

BEFW 4ª edição - Economia Criativa, inovação, tecnologia e diversidade cultural orientam a produção da moda sustentável

Com o tema “**Conectar para regenerar: Moda e Planeta**”, a 4ª edição do Brasil Eco Fashion Week está acontecendo no formato online, de 18 a 28 de novembro. São 33 painéis de conversa, 13 workshops e 18 desfiles que apontam realizações no segmento de moda sustentável.

O evento apresenta novas propostas para esta importante indústria criativa que promove desenvolvimento social e econômico e emprega 75% de mulheres em sua cadeia produtiva no país. É, ainda, a maior cadeia têxtil completa do Ocidente. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção – ABIT, o Brasil engloba desde a produção das fibras até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e varejo.

Dentro da Indústria Criativa, a moda e o design são os setores mais dinâmicos. E, especialmente a moda, diante da emergência do clima, tem a tarefa de liderar a mudança para uma produção inovadora, circular e sustentável, que atenda às exigências do meio ambiente e do mercado.

Como sustentabilidade é chave para os processos criativos, o BEFW indica a importância da moda também como mantenedora de ativos culturais, que preservam a diversidade cultural em suas localidades. Para explicar esta dinâmica, o evento teve em sua abertura o painel “**A Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento sustentável**”, apresentado pela doutora Claudia Sousa Leitão, especialista em Economia Criativa, pesquisadora de Indústrias Criativas da Universidade Estadual do Ceará, e consultora da Organização Mundial do Comércio (OMC) e da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) com mediação de Amélia Malheiros, gestora da Fundação Hermann Hering.

Em sua apresentação, a especialista reforçou que a economia tradicional depende da Economia Criativa para se desenvolver: “Enquanto a confecção é um setor tradicional da indústria, o design de moda é o que vem transformando essa indústria”, e ressaltou ainda a importância de refletir sobre as contribuições do setor para a sustentabilidade do planeta. “A moda,

enquanto setor criativo, deve se comprometer com o desenvolvimento sustentável que valorize e proteja a biodiversidade cultural”, afirmou.

BEFW2020 produtos inovadores, convidados internacionais e aplicativo

Como painel de destaque, **“A moda dentro dos limites da Terra”**, a britânica Kate Fletcher, do Centre for Sustainable Fashion da University of the Arts London (a mais citada no campo da moda e sustentabilidade, com 9 livros e mais de 70 publicações acadêmicas) conversou com a professora do Re-lab ESPM, consultora e escritora Lilyan Berlim.

Outro tema de destaque do evento foi abordado no painel **“EcoDesign brasileiro e Mercados Globais”**, mediado por Geni Rodio, consultora de moda e mercado da ABIT. Ela abordou questões e diferenciais para atender o exigente mercado internacional com Francisca Vieira, da Natural Cotton Color, a consultora criativa e representante da Frasson Gallery Magazine e Dossier Arts and Fashion, Alexandra Bismark e Giuliana Bortolato, compradora internacional e curadora da Emerging Talents Milan. Vale lembrar que Bortolato, em 2019, visitou a BEFW e firmou parceria para a realização de desfile de marcas brasileiras no evento italiano durante a Semana de Moda de Milão, em 2021. A ação integra o projeto de incentivo à internacionalização de marcas, chamado de **Brasil Eco Fashion Exportação**.

Já os parceiros corporativos Renner e Sebrae Nacional – apoiadores desde a primeira edição do BEFW - trouxeram para o evento o case **“Encadeamento Produtivo e Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS’s) na cadeia de fornecimento”** com a participação de Eduardo Ferlauto e Vinícios Malfatti, da Renner e Renato Perlingeiro Salles Junior do Sebrae. Os painelistas dialogaram sobre práticas que têm como objetivo o desenvolvimento de pequenas e médias empresas para temas como qualidade e sustentabilidade, eficiência, cooperação e inovação.

Há outros painéis sobre o mercado como **“A busca por sustentabilidade no consumo online de Moda”**, via Mercado Livre. O maior marketplace da América Latina, patrocinador do evento, destacou Tiago Corrêa para apresentar a nova aba ‘Consumo Consciente’ e a pesquisa de tendência de consumo para o mercado 'verde'.

Outro importante tema foi apresentado por outros parceiros do evento. **“Gestão 4.0 no desenvolvimento de produtos”**, com Michele de Sousa, do Senai Cetiq, Matheus Fagundes, da Audaces e Carolina Pires, da Lupo, trocaram informações sobre como a gestão de processos, alinhada à tecnologia e inovação conduzem a moda para o caminho da sustentabilidade. O painel teve mediação de Fernando Pimentel, presidente da ABIT.

De acordo com Rafael Moraes, diretor executivo da Brasil Eco Fashion, realizadora do BEFW, a ideia é reunir criadores, pesquisadores e lideranças da indústria, da produção tecnológica e do mercado nacional e internacional para criar uma rede de cooperação e aprendizagem mútua. “A partir do compartilhamento de informações e experiências podemos gerar novas oportunidades de negócios para a moda sustentável”, diz.

Rodada de negócios internacional e Mercado Eco

Entre as ações para alcançar o mercado a **Rodada de Negócios** promove o encontro das marcas com compradores internacionais. Durante a programação empresas como Alejandra Montaner, Espanha; Brazilian Bikini Shop, França; Borogodó, Espanha e Boutique Bloom, México estarão buscando produtos sustentáveis. Estas reuniões têm o apoio do programa de internacionalização Texbrasil, da ABIT via Apex-Brasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos.

Outra expansão do evento para promover vendas é a exibição de produtos do **Mercado Eco**, um espaço para venda de vestuário e acessórios com cerca de 60 marcas, por meio do aplicativo "Brasil Eco Fashion".

A tecnologia também estimula a transparência nas relações comerciais. A plataforma tem a funcionalidade de gerar um QRcode com criptografia em blockchain, contendo as informações de rastreabilidade fornecidas pelas marcas -- como matérias-primas, fornecedores e custos -- para ser impresso nas TAG's que vão junto aos produtos.

O aplicativo pode ser baixado no celular, nas lojas **Google Play e Apple Store**, ou acessado por **brasilecofashion.com.br/mercadoeco**.

Entre as marcas que exibirão seus produtos estão **Tiê Moda Sustentável, Laluz Brasil, Misnella, O jardim, Nós mais Eu, Coletivo Des, Razão Social,**

Wendyel Borin, Thami Smidi, Paula Feber e Dona Rufina - trazendo diversidade de produtos, elaborados em processos produtivos com práticas de responsabilidade ambiental e social.

Marcas responsáveis na passarela

Nesta edição temos uma presença internacional: a **Afroricky**, de Maputo, Moçambique. A estilista Ricância Agira apresenta coleção com uso de algodão orgânico colorido da Paraíba nos tons originais e também tingidos com vegetais e aplicações de recortes em capulana -- print africano que é patrimônio de seu país.

O algodão é fornecido pela **Natural Cotton Color** empresa que é referência na disseminação e uso criativo dos fios e tecidos. Na passarela, a marca faz uma retrospectiva dos últimos 15 anos produzindo moda produzida com o algodão de assentamentos rurais da Paraíba. A assinatura grife é a inserção do artesanato local de forma inovadora. Os acessórios são da Minha Maison de Joias.

Também do Nordeste, a **Catarina Mina** faz sua estréia na passarela com uma coleção de roupas com renda de bilro, desenvolvida em um projeto com 120 artesãs do Ceará. A empresa sempre esteve presente no Mercado Eco do evento, com bolsas e acessórios feitos à mão.

Da região Sudeste, o evento destaca o estilista e alfaiate paulistano **Leandro Castro**, que irá trazer sua moda artística, produzida com tecidos de reuso na periferia. Também de São Paulo, a Manuí Brasil apresenta sua coleção com foco em experimentações com materiais inovadores e tingimento natural e a **VIHE** mostra suas peças minimalistas com matéria-prima local.

Da região Sul do país, destaque para **Eneas Neto**, com seu trabalho diferenciado em seda brasileira e modelagem de baixo resíduo e com calçados do designer Jailson Marcos, do Recife.

Do Centro-Oeste, a marca brasiliense **Flávia Amadeu** vai apresentar sua produção de biojoias feitas em látex natural da Amazônia desenvolvido junto a comunidades seringueiras locais. Flávia desfila seus acessórios em parceria com a marca **Comas SP**, especialista em upcycling.

Fashion films: alguns curtas estão na programação BEFW

A quarta edição do BEFW traz quatro *fashion films* que serão exibidos antes dos desfiles. O videomanifesto **Água**, do festival Trama Afetiva, com direção criativa de Jackson Araújo e o vídeo da Contextura sobre o ambiente que inspirou a coleção **Weel-being**, com conceito "fruição intimista de profusão de texturas e harmonia de cores e formas".

O curta **Epifania**, da marca Silvério, apresenta um estudo sobre a vulnerabilidade das relações interracialis em cenário pandêmico. Há também o documentário **Geova - Mundo em Recriação**, uma realização da ABZ Lab, conexão criativa por Augusto Bezerril. Em cena, o estilista Geova Rodrigues que mostra o processo criativo desde a máquina de costura até o ponto de venda em Nova Iorque.

O evento é patrocinado e apoiado por **Lojas Renner, Mercado Livre, Fundação Hering, Audaces, Vert, Covolan, Sebrae, Senai, Senac, Abit, Abvtex, Abest, Rede Asta, Capitalismo Consciente**, entre outros.

Toda a programação pode ser conferida no site

brasilecofashion.com.br/week

O evento gravado está disponível do canal Brasil Eco Fashion Week no YouTube.

Serviço:

Brasil Eco Fashion Week - 4ª edição

Formato Online

18 a 28 de novembro

brasilecofashion.com.br

Youtube Brasil Eco Fashion

Assessoria de imprensa: imprensa@befw.com.br

Contato para entrevistas: Rafael Moraes 11 97257 0619

