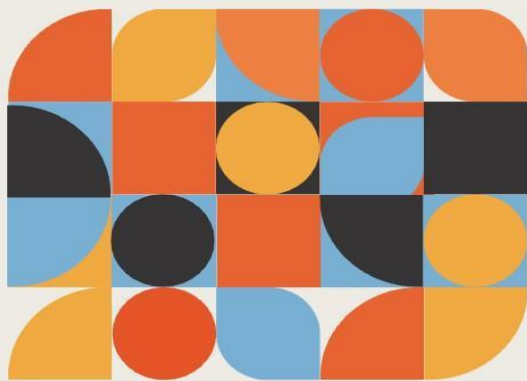




A VOZ DA PERIFERIA: MODA COMO FERRAMENTA DE CAPACITAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO COMUNITÁRIA

The voice of the outskirts: fashion as a tool for community empowerment and transformation

Alexandre, Emilli Brandão Wolff; Graduanda; Centro Universitário Senac, emilliwolff@gmail.com ¹
Gomes, Júlia Vieira; Graduanda; Centro Universitário Senac, juliavgomes04@gmail.com ²
Meneses, Emerson. Doutor/USP, emerson.smeneses@sp.senac.br, emerson.meneses@usp.br ³

Resumo: Este artigo discute a moda como uma poderosa ferramenta de capacitação e transformação social nas periferias. Para tanto, relatamos uma ação extensionista desenvolvida em parceria com o grupo Ozipa, uma organização da sociedade civil na cidade de Campinas-SP. A experiência evidenciou o potencial da moda como um instrumento concreto de inclusão social, escuta ética e construção coletiva do saber, capaz de gerar oportunidades, ampliar horizontes e empoderar corpos dissidentes.

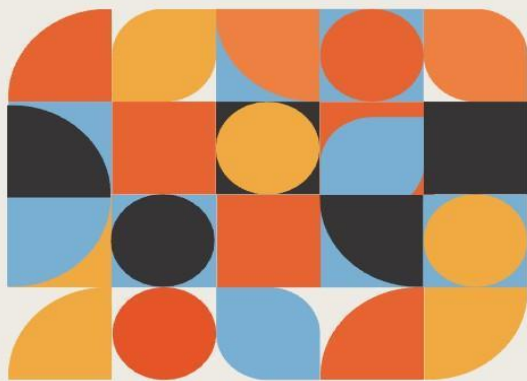
Palavras chave: Extensão universitária; Moda; transformação social.

Abstract: This paper discusses fashion as a powerful tool for empowerment and social transformation in the peripheries. To this end, we report an extension action developed in partnership with the Ozipa group, a civil society organization in the city of Campinas-SP. The experience highlighted the potential of fashion as a concrete instrument of social inclusion, ethical listening and collective construction of knowledge, capable of generating opportunities, expanding horizons and empowering dissident bodies.

Keywords: University extension; Fashion; social transformation.

Introdução

Este artigo, fruto de uma ação extensionista, tem como objetivo ampliar a visibilidade de projetos sociais voltados a jovens em situação de vulnerabilidade, afetados por desigualdades socioeconômicas, de gênero e raciais. A reflexão apresentada parte da experiência de uma ação extensionista realizada para o projeto Diversificar, vinculado ao curso de Bacharelado em Design de Moda do Centro Universitário Senac, unidade Santo Amaro. As atividades foram desenvolvidas em parceria com o Grupo Ozipa, organização que atua com práticas sociais e educativas voltadas à população marginalizada de um bairro periférico da cidade de Campinas, no estado de São Paulo. A ONG foi selecionada por ser reconhecida como uma entidade de grande relevância para o Parque Oziel, um bairro periférico da cidade. Por meio dessa colaboração, buscou-se investigar, na prática, o potencial transformador da moda em contextos comunitários, ou seja, investigamos a moda e seus modelos alternativos de ativismo social (Fletcher, p. 229, 2019).



Para o relato que apresentamos aqui, utilizamos entrevistas semiestruturadas, inspiradas na História Oral, com sujeitos envolvidos na construção comunitária do grupo Ozipa. As entrevistas foram realizadas de forma remota em maio de 2025, com um dos fundadores da organização, Jefferson Rodrigues e também com a designer e coordenadora do projeto, Beatriz Gregório, e autorizadas para uso neste artigo. A pesquisa também envolveu levantamento e estudo de materiais diversos, incluindo livros, artigos acadêmicos, entrevistas, documentários, reportagens e registros audiovisuais. O estudo busca integrar as perspectivas individuais colhidas nas entrevistas com as evidências e interpretações presentes nos materiais pesquisados, enriquecendo a compreensão da realidade investigada.

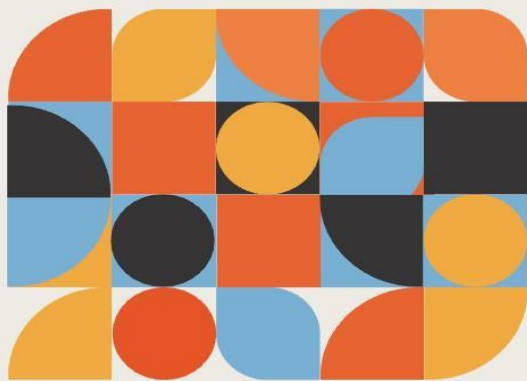
Apresentação da ONG

A Ozipa é uma organização da sociedade civil, nascida em 2022 com o objetivo de ser referência em economia criativa, cultura e comunicação nas periferias, ampliando vozes e transformando realidades. A ONG nasceu da tradição do “baile do Ozipa” e se tornou um importante projeto social para a comunidade. 2

Um dos fundadores, o publicitário Jefferson Rodrigues, conhecido como Jeff, nos contou, em entrevista, sobre a origem e as dores da ONG, iniciando com sua própria trajetória. Jeff estudou Publicidade e Propaganda na Unimetrocamp, uma universidade privada em Campinas. Ele foi um dos bolsistas da instituição, e a maioria dos colegas de sala era de uma classe social mais alta que a dele:

Sou de uma cidade no interior de Pernambuco, Serra Talhada, vim para Campinas quando era um bebê, me mudei para o bairro Parque Oziel. Meu objetivo ao entrar na faculdade de comunicação era de querer juntar a grana e voltar pro meu território, levar esse conhecimento para Pernambuco, mas, quando perdi a visão por conta de uma doença rara, percebi que deveria ser feito agora. Sem necessidade de voltar para minha origem no Nordeste para começar a transformação social na periferia, resolvi olhar para onde fui abraçado primeiro, o Parque Monte Cristo Oziel em Campinas.

Percebendo a ausência de oportunidades para os jovens da região, algo que ele mesmo havia enfrentado no passado, Jeff decidiu fundar a Ozipa Criativa junto com outros cinco jovens. Ele nos contou que, dos seis participantes iniciais, era o único residente do Parque Oziel. Jeff afirma que “todo mundo que vem aqui traz um pouco do seu território também, acho que é por isso que a Ozipa tomou essa proporção, porque já nasceu com essa intenção de expansão”.



A formação inicial da Ozipa contou com Jeff, Wesley, Alef, Bruna, Gi e Dona Madá (mãe do Jeff), que assumiram a estrutura jurídica da ONG de forma voluntária. Em apenas três meses, essa equipe conseguiu aprovar o primeiro projeto, dando início oficial às atividades da Ozipa enquanto organização social e geradora de trabalho e renda. A equipe fixa da Ozipa é remunerada de forma igualitária, independentemente do cargo, refletindo um modelo de gestão colaborativa focado na valorização equitativa do trabalho coletivo.

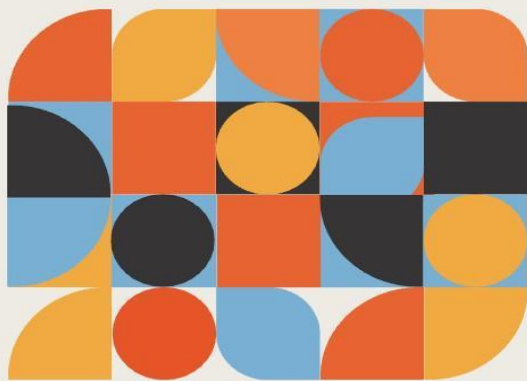
Relação entre a ONG e os perfis da comunidade

A compreensão interseccional da vulnerabilidade, abordada por Lélia Gonzalez (2001), é essencial para pensar as possibilidades de emancipação econômica de mulheres negras em contextos periféricos. Essa realidade se manifesta na fala de Beatriz Gregório, uma das entrevistadas da Ozipa:

Gosto muito de como a Ozipa tem essa possibilidade de abraçar as pessoas dentro do que elas gostam de fazer (...). Senti que a Ozipa me abraçou, e a gente pode abraçar várias pessoas. Gosto muito do fato que a equipe é majoritariamente racializada e feminina, um time de mulheres negras pensando em comunicação, tocando na moda e em como a gente se veste. Eu gosto de me vestir com muitas cores, muitos acessórios, e aqui eu não vou ser lida como uma pessoa não competente ou não formal/incapaz pelo jeito que eu tô me vestindo.

Esse depoimento evidencia como o espaço proporcionado pela ONG atua não apenas como um campo de capacitação profissional, mas também como um território simbólico de pertencimento, identidade e valorização de estéticas dissidentes. A construção de um ambiente liderado por mulheres negras permite que outras mulheres se reconheçam e se reafirmem, rompendo com estigmas associados à informalidade, à aparência e à competência.

A Ozipa surge, como destacam os entrevistados, como espaço de acolhimento e pertencimento para sujeitos historicamente marginalizados, sobretudo mulheres negras, jovens da periferia e pessoas dissidentes. bell hooks⁴ e Stuart Hall, em *Funk sem cortes* (2024), discutem o esvaziamento da linguagem da resistência negra, marcada por uma solidariedade domesticada, mediada pelas redes sociais, e por uma prática política frequentemente dissociada da realidade comunitária. Nesse contexto, a Ozipa representa justamente o contrário: um retorno ao corpo coletivo, à escuta ativa e à construção de estratégias de autonomia baseadas na realidade local. Mais do que “dar voz”, a organização constrói espaços para que os sujeitos da comunidade possam falar por si, criando redes vivas de cuidado e atuação social.



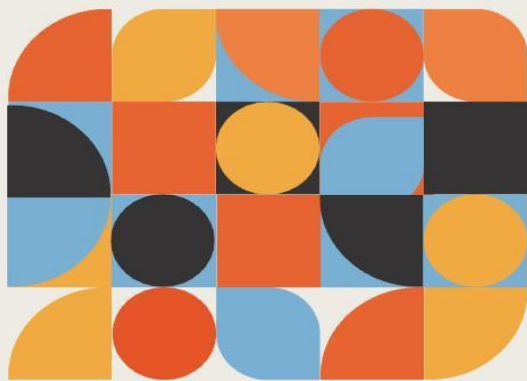
Ações extensionistas: mão na massa

A Ozipa é composta por quatro braços: Ozipa Comunica, que atua na contratação e fornecimento de serviços de comunicação a outras empresas e MEIs; Ozipa Criativa, que trata da expansão de conhecimento, cultura e oportunidade para a comunidade; Ozipa Estúdio, que ainda está saindo do papel e será responsável pela produção audiovisual do grupo; e por último a Ozipa Garimpo, à qual é pertencente o brechó Ozipa, que além de se fonte de sustentabilidade financeira, ainda é um espaço de visibilidade para outros brechós da comunidades e gera oportunidade de trabalho. É sobre este último braço, o Ozipa Garimpo, que nossa análise se concentra.

O brechó deverá ter seu espaço físico dentro do espaço comunitário que está em construção, além de fazer vendas online via redes sociais, instagram, e aplicativos de vendas de roupa online, como o Enjoei. Há ainda o guarda-roupa compartilhado, que é um acervo comunitário com roupas conceituais para editoriais, clipes e eventos formais. A proposta é acessibilizar roupas que normalmente não são fáceis de encontrar ou de adquirir, como peças artísticas ou roupas de entrevista de emprego. As sacolas Ozipa são inspiradas no projeto Sacolas da Asmara, da Zona Sul de SP. Com as doações do brechó, são montadas sacolas (com cerca de 50 peças) e membros da comunidade se inscrevem para recebê-las e revendê-las. As roupas já vêm com preços sugeridos e uma taxa de 20% do valor final volta para o Ozipa, além da possibilidade de trocar as peças não vendidas por uma nova sacola a cada mês. Para dar início às ações extensionistas, escutamos atentamente as necessidades do grupo. Identificamos que poderíamos contribuir de forma efetiva auxiliando na reativação da Ozipa Garimpo, frente do projeto que estava voltando a funcionar. A partir desse diagnóstico conjunto, propusemos duas ações extensionistas. Considerando o grande acervo armazenado do brechó, com mais de 30 mil peças, desenvolvemos como primeira iniciativa uma oficina de catalogação de peças.

Uma das integrantes do projeto de extensão havia trabalhado anteriormente em um brechó de luxo, onde adquiriu experiência na criação e utilização de uma planilha para catalogação, essencial para o funcionamento eficiente do estoque. Essa ferramenta possibilita melhor organização do acervo, otimização de tempo e espaço, praticidade no momento da venda e controle rigoroso da entrada e saída de produtos.

Inspiradas por essa experiência, elaboramos uma oficina prática e objetiva voltada para os integrantes da Ozipa (fig. 1). O objetivo era capacitá-los para que dominassem o processo de catalogação de forma autônoma, transformando esse conhecimento em uma ferramenta permanente e multiplicável dentro do grupo, permitindo que ele fosse compartilhado com futuros colaboradores e contribuísse para a sustentabilidade da iniciativa.



20º COLÓQUIO DE MODA

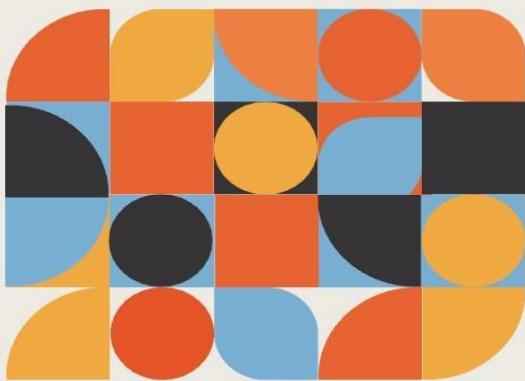
19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Ao final da oficina, também atuamos no processo de triagem das peças do acervo, colaborando com a definição de quais itens seriam destinados a doações para outras instituições (como roupas infantis e artigos para casa), quais deveriam ser descartados de forma ecológica e sustentável (por estarem inutilizáveis em sua forma original) e quais poderiam ser reaproveitados em oficinas de *patchwork* e reutilização criativa. Além disso, foi implementada a proposta de organização desenvolvida pela ministrante da oficina, que sugeriu a catalogação das peças em caixas, separadas por categorias específicas. Essa estratégia se mostrou extremamente eficaz, facilitando o processo de organização do acervo e otimizando o dia a dia da Ozipa Garimpo, ao tornar mais prática a visualização e o acesso às peças disponíveis.

Como segunda proposta de ação extensionista, desenvolvemos um *workshop* remoto de marketing de moda (fig. 2), com acesso público e gratuito, voltado especialmente para empreendedores periféricos atuantes em lojas e brechós. A proposta teve como objetivo compartilhar conhecimentos adquiridos ao longo dos cinco primeiros semestres do curso de Design de Moda, no Centro Universitário Senac – Santo Amaro, buscando democratizar o acesso à informação estratégica para impulsionar pequenos negócios de moda. O conteúdo abordado incluiu temas fundamentais como: identificação do público-alvo real, criação de conexão com a audiência, a importância do *storytelling*, a estrutura da comunicação AIDAS (uma das técnicas de comunicação no marketing), formas práticas de aplicação desses conceitos e os resultados esperados com sua implementação. O *workshop* foi realizado via Google Meet, contou com mais de 50 inscritos e proporcionou uma troca rica e afetiva com os participantes. Durante a atividade, tivemos a oportunidade de esclarecer dúvidas, ouvir relatos inspiradores e oferecer suporte direto às demandas apresentadas, fortalecendo o vínculo entre os saberes acadêmicos e a realidade de quem empreende nas margens. Essa experiência nos proporcionou uma valiosa compreensão empírica da pluralidade no comportamento do consumidor de moda e sua relação com a cultura. Isso se alinha ao que Diana Crane (2011, p. 240) relata: “O comportamento do consumidor também é influenciado pela cultura de grupo, por regras compartilhadas e por controvérsias sociais”. São essas controvérsias sociais na moda que nos levam a pensar possibilidades transformadoras proporcionando reflexões sobre tópicos importantes, também e não somente na periferia, como a apropriação cultural, a promoção de padrões de beleza irrealistas, a

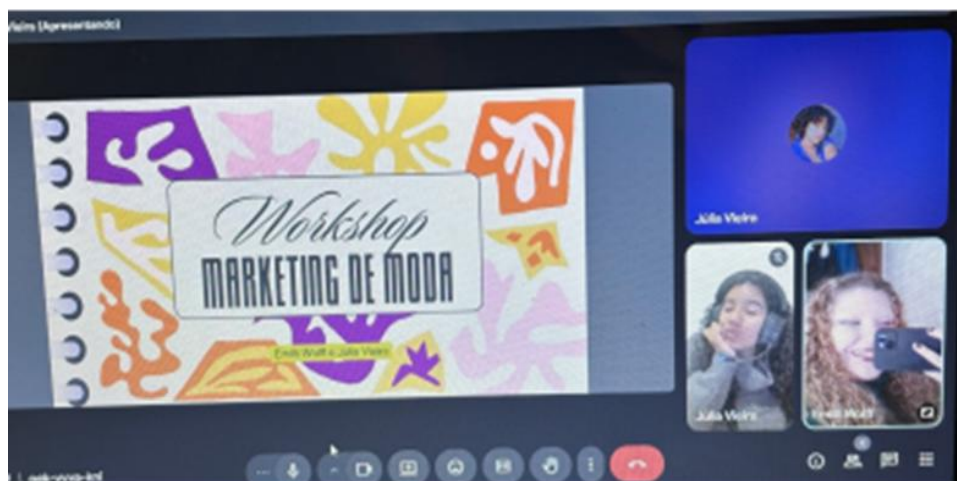


20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

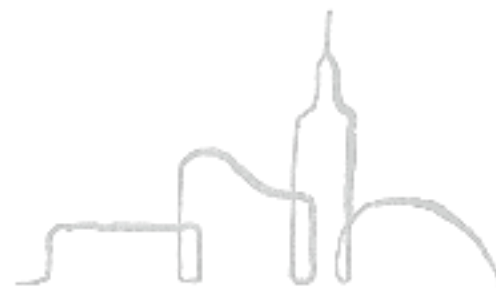
ética na produção e o impacto ambiental. Essa experiência extensionista vivenciada reafirma o potencial transformador da troca de saberes entre universidade e comunidade, fortalecendo vínculos, promovendo autonomia e ampliando horizontes para todos os envolvidos. Essa troca de experiências foi fundamental, pois nos permitiu aprofundar nossa reflexão sobre o consumo de moda sustentável e ético. Assim, a moda se consolidou como uma ferramenta poderosa para fortalecer a identidade do



comunidade, alinhando-se aos conceitos de Crane (1993).

Figuras 1 e 2 – Fotos da Oficina de catalogação e peças e do Workshop de marketing

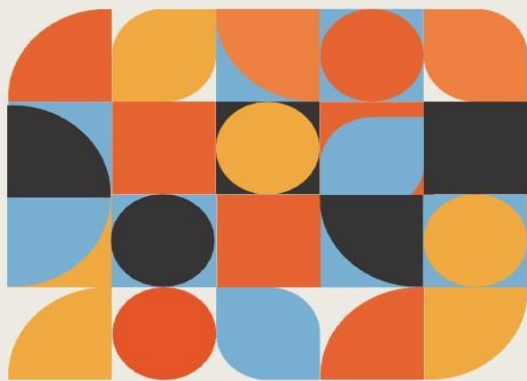
Fonte – autoria própria



grupo
e da

Considerações finais

Ao longo deste artigo, foi possível compreender as potências e complexidades da atuação da Ozipa enquanto organização social periférica. Por meio das ações extensionistas realizadas, como a Oficina de catalogação e o Workshop remoto de marketing de moda, alcançamos o objetivo de promover uma troca de saberes que fortaleceu a estrutura interna da ONG e gerou ferramentas concretas para sua autonomia e continuidade.



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Além da entrega prática, a experiência permitiu o aprofundamento de uma escuta ética e afetiva, na qual a universidade deixa de ocupar um lugar de autoridade e se coloca como parceira. Essa escuta, como defendem autores como bell hooks (2024) e Paulo Freire (1996), nos reorienta à dimensão política do cuidado, da horizontalidade e da construção coletiva do conhecimento.

O objetivo foi compartilhar o máximo de conhecimento possível, promovendo oportunidades para que cada vez mais pessoas tenham acesso ao que lhes foi negado: educação, emprego, cultura, arte e a possibilidade real de viver do que amam. Sendo assim, a Moda se revela não apenas como expressão estética, mas como uma poderosa ferramenta de capacitação, geração de renda e fortalecimento identitário nas periferias, um instrumento real de transformação social.

Referências

CRANE, Diana. **Moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac, 1993. CRANE, Diana. **Ensaaios sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GONZÁLEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano**. São Paulo: Zahar, 2020. hooks, bell; HALL, Stuart. **Funk sem cortes**: WMF Martins Fontes, 2024

FLETCHER, Kate. Clothes that connect. In: RESNICK, Elizabeth. **The Social Design Reader**. London: Bloomsbury Visual Arts, 2019.