

FOTOS DESFILE 1º DIA PANTYS E COLLAB RANI + COMAS

Fotosite: <http://www.agenciafotosite.com.br/befw>

Fotos alunos Senac

<https://drive.google.com/drive/folders/1-4sKNdm0SZEwpt20e6LxG24pjoCLL0iv>

Evento reúne ecossistema da moda sustentável produzida no Brasil

A moda é fruto da cultura da inovação. E a moda sustentável o único caminho. Criativos e CEOs de pequenas e grandes marcas, plataformas de e-commerce, jornalistas, produtores, representantes de indústrias, instituições e acadêmicos se encontram na Brasil Eco Fashion Week (BEFW) para trocar experiências e dialogar sobre este setor da Economia Criativa responsável por 3,5% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

Na 6ª edição da semana de moda sustentável o tema é **Cocriar o Futuro**. O evento volta a ser presencial e com algumas atividades online. A abertura será no dia 30 de novembro na Unibes Cultural. De 1º a 3 de dezembro, as atividades devem ocupar o Senac Lapa Faustolo e, de 4 a 6 de dezembro, haverá workshops exclusivamente na Unibes Cultural.

A BEFW apresenta 20 desfiles, 18 painéis, 30 workshops e instalações temáticas. O evento está organizado para que o público encontre marcas alinhadas aos seus valores e propósitos, como baixo impacto ambiental, representatividade e inclusão. “A ideia é aproximar os consumidores de marcas orientadas que se posicionam com transparência em suas relações de consumo”, diz Rafael Morais, diretor executivo da plataforma Brasil Eco Fashion, realizadora do evento.

Desde a primeira edição, os conteúdos com roda de conversas e workshops são fundamentais no BEFW. “**Cocriar o Futuro** é uma chamada para fomentar a colaboração entre os pequenos e os grandes atores da moda sustentável, debatendo estratégias para mais interação e diálogo entre a cadeia produtiva e os interessados no tema”, explica Rafael Morais, diretor executivo da plataforma Brasil Eco Fashion, realizadora do BEFW.

Cerca de 150 marcas orientadas pela sustentabilidade já participaram do BEFW. O último evento presencial recebeu 7000 visitantes. E cada edição surpreende o público. Pela primeira vez, haverá um brechó no evento. A marca **Repassa** (São Paulo) expõe looks com algumas das 600 mil peças em estoque e ressalta que o mercado de segunda mão é o que mais cresce entre a Geração Z e os Millennials (dados GlobalData, 2022).

Há duas marcas ligadas aos povos originários que querem introduzir seus produtos na indústria da moda. **Siroduhi Studio** apresenta ao mercado o Maniocolor, corante têxtil inovador à base de casca de mandioca, desenvolvida pelo designer em seu território ancestral, o Alto Rio Negro, na Amazônia. **We'e'ena Tikuna** apresenta o Tururi, tecido orgânico que tem origem na entrecasca de árvores seculares no território **Tikuna**, uma das maiores nações indígenas do país. Entre as marcas que também abordam a circularidade na moda, a **collab Rani + Comas** apresenta peças elaboradas em processos de upcycling com tecidos que seriam descartados da indústria, a **Alme** exibe na passarela seus calçados e mochilas feitos com materiais reciclados e a **Trama Afetiva** exibe roupas com nêlon de guarda-chuvas garimpados por cooperativa de reciclagem.

O destaque internacional é para a palestra performática “**Enqakunaq Kunpi P'achan - Os Trajes Reais dos Incas**”, uma imersão pela moda palaciana de Cusco do século 15. Quem ministra a é Adrian Llave Inca Yachachi, pesquisador da história andina. Sobre tendências, Giovana Cornacchia e Mariah Cidral, da Clément Paris, realizam workshop “**Cool Hunting e Sustentabilidade**” para evidenciar as perspectivas e o compromisso da Europa em ser cada vez

mais sustentável no campo ambiental, social e econômico. Os **Diálogos** desta edição são divididos em “Espaço Circular” e “Espaço Cocriar” com rodas de conversas presenciais e online. Já os **Workshops**, realizados exclusivamente no Unibes Cultural, envolvem técnicas e modos de fazer que indicam caminhos criativos para uma moda mais sustentável.

Durante esta edição será apresentado o resultado do **1º Programa de Moda Circular e Inovação BEFW**, projeto realizado com Curadoria da equipe de especialistas em circularidade e sustentabilidade do Instituto Senai de Tecnologia Têxtil e de Confecção do SENAI CETIQT. E Outra novidade é uma página do BEFW na plataforma de e-commerce **Mercado Livre**. Uma ação para ampliar vendas online de marcas participantes do evento.

A 6ª edição do BEFW tem **patrocínio master** da **Renner** e do **Mercado Livre**, e patrocínio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - **Sebrae Nacional** e **apoio** do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - **Senac**. A **Vert**, **além de co-patrocinadora**, oferece seus tênis sustentáveis para as marcas usarem nos desfiles.

Vale destacar que, desde a primeira edição, a BEFW - semana de moda sustentável - tem recebido apoio da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção - ABIT em diferentes ações como convite de compradores e da imprensa internacional. Também tem as parcerias com o programa Texbrasil da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos - ApexBrasil, para internacionalização de marcas e produtos nacionais, além da Associação Brasileira de Estilistas - Abest.

Sobre a BEFW

Primeira semana de moda da América Latina dedicada exclusivamente à indústria fashion de atributos sustentáveis. Realizada pela Brasil Eco Fashion -- plataforma de moda, inovação e sustentabilidade que vem impulsionando e fomentando o ecossistema de boas práticas socioambientais no cenário brasileiro têxtil e de confecção.

Brasil Eco Fashion Week – 6ª. edição
@brasilecofashionweek

Abertura 30 de novembro - 14h30

Unibes Cultural - Rua Oscar Freire, 2500

De 1º a 3 de dezembro de 2022 - 11h às 20h

Senac Lapa Faustolo, R. Faustolo, 1347

De 4 a 6 de dezembro de 2022 - 10h às 19h

Unibes Cultural, Rua Oscar Freire, 2500

Fotos em

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1d08pqao4dlmdOmXAKodtElAFefcajiAg>

FOTOS DESFILE 1º dia

Contatos para entrevista:

Rafael Moraes - diretor executivo BEFW - imprensa@befw.com.br

WhatsApp 11 945737923

ANEXO -- SOBRE AS 20 MARCAS

Pantys @pantys

Fundada em São Paulo por Emily Ewell e Maria Eduarda Camargo, a Pantys é a primeira marca de calcinhas absorventes, laváveis e reutilizáveis da América Latina e única clinicamente testada no mundo. Com vida útil de 100 lavagens, o produto é feito de tecido biodegradável e atende um mercado de 86% das mulheres no Brasil que usam absorvente externo, reduzindo as montanhas de lixo gerados com o descarte. Iniciativas de impacto social incluem doação de produtos para projetos voltados para o fim da pobreza menstrual e inserção de mão de obra de refugiados no Brasil na etapa da embalagem. O catálogo oferece além das calcinhas, sutiã para lactantes, cueca masculina e linha praia.

No desfile a Pantys vai usar sandálias @uselinus (Linus) de PVC ecológico microexpandido e certificação PETA-Approved Vegan e Carbonext por compensar o dobro das emissões de carbono.

Collab Rani + Comas @rani_ranifit + @comas_sp

A parceria entre as idealizadoras das marcas Rani (Luana Cicolo) e Comas (Agustina Comas), resultou em uma linha de roupas com modelagens feitas para serem versáteis e se adaptarem a todas as ocasiões.

Todas as peças foram elaboradas em processos de upcycling industrial com seleção de tecidos que seriam descartados. Os produtos traduzem o reuso inteligente de materiais com intuito de reduzir a geração de resíduos e colaborar com uma cultura de produção de moda com menos desperdícios.

Demodê @demode_atelie

A marca de São Luis, MA, é veterana nas passarelas do BEFW. Liderada por Maria Zeferina produz, desde 2018, roupas íntimas e peças conceituadas como moda conforto usando como base o algodão colorido orgânico da Paraíba, certificado pela Ecocert.

O algodão cultivado no sistema de agricultura familiar já nasce naturalmente colorido. Por dispensar irrigação e tingimento, geram economia de 87,5% de água se comparados com peças de produção industrial convencional. Com modelagem própria, têm acabamentos artesanais em renda e crochê realizados nas comunidades locais. Adepta do lixo zero, reutiliza os resíduos de confecção para a criação de outros produtos.

NUZ @nuzdemicouture

A NUZ nasceu em 2015, um projeto antigo idealizado por sua criativa e responsável, Duda Cambeses. A marca traz um novo olhar sobre o vestir, sendo pioneira em peças com modelagens transformáveis e *all gender*, que se adaptam a diferentes corpos, no tamanho chamado Universo, que veste do tamanho P ao G.

A marca apresenta peças confeccionadas com tecido tecnológico proveniente de fibra celulósica oriunda de reflorestamento e acabamento com óleo de casca de arroz, que traz como benefício um toque suave e durabilidade da peça. Na produção, todo resíduo gerado é transformado em novas peças. No desfile a marca vai usar sandálias Linus @uselinus de PVC ecológico microexpandido e certificação PETA-Approved Vegan e Carbonext por compensar o dobro das emissões de carbono.

Contextura @ateliercontextura

A marca foi idealizada por Evelise e Anne Anicet, mãe e filha, atuantes há 12 anos no mercado. Tem como diferencial a inovação em texturas têxteis. Além disso, usa insumos de reaproveitamento e matérias-

primas de alta qualidade, natural e tecnológica, rastreadas e/ou certificadas, através de processos de fabricação artesanal, digital e industrial.

A marca participou do projeto Global Fashion Agenda 2020, que surgiu no Copenhagen Fashion Summit 2017 e convocou outras marcas de moda e varejistas a assinarem um compromisso para acelerar a transição para um sistema de moda circular. Assim, tornando-se signatária, pioneira e disseminadora da causa pela circularidade na moda brasileira.

Repassa @repassabr

O Repassa é um brechó online considerado a principal referência no mercado de moda circular do Brasil. Criado em 2015 na cidade de São Paulo, vem gerando impacto socioambiental positivo ao aumentar o ciclo de vida das roupas. Entre as 600 mil peças em estoque, a cada venda finalizada, o vendedor recebe 60% do valor. O saldo é disponibilizado na própria plataforma gerando o Saldo Repassa, um tipo de carteira digital, e pode ser transferido para conta corrente, usado no próprio site da empresa para novas compras ou doado para ONGs. Com atuação nacional, o Repassa foi adquirido pela Renner em 2021.

O desfile tem como intuito demonstrar a versatilidade em reutilizar roupas e, principalmente, incentivar a moda circular, pois uma peça gentilmente usada é tão boa quanto uma nova.

We'e'ena Tikuna @weena_tikuna

We'e'ena Tikuna - Arte Indígena apresentará peças de algodão orgânico, linho e também o tecido natural Tururi, da tradição indígena Tikuna, extraído da entrecasca de árvores seculares e muito utilizado na região amazônica.

Com novos grafismos feitos com substratos orgânicos como urucum, jenipapo e barro, a artista plástica We'e'na apresenta nesta edição a coleção "Worecû - ritual da Moça Nova".

A narrativa da coleção é sobre a "Festa da Moça Nova", a mais importante para o povo Tikuna. Um ritual que marca a transição da menina, que menstrua pela primeira vez e já pode se casar. Assim, há várias provações físicas e aconselhamentos que farão com que a moça encerre sua infância. Nesta edição, haverá participação de vários indígenas e ativistas de diversos povos desfilando, inclusive modelos do povo próprio Tikuna.

Woolmay Mayden @wmayden_brand

A marca Woolmay Mayden foi fundada em São Paulo em 2019 por Jean Woolmay Denson Pierre, haitiano radicado no Brasil desde 2015. Antes de lançar sua própria coleção, atuou como atleta, modelo e digital influencer, ocupando espaços de representatividade e realizando collabs com coleções inspiradas pelo movimento *Black Lives is Matter*.

Investe em tecidos sustentáveis e reciclados e com design inspirado na moda streetwear. Nesta edição da BEFW a marca deve apresentar peças com jeans ressignificados. A produção é feita sob demanda sempre inserindo a mão de obra de negros e negras mulheres, LGBTQIA+, comunidades tradicionais, refugiados e imigrantes.

VB Atelier @vbatelier

Fundada em 2012 no Rio de Janeiro pela estilista Andrea Villas Boas, a VB Atelier desenvolve peças de alfaiataria com elementos que remetem à ancestralidade da cultura africana e aos saberes dos indígenas. A marca destaca em sua coleção as indumentárias criolas. Argumenta que "criolo" vem desse termo de ser algo negro brasileiro, não africano. Sendo assim, a marca defende que a Moda Afrocentrada atual tem como proposta descentralizar o olhar colonizado e trazer novas narrativas.

A VB Atelier tem como prática de produzir em pequena escala, além do desperdício zero, doando os retalhos para o artesanato feito por mulheres negras de comunidades e de marcas alinhadas com o

propósito da marca. No desfile usa sandálias Linus @uselinus de PVC ecológico microexpandido e certificação da PETA-Approved Vegan e Carbonext por compensar o dobro das emissões de carbono.

Liberteas @liberteasbrasil

Fundada em 2013, a Liberteas nasceu da ideia de transformar a vida de mulheres através da arte, do trabalho e da educação. O projeto de Marcela Mafra e Daniela Queiroga permite que mulheres em situação de cárcere criem, produzam, reconheçam seus talentos, reconstruam sua história, sua autoestima e se tornem empreendedoras de si mesmas. Propósito e responsabilidade social fazem parte da nossa essência.

Respeitando o DNA fashion e jovial da marca, as coleções são produzidas em tecidos ecológicos, certificados, de baixo impacto e com tecnologias de reciclagem têxtil. Poliéster reciclado e composições de algodão orgânico, malhas biodegradáveis e viscoses certificadas estão presentes na coleção, que conta também com estamparia exclusiva desenvolvida nas oficinas de arte pelas colaboradoras da marca, além de tingimento manual. O foco da marca está no impacto social gerado através das capacitações de mão de obra feminina em situação de cárcere.

Sioduhi Studio @sioduhistudio

A Sioduhi Studio @sioduhistudio é uma marca de protagonismo originário, alinhada ao ecossistema e às práticas sustentáveis - Agenda 2030. Com criações agênero, atemporais e acabamentos de alfaiataria, a marca tem como fundador e criativo, Sioduhi @sioduhi que expressa a presença originária nos centros urbanos e nas aldeias. Sua moda destaca a dinâmica da identidade indígena, em qualquer lugar e tempo, estabelecendo uma nova conexão a valores e territorialidades ancestrais – Rio Negro, Amazônia, Pindorama e Abya Yala, ao passado, presente e futuro, simultaneamente.

Em sua coleção ManioQueen, apresenta peças agênero com estilo utilitário, esportivo e atemporal tingidas com o Maniocolor, corante extraído da casca de mandioca. "Manio" refere-se à mandioca e "Queen" à soberania e nobreza desse alimento.

Christian Sato @christiansatobrand

Christian Sato é uma marca estreante e está em seu primeiro ano de atividade, com história diretamente relacionada com a carreira de seu fundador homônimo. O paulistano tem formação em Design de Moda pela Belas Artes de São Paulo,

A marca pratica a sustentabilidade através de técnicas têxteis artesanais, utilizando a técnica do boro para reduzir o desperdício de tecido. Na esfera social, a contratação da equipe de confecção é composta 100% de pequenos empreendedores da Zona Leste de São Paulo.

Os produtos da marca mesclam dois assuntos distintos, o artesanal e o tecnológico. Os materiais utilizados têm composição natural e são certificados. A modelagem cumpre o desafio de ser cibernética e orgânica, e a textura alcançada mescla os desgastes dos kimonos de boro japonês e o efeito *destroyed* do universo *cyberpunk*.

Estúdio Nuda @estudionuda

O Estúdio Nuda é uma marca independente baseada em São Paulo. Lançada em fevereiro de 2020 pelo designer mineiro Bruno Sales, tem como foco a criação de uma moda atemporal e consciente, desenvolvendo peças a partir dos ideais modernistas de design.

Focando no guarda-roupa masculino, o Estúdio Nuda tem como parte da essência de sua criação a preocupação com o ambiente e estar no ciclo da sustentabilidade, o que determinou o formato de

produção sob demanda e centralizada no ateliê da marca, garantindo a escolha de tecidos de matérias primas certificadas, como o algodão BCI e viscose EcoVero.

Trama Afetiva @trama_afetiva

A Trama afetiva é uma plataforma de pesquisa em design sobre inovação regenerativa para resíduos da indústria têxtil. Também é ambiente de diálogo entre pensadores, artistas, ativistas, cientistas, marcas e sociedade civil, que se desenvolve organicamente na aplicação da Economia Afetiva. Esta é uma forma de reinventar o mercado pela valorização dos ganhos coletivos nas relações de cocriação, produção, venda e consumo; catalisadora de interações orientadas pelo respeito, empatia e complementaridade.

Fundada em 2016, tem como diretor criativo, Jackson Araújo, comunicólogo especializado em comportamento de moda, é ativista da racionalização criativa para a sustentabilidade.

Sau Swim @sau.swim

Abrindo o nosso terceiro dia de desfiles, a Sau Swin é o resultado do encontro de duas mulheres, Yasmim Nobre e Marina Bitu. Uma psicóloga e uma estilista, ambas jovens e inquietas, criaram a marca com desejo de transformar a vida de quem faz e de quem usa suas peças.

Nascida no Ceará, a renda, bordado, olaria, trabalho manual, madeira e palha são elementos essenciais da marca Sau Swin. Estes fazeres são produzidos por coletivos de artesãs, em arranjos produtivos locais organizados no interior do Estado, desde o litoral até o sertão.

Nas coleções, utilizam tecidos com certificado OekoTex. O selo atesta à indústria têxtil responsabilidade pela qualidade humana e ecológica e garante que seus produtos químicos não são nocivos à saúde. Além disso, são tecidos cujos processos industriais envolvem tratamento e reaproveitamento de 100% da água utilizada na produção.

Vestô @sejvesto

A Vestô nasceu em 2017 por Najat Hassan a partir da pesquisa pela moda sustentável e se apaixonou pela moda consciente e ética. Desta forma, a missão é dar um novo significado à moda através das roupas da marca.

A Vestô produz peças tingidas manualmente com cascas, folhas, raízes e sementes que respeitam o meio ambiente, a pele e a saúde geral dos clientes. Utiliza matérias-primas naturais certificadas e confeccionam as coleções exclusivamente com tecidos orgânicos e/ou sustentáveis. Além disso, assume a sustentabilidade como estilo de vida assegurando o alinhamento das práticas com todos os seus pilares: social, ambiental, econômica, territorial e cultural.

Por meio da transparência e das parcerias socioambientais, a produção nutre pequenos produtores e mercados locais contribuindo para o aumento da renda familiar e comunitária sem colocar em risco suas culturas, suas tradições e sua relação com a natureza.

Manui @manuibrasil

A Manui Brasil é uma marca slow fashion que desenvolve peças atemporais e únicas. O tingimento natural e a estamparia manual fazem parte do DNA da marca, assim como a preocupação em criar uma moda mais humana e íntima. A proposta da marca é semear uma moda consciente, brasileira e sustentável.

Idealizada por Juliana Bastos, estilista, tintureira, pesquisadora e professora na área de sustentabilidade na moda com foco no tingimento natural.

Ludimila Heringer @ludimilaheringer

A marca Ludimila Heringer foi fundada em 2018 no Pará pela designer, estilista e artesã Ludimila. Produzindo sob demanda, têm usado técnicas manuais e ancestrais do processo de tingimento natural, além de crochê e bordados.

Com a técnica de estamparia botânica (ecoprint) usa elementos da natureza como folhas, cascas, sementes e raízes para estampar tecidos certificados. Em seu desfile vai apresentar peças com ecoprint impermeabilizadas com látex de seringueiras do Acre em parceria com a estilista acreana Dheym Modara ([@dheymodara](#)). A coleção se inspira na floresta como proteção. Os tecidos remetem ao uso do poder medicinal das ervas empregadas para dar cor e estampar os tecidos, transferindo seu poder de cura para os corpos.

Rico Bracco [@ricobracco](#)

A marca Rico Bracco foi constituída em 2015 em Caxias do Sul, RS, pelo designer Fabrício Bracco, edificada pelos pilares da sustentabilidade, resgatando técnicas artesanais tidas como patrimônio imaterial da cultural regional dos imigrantes italianos.

Sua criação produz uma narrativa romântica e para um estilo de vida desacelerado, com peças de corte de alfaiataria funcionais e atemporais. De modelagens amplas, suas peças são confeccionadas em tela de linho da Texprima, crepe e organza de seda do Casulo Feliz e em tela de lã Cootegal, todos orgânicos.

A coleção tem o tema “Èremo – Perspectiva dos nossos lugares ermos que servem de refúgio para a reflexão sobre o contraste entre o luto e a fé”. Também fará parte do desfile, uma criação colaborativa com a designer de sapatos Elisa Marchi [@sapatosemarchi](#) feitos com couro Piñatex, feito a partir das fibras das folhas de abacaxi.

Alme [@somosalme](#)

Encerrando os desfiles da 6ª edição do Brasil Eco Fashion Week, a marca Alme nasceu em 2018 respondendo a uma demanda por conforto e versatilidade. Apresenta ao mercado de moda sustentável calçados e mochilas com matéria-prima de fontes renováveis e/ou reciclados. São produtos com baixo impacto ambiental, combinando tecnologias de materiais e processos com design apurado.

Entre os materiais, há fibras naturais como o algodão e a lã, mas as peças também são compostas de resíduos industriais como EVA de cana-de-açúcar e cadarços produzidos com fios de garrafas PET. A Alme é uma marca de carbono neutro do grupo Arezzo&Co e tem produção realizada no Rio Grande do Sul, berço da cultura calçadista brasileira.