais deriva de suas diversas características, que podem se dividir em utilitárias, artísticas, criativas, tradicionais, entre outras. Assim, sob o olhar de Porto Alegre (1994, p. 21) ‘criação e tradição caminham lado a lado’. É pertinente destacar que o artesanato não é considerado somente um modelo de trabalho, mas também um ideal portador de valores fundamentais, como um estilo de vida, denominador de saberes, da ciência e arte, assim como do desenvolvimento humano (MILLS, 2009).

Isto posto, o artesanato fez, e ainda faz, parte da experiência humana. Deste modo, é considerado uma manifestação de valores materiais e imateriais e seus saberes, técnicas e processos são comumente utilizados na criação de moda (Figura 2).

Figura 2: Bordado aplicado em camisa



Fonte: Castro (2022).

No que tange aos hábitos de consumo de usuários, Svendsen (2010) ilustra que o ser humano tende a buscar satisfação de suas necessidades e desejos por meio do consumo de mercadorias e serviços, contudo o autor (2010) explica que existem razões para as preferências de consumo na sociedade, ou seja, necessita-se de diferenças que surgem na forma de valores simbólicos, além disso, em razão da quantidade

desproporcional de produtos oferecidos é necessário apelar para âmbitos emocionais e de experiência, como indica Lipovetsky (2009). Logo, Vieira (2020) complementa que a moda procura se adaptar as novas faces do tempo, recriando-se diante de seus consumidores.

Na atualidade, percebe-se um aumento significativo na demanda por produtos com identidades e valores simbólicos (BAIRROS; MELLO, 2021), e ocorre um ‘ressurgimento do artesanato como meio de produção possível e poética própria’ (MORAES, 2009, p. 10). Assim, a busca por agregar valor a produtos, através do artesanato (Figura 3), auxilia a fortalecer identidades locais, a cultura e saberes e contribui para impulsionar investimentos tanto em design quanto na moda (KRUCKEN, 2009).

Figura 3: Exemplo de peças em crochê



Fonte: Elle Brasil (2021).

Técnicas artesanais como bordado, crochê, tricô, entre outras, são comumente utilizadas em produções tanto de vestuário quanto de acessórios e o crescimento gradativo da utilização do artesanato na moda pôde ser observado, principalmente a partir de 2020, por consumidores e crítico da área (CIDRAL, 2020). Este aumento, bem como o interesse nos artefatos feitos à mão não é ocasional e com o confinamento e distanciamento social, como consequência da pandemia de COVID-19, a procura por aprender algo novo, especialmente algo artesanal e manual, cresceu exponencialmente. Tendências como *craftcore* e o “faça você mesmo” ganharam espaço e auxiliaram na promoção de um novo olhar para processos artesanais.


Diante disso, o artesanato pode ser incluído na moda, como explicado por Gomes e Araújo (2013), como complemento simbólico, agregando valor ao produto ou sendo atribuído ao total desenvolvimento dos artefatos e, mesmo com avanços tecnológicos e a produção em massa (*fast fashion*), os fazeres manuais permanecem presentes na produção da moda. Com isso, a utilização do artesanto como elemento de exclusividade traz consigo valores emocionais, coletivos e culturais para a criação e desenvolvimento de novos produtos, representando olhares mais humanizados para a indústria da moda (VIEIRA, 2020). Portanto, da mesma forma que o artesanato, a colaboração que surge entre moda, design e artesãos é feita de tempo, pois é por meio da construção de elos nutridos pelo tempo que existem as oportunidades de mergulhar nas possibilidades propostas pelas técnicas artesanais e nos potenciais criativos carregados por artesãos (CASTRO, 2022).

Ademais, a moda artesanal carrega uma singularidade, pois, além de se basear principalmente no resgate do artesanato, parte da premissa de que cada peça é única e desenvolvida com propósito, promovendo uma conexão com seus usuários e buscando a valorização de processos e saberes. O feito à mão pode ser visto em detalhes ou em sua totalidade, trazendo significados simbólicos para os artefatos, bem como valores emocionais, coletivos e culturais.

Moda digital: a busca pelo inovador

A história da humanidade pode ser relacionada com o desenvolvimento tecnológico, no qual muitas tecnologias utilizadas ao longo dos tempos foram fundamentais para a evolução humana. É ratificado por Marques (2018) que as inovações foram de grande valia para a transformação do planeta. Deste modo, entende-se as mudanças ocorridas na vida com relação à tecnologia como um resultado de forças associadas a novas formas de acesso, compartilhamento e utilização de objetos e informações que se tornaram parte do cotidiano (MARQUES, 2018).

Nas últimas décadas, a digitalização do ambiente em que o ser humano se encontra se expandiu exponencialmente e o crescimento do número de plataformas digitais, simultaneamente ao incremento da tecnologia foi significativo em diversas áreas, como a moda. Com o surgimento de técnicas como impressão tridimensional, estampa digital, bem como tecidos tecnológicos, e vestimentas focadas na experiência de usuários novas maneiras de inovação na área emergiram, junto ao auxílio de planejamento e análises desenvolvidas por meio de inteligência artificial e outros



processos tecnológicos. Em razão da pandemia de SARS-CoV-2, houve uma aceleração acentuada da influência tecnológica na moda, e terminologias como moda virtual, moda digital, metaverso e NFTs, por exemplo, começaram a ganhar destaque e ser comumente encontrados ao se realizar uma busca simples na internet. Entretanto, esta virtualização na moda não é recente, pois há algum tempo designers e marcas em inovações na área, a exemplo da coleção de *skins* para o jogo *League of Legends* assinada pelo estilista Nicolas Ghesquière, da Louis Vuitton, desenvolvida em 2019, ilustradas na Figura 4 (RIVAS, 2019; RODOLFO; KIEVEL, 2021).

Figura 4: Skins League of Legends



Fonte: Domingues (2019).

Conforme Mcdowell (2022), a moda virtual, em especial o metaverso, foi enfatizada na Semana de Moda de Nova York 2022 (Figura 5) com desfiles virtuais realizados através de plataformas específicas contando com a participação de jornalistas e convidados por meio de avatares personalizados, bem como desfiles infiltrados na passarela tradicional, ilustrando os graus de imersão entre virtual e real. Além disso, é pertinente destacar a primeira *Metaverse Fashion Week*, ocorrida em março de 2022 com mais de 60 marcas participantes artistas e designers e inúmeras experiências imersivas (DECENTRALAND, 2022).

Figura 5: Desfile desenvolvido no metaverso



Fonte: Mcdowell (2022).

Malar (2021) discorre que o metaverso representa possibilidades de acessar realidades paralelas, muitas vezes ficcionais, em que usuários ganham experiências de imersão, não é considerado algo real, mas sim algo que passa a sensação de realidade, sendo auxiliado estruturalmente no mundo real.

É a criação de um mundo virtual persistente, em que os consumidores podem alternar entre diferentes experiências virtuais. Será alimentado por uma economia virtual em que há empregos e o mesmo tipo de mecânica financeira que vemos em economias típicas [...] (PATERSON, 2021, p.18).

Com relação às inovações recentes no meio digital, ressaltam-se os NFTs ou *Non-Fungible Tokens*, ativos digitais habilitados para a tecnologia *blockchain* que codificam conteúdos em contratos inteligentes e apresentam identidade e propriedade comprovadas (WILSON, KARG E GHADERI, 2021), além de serem considerados uma espécie de criptomoeda diferente das convencionais, não podendo ser substituídos.

Dessa forma, artistas, designers e grandes marcas começaram a investir em NFTs e coleções digitais únicas, de modo a gerarem receitas adicionais e novas formas de distribuição, ocasionadas tanto no desenvolvimento de produtos virtuais ou como complemento de ofertas físicas, prezando pela exclusividade destes ativos digitais (RIOS, 2022). Assim, consoante Amorim e Boldt (2020) parte-se para uma nova fase da moda, em que a experiência e interação de usuários e produtos é


ampliada. Com isso, eventos como a *Metaverse Fashion Week* serão frequentemente mais vistos, além da ampliação de *wereables* e NFTs, transformando a moda para o mundos virtual e digital.

Relações entre moda artesanal e moda digital

As relações entre moda artesanal e moda digital são complexas. Lipovetsky (2009) indica que em virtude de valores e compreensões culturais da modernidade terem tornado possíveis as origens e organizações do sistema da moda, ela não pode ser identificada como simples frivolidade, pois o desenvolvimento da moda, de acordo com Svendsen (2010), ao indicar as direções para a modernidade, foi decisivo para trilhar os caminhos da história.

O feito a mão está entrelaçado com a história da humanidade, em razão de seu surgimento datar a Pré-História (LIMA, 2009) e carrega uma singularidade que não é facilmente encontrada em outras áreas, além de contribuir para a valorização cultural. O digital, por outro lado, auxilia na descoberta do novo e na busca por artefatos cada vez mais inovadores. A moda, na visão de Svendsen (2010, p. 25) ‘consiste na mudança pela mudança, ao passo que a modernidade se vê como constituída por mudanças que conduzem a uma autodeterminação cada vez mais tradicional’ e Vieira (2020) corrobora que a mesma procura se adaptar as novas faces do tempo, gerando formas diferentes de se produzir valores reais e simbólicos. Porém, para Lipovetsky (2009, p. 31) ‘a moda muda incessantemente, mas nem tudo nela muda’. Além disso, o autor (2009) corrobora que a moda é considerada um mecanismo social que não se relaciona somente com o vestuário, podendo ser considerada uma faceta dentre diversas outras, assim muitos fenômenos sociais são influenciados por mudanças e inovações na área.

Como já descrito, com o aumento tecnológico a rápida digitalização de processos na área da moda contribuiu para a mudança da indústria para espaços virtuais, contemplando experiências por meio de mídias não tradicionais (AMORIM; BOLDT, 2020), a exemplo do metaverso, NFTs e das vestimentas virtuais, bem como o aumento da utilização de mídias sociais para divulgação e comercialização de artefatos e produtos no período de pandemia (ROCHA, 2020). Porém, apesar das vantagens inovadoras que envolvem esta digitalização, existe um contraste com o fato de que a moda leva o toque e as sensações em consideração, além disso ataques cibernéticos também são preocupantes e, tendo em vista os altos valores cobrados tanto por NFTs quanto pelas peças virtuais




este pode vir a ser um problema recorrente na área digital da moda. Embora as roupas virtuais possuam uma abordagem ecológica e sejam consideradas sustentáveis por não gerarem resíduos e permanecerem online, a emissão de uma peça em formato de NFT é capaz de queimar em segundos uma grande quantidade de energia (LOURES; CASTRO, 2021) e ainda cabe a observação de que as roupas virtuais contribuem para a formação de uma imagem distorcida da realidade, recorrente em redes sociais (VAZ; FERNANDES, 2021).

Em contrapartida, a moda artesanal e seus processos corroboram com a produção de valores reais, proporcionando também valores emocionais e culturais, além de ressignificações de produtos e reflexões acerca do artesanato. Há ainda a reconexão com princípios éticos, buscando a preservação do meio ambiente e propósitos para a transformação da sociedade. Contudo, existe uma desvalorização que por muitas vezes assola o artesanal e o feito à mão, afetando principalmente artesãos, artesãs e pequenas marcas. Como citado por Calanca (2011, p. 13) ‘a moda é um dispositivo social definido por uma temporalidade muito breve e por mudanças rápidas que envolvem diferentes setores da vida coletiva’, dessa forma hábitos de consumo de consumidores em relação a moda artesanal também se modificaram ao longo das últimas décadas, tendo enfoque a partir de 2020.

Como uma válvula de escape e em contraste em relação a moda digital e ao consumo excessivo, a moda artesanal contribui para o movimento *slow fashion*, como explica Vieira (2020) trazendo consigo um novo olhar para estimular o consumo consciente. A autora (2020) ainda complementa elucidando que a moda artesanal não é uma tendência passageira, mas sim propõe um estilo de vida para seus usuários. Em suma, a moda digital e moda artesanal possuem prós e contras e é necessário nutrir um equilíbrio entre as mesmas, levando em consideração suas particularidades, para que convivam em harmonia contribuindo para o bem estar da humanidade.

Considerações Finais

É pertinente a observação de que a moda artesanal pode se beneficiar com moda digital, e enquanto uma traz à tona um resgate cultural, bem como reconexões com valores e saberes, a outra preza pela inovação e pela busca pelo novo. O presente artigo, portanto, considerou relações entre moda artesanal e moda digital e sugeriu uma reflexão a respeito das áreas. A moda artesanal propõe a reconexão com o mundo real, com si mesmo e com saberes que por muito tempo foram esquecidos, já a moda tanto digital



quanto virtual é consoante aos avanços do mundo, tendo espaço em inovações cada vez mais recorrentes na contemporaneidade.

As pesquisas realizadas acerca da moda artesanal contribuíram para o alcance do conhecimento na área, realizando uma breve abordagem do surgimento do artesanato, bem como sua relação com a moda e também alguns apontamentos a respeito dos hábitos de consumo dos usuários, que auxiliaram no entendimento a respeito das atividades manuais presentes na moda.

Em relação a moda digital, as pesquisas colaboraram para uma melhor compreensão a respeito das inovações da área, delineando brevemente a imersão no mundo virtual e compreendendo o metaverso e os NFTs, além do vestuário virtual. Questiona-se, em conformidade com Lee e Malik (2021), se o mundo está no princípio de novas fronteiras digitais com a expansão e imersão do metaverso e demais virtualizações ou estaria apenas sendo amplificado pelo período de isolamento que se passou durante o período pandêmico, em razão da rápida amplificação do digital.

Ademais, compreende-se a necessidade de um equilíbrio entre as áreas digital e artesanal, pois apesar das inovações tecnológicas serem de grande importância para o desenvolvimento humano não é preciso abandonar totalmente processos manuais e artesanais, pois estes funcionam como um escape para a digitalização exacerbada proveniente das últimas décadas, além disso a utilização das redes e mídias sociais e digitais contribuem para a visibilidade do artesanato e da moda artesanal.


Sugere-se, para pesquisas futuras, aprofundar a busca a respeito da moda artesanal e digital, aprimorando o conhecimento nas áreas em contribuição tanto para a valorização do artesanal quanto para inovações emergentes na contemporaneidade.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina – FAPESC – Edital N°48/2021.

Referências

AMORIM, Wadson Gomes; BOLDT, Rachel Sager. Moda Virtual: aceleração no processo de transformação digital devido à pandemia de covid-19. **Blucher Design Proceedings**, [S.L.], p. 1-13, dez. 2020. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/moda-virtual-acelerao-no-processo-de-transformao-digital-devido-pandemia-de-covid-19-35907>. Acesso em: 14 fev. 2022.



BAIROS, Amanda da Silveira; MELLO, Carolina Iuva de. Coleção Santa Déco: patrimônio edificado como referência criativa para o design de superfície. **Plural Design**, [S.L.], v. 4, n. 1, p. 29-38, 1 jun. 2021. Fundação Educacional da Região de Joinville - Univille. <http://dx.doi.org/10.21726/pl.v4i1.1362>. Disponível em: <http://periodicos.univille.br/index.php/PL/article/view/1362>. Acesso em: 11 abr. 2022.

BORGES, Adélia. **Design + artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. 2^a ed. São Paulo, Senac: 2011.

CASTRO, Antônio. **Bordados do sertão ribeirinho na moda: o intercâmbio entre a marca foz e as artesãs de Entremontes**. 2022. Artesol. Disponível em: <https://www.artesol.org.br/conteudos/visualizar/Bordados-do-sertao-ribeirinho-na-moda-o-intercambio-entre-a-marca-Foz-e-as-artesas-de-Entremontes>. Acesso em: 15 abr. 2022.

CIDRAL, Mariah. **Craftcore: o resgate do artesanal se confirma como a maior tendência de 2020**. 2020. FFW. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/craftcore-o-resgate-do-artesanal-se-confirma-como-a-maior-tendencia-de-2020/>. Acesso em: 13 fev. 2022.

DECENTRALAND. **Metaverse fashion week is here**. 2022. Disponível em: <https://decentraland.org/blog/announcements/metaverse-fashion-week-is-here/>. Acesso em: 9 abr. 2022.

DOMINGUES, Fernanda. **Louis Vuitton veste personagens de League of Legends**. 2019. FD Comunicação. Disponível em: <https://www.fdcamunicacao.com.br/louis-vuitton-league-of-legends/>. Acesso em: 16 fev. 2022.

ELLE, Redação. **Ateliê mão de mãe lança sua primeira coleção cápsula**. 2021. Elle Brasil. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/ateli-mo-de-me-lana-sua-primeira-coleo-capsula>. Acesso em: 18 fev. 2022.

FARIAS, Mariana Cavalcanti. **Artesanato e design: contribuições da comunicação na parceria entre marcas de moda e artesãos**. 2021. 160 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design e Comunicação de Moda, Escola de Engenharia, Universidade do Minho, Braga, 2021. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/74572>. Acesso em: 11 abr. 2022.

FREITAS, Ana Luiza Cerqueira. **Design e artesanato: uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto**. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2017. *E-book*.

GOMES, Glória Cele Coura; ARAÚJO, Maria do Socorro de. Artesanato e moda: inovação e funcionalidade – uma referência cultural no Piauí. **Anais 9^o Colóquio de Moda**, 1-10. Fortaleza, 2013. Disponível em: https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-3-CULTURA_COMUNICACAO-ORAL/Artesanato-e-moda-inovacao-e-funcionalidade-uma-referencia-cultural-no-Piaui.pdf. Acesso em: 18 fev. 2022.

KELLER, Paulo. O artesão e a economia do artesanato na sociedade contemporânea. *Revista de Ciências Sociais – Política & Trabalho*, v 2, n 41, p. 323-342, 2014. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/345630939_O_artesao_e_a_economia_do_artisanato_na_sociedade_contemporanea. Acesso em: 14 fev. 2022.

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

LEE, Diana; MALIK, Rahul. **The opportunity in digital fashion and avatars report**. 2021. Business of Fashion. Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/reports/technology/the-opportunity-in-digital-fashion-and-avatars-report-bof-insights/>. Acesso em: 12 fev. 2022.

LIMA, Ricardo Gomes: **Artesanato e arte popular**: duas faces de uma mesma moeda. Brasília, DF: Ministério da Cultura, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009. *E-book*.

LOURES, Alexandre; CASTRO, Flávio. **Precisamos falar sobre NFTs**: o novo buzz que deixa rastro no planeta. 2021. Exame. Disponível em: <https://exame.com/bussola/precisamos-falar-sobre-nfts-o-novo-buzz-que-deixa-rastro-no-planeta> Acesso em: 18 fev. 2022.

MALAR, João Pedro. **Entenda o que é o metaverso e por que ele pode não estar tão distante de você**. 2021. CNN Brasil. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/entenda-o-que-e-o-metaverso-e-por-que-ele-pode-nao-estar-tao-distante-de-voce/>. Acesso em: 15 fev. 2022.

MARQUES, Márcia Siqueira Costa. Moda e tecnologia: a inevitável conexão que moldará o futuro. **Dobra[S] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S.L.], v. 11, n. 23, p. 254-270, 22 maio 2018. Dobras. <http://dx.doi.org/10.26563/dobras.v11i23.721>. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/721>. Acesso em: 15 fev. 2022.

MCDOWELL, Maghan. **Como o metaverso influenciou a Semana de Moda de Nova York**. 2022. Vogue Negócios. Disponível em: <https://vogue.globo.com/Vogue-Negocios/noticia/2022/02/como-o-metaverso-influenciou-semana-de-moda-de-nova-york.html>. Acesso em: 18 fev. 2022.

MILLS, Charles Wright. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

MORAES, Dijon de. O papel atual do design. In: KRUCKEN, Lia. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO. **International Symposium on “Craft s and Th e International Market: Trade and the custos codification”**. Manilla, Philippines, 6-8 October 1997. (CLT/CONF 604/2). Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001114/111486eo.pdf>. Acesso em 9 Abril 2022.

PATERSON, Grant. **Into the metaverse**. Wunderman Thompson Report. 2021 Disponível em: <https://www.wundermanthompson.com/insight/new-trend-report-into-the-metaverse>. Acesso em: 15 fev. 2022.

PORTO ALEGRE, Sylvia. **Mãos de mestre**: itinerários da arte e tradição. São Paulo: Maltese, 1994.

RIVAS, Mekita. **Exclusive**: Jeremy Scott talks designing moschino looks for the sims. 2019. Refinery 29. Disponível em: <https://www.refinery29.com/en-us/2019/08/240397/jeremy-scott-moschino-the-sims>. Acesso em: 16 fev. 2022.

RIOS, Gui. **Por que as grandes marcas estão investindo em NFTs**. 2022. Meio e mensagem. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniaio/2022/03/02/por-que-as-grandes-marcas-estao-investindo-em-nfts.html>. Acesso em: 9 abr. 2022.

ROCHA, Marcelo. **Os novos caminhos de quem vive do artesanato no período da pandemia**. 2020. GZH. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/economia/noticia/2020/06/os-novos-caminhos-de-quem-vive-do-artesanato-no-periodo-da-pandemia-12525963.html>. Acesso em: 8 abr. 2022.

RODOLFO, João; KIEVEL, Gustavo. **Afinal, o que é NFT e por que ele é importante para a moda?** 2021. Elle Brasil. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/nft-blockchain-e-a-moda/nft-em-tres-perguntas>. Acesso em: 15 fev. 2022.

SANTIAGO, Selma Maria. **Diagnóstico do Segmento Criativo do Artesanato**: Intersetorialidade, Descentralização e Acesso a Cultura no Brasil. Contrato nº: CLT00385/2014 — Consultoria da UNESCO para o Ministério da Cultura, 2012.

SVENDSEN, Lars. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

VAZ, Lara Cristina Stoppa. FERNANDES, Natane Cristina Pereira Vassoler. **Redes sociais e as distorções da autoimagem**: um olhar atento sobre o impacto que os influenciadores digitais provocam na autoestima das mulheres. 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/17274>. Acesso em: 9 jun. 2022.

VIEIRA, Suellen Cristina. **Moda, artesanato e imaginário social**: o Slow fashion como potência simbólica na sociedade pós-moderna. Dissertação de Mestrado – Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina. 2020. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/3199>. Acesso em: 14 fev. 2022.

WILSON, Kathleen Bridget; KARG, Adam; GHADERI, Hadi. Prospecting non-fungible tokens in the digital economy: stakeholders and ecosystem, risk and opportunity. **Business Horizons**, [S.L.], v. 65, n. 5, p. 657-670, set. 2022. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2021.10.007>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681321002019?via%3Dihub>. Acesso em: 14 fev. 2022.