

Capítulo 2

**Moda e sustentabilidade:
uma concepção sistêmica**



Experimentação com triângulos em ablagem/tecido vinho, desenvolvida por Patrícia Czekai Slavicki para trabalho de conclusão de curso. Acervo da autora.

Como campo de conhecimento, a moda abriga múltiplas facetas, podendo ser vislumbrada por diferentes áreas. Thorstein Veblen (1857-1929), o principal teórico da moda no campo econômico, conduz uma análise do ponto de vista do consumo ostentoso; símbolo de *status* para as classes sociais. Para os sociólogos Herbert Spencer (1820-1903), Jean-Gabriel de Tarde (1843-1904) e Georg Simmel (1858-1918), a moda atua na dinâmica social como um mecanismo de distinção e imitação de classes, enquanto na semiologia Roland Barthes (1915-1980) propõe a sua leitura como signo social, imagem comunicante e valor simbólico que supera seu objeto funcional.

Na filosofia, Jean Baudrillard (1929-2007) e Gilles Lipovetsky (1944) localizam a moda na sociedade do consumo; aqui, a lógica da moda invade outras esferas da vida, disseminando valores como sedução, efemeridade, novidade e exaltação do momento presente. De acordo com os autores, a moda seria um dicionário da vida moderna, expressando os valores de uma época em que o culto à novidade e à aparência formam o substrato para o consumo e constante lançamento de produtos que, em um tempo predeterminado, perdem sua validade apenas por seu fator estético.

A abordagem filosófica de Lipovetsky (2009) é particularmente interessante para o presente estudo, uma vez que a instituição do “novo” como símbolo de valor está profundamente relacionada ao sistema atual de moda e sua insustentabilidade.

Moda; insustentável *modus*

Moda, do latim *modus*, refere-se a maneiras e jeitos de ser; conjunto de opiniões; gostos; assim como modos coletivos de agir, viver e sentir predominantes em um determinado momento. É associada à forma de se vestir, ao uso de novos tecidos, cores, matérias-primas etc.

O conceito de moda não se encontra, portanto, no vestuário, apesar de esse ser seu principal representante. Assim, é oportuno compreender que moda e vestuário se relacionam a duas categorias de bens, conforme demonstrado no Quadro 1: a moda mais voltada ao valor simbólico e o vestuário, ao valor material. As roupas e outros produtos funcionam, dessa forma, como suportes materiais através dos quais circulam símbolos culturais (Laver, 1989).

Vestuário (<i>clothing</i>)	Moda (<i>fashion</i>)
Produção material	Produção simbólica
Tangível	Intangível
Necessidade	Excesso
Função / Utilidade	Função / Distinção
Encontra-se em qualquer sociedade onde as pessoas cobrem seus corpos.	Encontra-se em sociedades em que está constituída institucionalmente e difundida culturalmente.

Quadro 1: Comparativo entre os sistemas do vestuário e da moda

Fonte: adaptado pela autora a partir de Liz (2015).

No âmbito social, a moda é compreendida em sua relação com o indivíduo e o contexto sociocultural. Nesse sentido, está vinculada às motivações psicológicas de construção de

identidade, pertencimento e diferenciação; intermedeia a obediência a padrões sociais delimitados bem como a relação entre o indivíduo e o coletivo e entre a liberdade e a representação individual (Lipovetsky, 2009; Simmel, 2001).

Enquanto indústria, isto é, um conjunto de atividades econômicas que visam a transformação de matéria-prima em produtos ou em bens de produção para consumo, a moda se caracteriza como uma das maiores e mais complexas cadeias de produção (Tärneberg *et al.*, 2019). A indústria da moda global é de quase 3 trilhões de dólares anuais. São mais de 60 milhões de trabalhadores envolvidos nas diversas etapas de produção, desde a plantação de algodão até os desfiles de moda, passando pela produção das fibras, fiações, tecelagens, beneficiações, confecções e varejo (Ehrman; Watson, 2018).

Como mencionado anteriormente, no Brasil, o setor emprega em torno de 8 milhões de pessoas. Desse total, 1,5 milhão são empregos diretos e 75% é constituído de mão de obra feminina. O país possui a maior cadeia têxtil completa do Ocidente, sendo o único a ainda desenvolver todas as etapas de produção em seu território (ABIT, [s. d.]).

Por fim, a moda pode ser tratada como um sistema intimamente ligado ao surgimento da sociedade moderna ocidental que expressa e substancia seus valores, como a efemeridade, a afirmação da individualidade, o culto ao novo e a valorização do presente (Lipovetsky, 2009). Nesse sentido, a moda opera como articuladora do consumo (Borges, 2017), um “elo motor” entre a dinâmica social e a produção industrial do setor.

Nos últimos vinte anos a indústria da moda tornou-se altamente globalizada e fragmentada, com peças desenhadas em um país, produzidas em outros e distribuídas por todo o mundo. A produção globalizada significa, basicamente, que toda a produção de bens tem sido terceirizada para economias de baixo custo, particularmente para países onde os salários são muito baixos e as leis trabalhistas quase inexistentes (The True Cost, 2015).

Esse cenário faz parte do modelo de negócio atualmente predominante, “voltado para o mercado de massa e a produção e venda de roupas baratas e homogêneas em quantidades cada vez maiores” (Fletcher; Grose, 2012, p. 124). O *fast fashion*, ou “moda rápida”, leva ao extremo os valores consumistas do atual sistema de moda e é explicado por Cietta (2012) como uma estratégia que oferece velocidade de resposta ao grande e competitivo mercado de massa global. Peças alinhadas às tendências de moda chegam às lojas toda semana, um ritmo imbatível diante dos tradicionais lançamentos sazonais praticados até então. A baixa qualidade das peças é compensada pelo preço com que são ofertadas, que se torna um grande atrativo e estímulo para a compra em maior quantidade.

Prazos de produção mais curtos também permitiram que os fabricantes de roupas introduzissem novas linhas com mais frequência. A Zara oferece 24 novas coleções de roupas a cada ano; A H&M oferece de 12 a 16 e as atualiza semanalmente. Entre todas as empresas de vestuário europeias, o número médio de coleções de roupas mais do que dobrou, de duas por ano em 2000 para cerca de cinco por ano em 2011 (Remy; Eveline; Swartz, 2016, [n. p.]).

O *fast fashion* é um modelo de negócio desenvolvido a partir da fusão estratégica do mercado de luxo e *prêt-à-porter*⁵ com a moda *commodity*, atendendo a um nicho de consumidores da classe média em ascensão, como demonstrado na Figura 4. Assim, oferece produtos com alto conteúdo de moda a um ritmo acelerado de novidades e com preços muito mais acessíveis que os praticados por marcas de renome no mercado (Cietta, 2012).



Figura 4: Inovação do modelo de negócio do sistema *fast fashion*

Fonte: adaptado pela autora a partir de Cietta (2012).

5 O *prêt-à-porter*, ou “pronto para vestir”, criado pelo estilista francês J. C. Weil no final de 1949, foi um sistema de produção do vestuário baseado na lógica industrial da produção em série. Apesar da proposta de produção em larga escala, manteve o estilo e informação de moda presentes no mercado de luxo, porém a preços mais acessíveis.

Embora o crescimento do negócio seja o efeito econômico desejado e alcançado, as consequências vêm compondo um cenário de insustentabilidade alarmante na indústria da moda (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Em uma sociedade cuja economia se fundamenta na produção, no consumo e no descarte excessivos, a significação e a possibilidade de construção de identidades oferecidas pela moda vêm sendo exploradas com vistas à maximização do consumo (Lima, 2018, p. 30).

Os danos causados pelo atual sistema de moda podem ser percebidos sob uma perspectiva socioambiental ao longo de sua extensa cadeia de produção, conforme ilustrado pela Figura 5. Entre eles estão: mudanças climáticas; efeitos adversos sobre a água e seus ciclos; poluição química; perda da biodiversidade; uso excessivo ou inadequado de recursos não renováveis; geração de resíduos; efeitos negativos sobre a saúde humana e efeitos sociais nocivos para as comunidades produtoras (Gwilt, 2014).

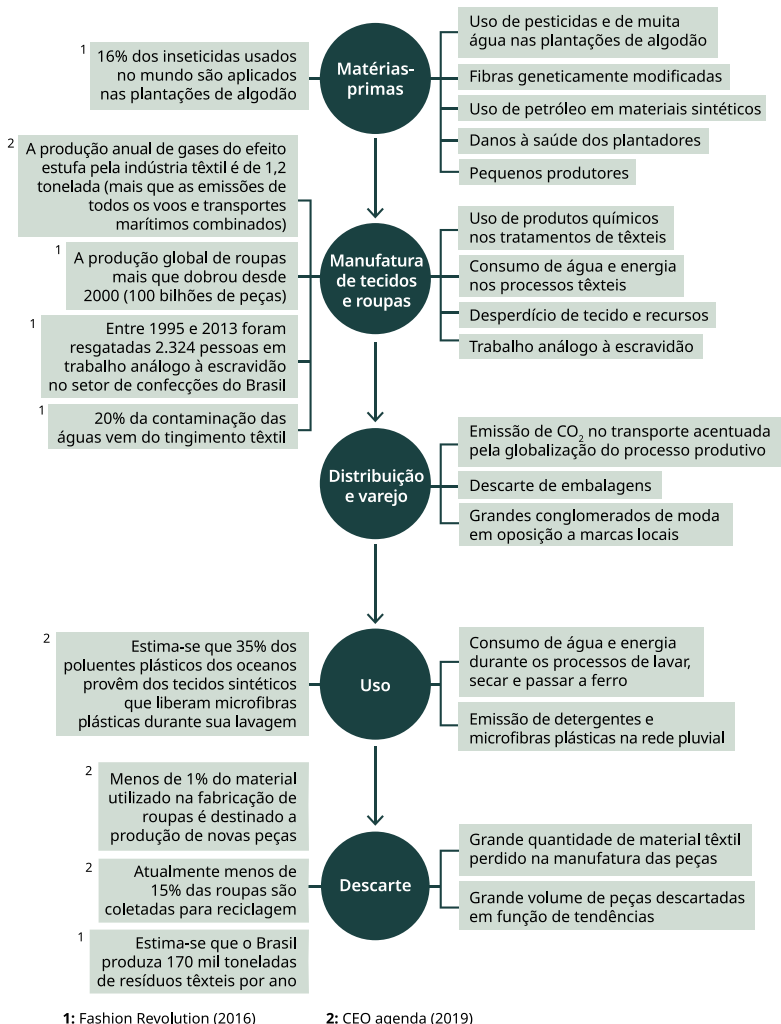


Figura 5: Impactos sociais e ambientais ao longo da cadeia de suprimento de roupas

Fonte: adaptado pela autora a partir de Fashion Revolution (2016), Gwilt (2014) e Tärneberg *et al.* (2019).

No Brasil, os impactos da moda globalizada regida pelo sistema *fast fashion* remontam à década de 1990, quando a abertura do mercado nacional afetou drasticamente a indústria têxtil e de confecção do país. Com o parque fabril obsoleto, uma gestão empresarial pouco dinâmica e o protecionismo reinante até então, a indústria nacional não foi capaz de competir, principalmente com a indústria chinesa, cujas condições eram extremamente favoráveis, devido ao câmbio desvalorizado, à ausência de encargos trabalhistas e à concessão de subsídios (Costa; Conte, N. C.; Conte, V. C., 2013). O mercado têxtil-vestuário brasileiro, a partir de então aberto, passa a receber produtos asiáticos de baixíssimos preços e de pouca qualidade.

Várias foram as consequências da abertura comercial (Paula *et al.*, 2000); além da falência de muitas empresas e do aumento do desemprego, o segmento têxtil tornou-se de capital intensivo e as importações cresceram 94%, conforme a Tabela 1.

Elo da indústria da moda	Importação (em US\$ milhões)	
	Em 1990	Em 2010
Fiação	32,8	2600
Tecelagem	36	907
Confecção	54	1200

Tabela 1: Aumento das importações brasileiras na indústria da moda – 1990 a 2010

Fonte: adaptado pela autora a partir de Costa, Conte N. C. e Conte V. C. (2013).

Outro ponto que merece atenção nesse contexto é a transição do consumo de fibras naturais, como o algodão nacional, para as sintéticas e artificiais – como o poliéster e a viscose – adquiridas no mercado externo (Costa; Conte N. C.; Conte V. C., 2013).

Em Minas Gerais, o período de abertura comercial e consequente presença de produtos importados, principalmente da China, coincide com o momento em que a moda se consolidava através do Grupo Mineiro de Moda (1982-1997) e é, para Prado e Braga (2019), um dos motivos que levaram ao enfraquecimento e consequente dissolução do grupo em 1997.

Esse sistema de moda se revelou insustentável inclusive para a própria moda. Na concepção de Carvalho (2016), ao acompanhar esse ritmo, a moda está se destruindo, e essa é uma importante razão pela qual o sistema da moda precisa mudar. Para o autor, para além de todos os efeitos negativos, ambientais e humanos, a moda tem matado o próprio desejo pela moda, “banalizando suas coleções e seus produtos, com campanhas e ações sem relevância a todo momento” (Carvalho, 2016, p. 54).

Se a moda é um espelho da sociedade, expressão máxima do espírito do tempo (Lipovetsky, 2009), então parece pertinente considerar o que “ela está dizendo” sobre nós e nosso modo de viver e estar no mundo.

Sustentabilidade: ampliando perspectivas

No cerne da sustentabilidade está a experiência de conexão das coisas, a compreensão das incontáveis inter-relações que vinculam os sistemas econômicos, materiais e socioculturais à natureza (Fletcher; Grose, 2012, p. 143).

O debate em torno da sustentabilidade tem início na segunda metade do século XX, momento em que o ritmo de crescimento populacional se torna uma preocupação para a sobrevivência da própria espécie humana. O Clube de Roma, fundado em 1968, é considerado o marco inicial para a compreensão, e posterior concepção, do que viria a ser um desenvolvimento sustentável. A partir de então várias iniciativas foram promovidas com o propósito de, “para além de conceber, compreender e discutir conceitos, vislumbrar caminhos que conduzissem a humanidade rumo a um cenário sustentável” (Lima, 2018, p. 37).

Dentre as tentativas de se definir o que seria o desenvolvimento sustentável, talvez seja possível falar em duas concepções mais amplamente conhecidas. A primeira, apresentada no Relatório de Brundtland,⁶ traz a ideia de garantia de um futuro digno às

6 O Relatório de Brundtland é o documento resultado das discussões empreendidas no início da década de 1980, em que a Organização das Nações Unidas (ONU) retomou o debate sobre questões ambientais. Em 1983, sob a chefia da então primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, foi criada a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, encarregada de estudar o assunto. Apresentado em 1987, o documento final dos estudos da comissão foi intitulado “Nosso Futuro Comum”, ou “Relatório de Brundtland”, em que é formalizada uma proposta de desenvolvimento sustentável definido como “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas necessidades”.

próximas gerações (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1991). Assim, o desenvolvimento sustentável foi interpretado como a capacidade de as gerações do presente suprirem suas necessidades sem comprometer a subsistência das gerações futuras. A segunda, mais prática, propõe uma perspectiva diferente para medir o sucesso de um negócio, até então focado unicamente nos lucros. Para Elkington (2013), os resultados de uma empresa deveriam incluir sua responsabilidade ambiental e social. Ou seja, o sucesso seria calculado a partir de três pilares básicos que ficaram conhecidos como os três Ps – *People, Planet and Profit*, ou "Pessoas, Planeta e Lucros". Atualmente, o "tripé da sustentabilidade" refere-se às dimensões econômicas, sociais e ambientais e, antes adotado como medida, passou a ser tomado como referência para a criação de negócios com o propósito sustentável.

Conforme o século XXI avança, os principais problemas enfrentados pela humanidade – ambientais, sociais e econômicos – mostram-se cada vez mais complexos. Cardoso (2012) lembra que em um mundo interconectado antigos problemas adquirem novas proporções, podendo ser percebidos em sua totalidade, algo inconcebível há algum tempo. Nas palavras do autor (2012, p. 21) "com a disponibilidade de informações cada vez mais completas e a possibilidade de processá-las eficientemente, descobrimos que questões aparentemente simples são mais complexas do que se imaginava".

Os principais desafios enfrentados atualmente, como fome, pobreza extrema e questões climáticas, compõem os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda

2030 assinada por 193 países membros da Organização das Nações Unidas (ONU) em setembro de 2015. Com o propósito de melhorar os indicadores econômicos, sociais e ambientais para as próximas gerações, o documento reúne 17 ODSS e 169 metas que devem ser alcançadas até 2030 (ONU, [s. d.]).



Figura 6: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – Agenda 2030

Fonte: ONU, [s. d.].⁷

Para Capra (2002), é necessário um novo conjunto de valores e conceitos; uma nova perspectiva para que esses problemas sejam compreendidos e, quem sabe, solucionados.

Em última análise, esses problemas precisam ser considerados como facetas diferentes de uma única crise, que é, em grande medida, uma crise de percepção. Ela deriva do fato de que a maioria das pessoas em nossa sociedade moderna, em especial nossas grandes instituições sociais, apoia-se em conceitos de uma visão de mundo obsoleta, uma percepção inadequada da

⁷ Imagens sob domínio público.

realidade para lidar com nosso mundo superpovoado e globalmente interconectado (Capra; Luisi, 2014, p. 13).

Essa mudança de percepção constitui um novo paradigma. No âmbito social, um paradigma se refere a “uma constelação de conceitos, valores, percepções e práticas compartilhadas por uma comunidade, formando uma visão particular da realidade que é a base da maneira pela qual a comunidade se organiza” (Capra, 1996, p. 24). Assim, a quebra de paradigma atual envolve a transposição de valores que sustentam uma visão de mundo mecanicista para uma visão sistêmica (Capra; Luisi, 2014), conforme demonstra o

Pensamento mecanicista	Pensamento sistêmico
Partes	Todo
Objetos	Relacionamentos
Hierarquias	Redes
Linearidade	Circularidade
Estrutura	Processo
Metáfora mecânica	Metáfora do organismo vivo
Conhecimento objetivo	Conhecimento contextual
Verdade (absoluto)	Descrições aproximadas
Quantidade	Qualidade
Competição	Cooperação

Quadro 2: Comparação entre pensamento mecanicista e sistêmico

Fonte: elaborado pela autora a partir de Capra e Luisi (2014).

O paradigma que está agora retrocedendo dominou a nossa cultura por várias centenas de anos, durante as quais modelou nossa moderna sociedade ocidental e

influenciou significativamente o restante do mundo. Esse paradigma consiste em várias ideias e valores entrincheirados, entre os quais a visão do universo como um sistema mecânico composto de blocos de construção elementares, a visão do corpo humano como uma máquina, a visão da vida em sociedade como uma luta competitiva pela existência, a crença no progresso material ilimitado, a ser obtido por intermédio de crescimento econômico e tecnológico, e – por fim, mas não menos importante – a crença em uma sociedade na qual a mulher é, por toda a parte, classificada em posição inferior à do homem [...] Todas essas suposições têm sido decisivamente desafiadas por eventos recentes. E, na verdade, está ocorrendo, na atualidade, uma revisão radical dessas suposições (Capra; Luisi, 2014, p. 15).

Os autores destacam que as atividades humanas e os seus meios de produção e de consumo baseados na visão de mundo mecanicista possuem características fundamentalmente distintas das que regem a dinâmica natural que sustenta a vida. Enquanto a natureza é regida por processos cíclicos, como os ciclos biogeoquímicos, nosso modelo de produção é linear, baseado na extração de recursos em uma ponta e no depósito de resíduos na outra.

Em última análise, as atividades humanas têm causado tantos efeitos nocivos ao meio ambiente porque não consideram os sistemas cíclicos naturais e por não estarem inseridas em sua dinâmica. Assim, a compreensão da sustentabilidade, do ponto de vista sistêmico, passa, fundamentalmente, pela compreensão dos princípios de organização dos ecossistemas. Os autores destacam que esses princípios são iguais para organização de todos os sistemas vivos, incluindo as organizações humanas no âmbito social.

Capra (2002) aborda o assunto a partir do conceito de “comunidades humanas sustentáveis”, cujos modos de vida, negócios, economia, estruturas físicas e tecnologia não interferem na capacidade intrínseca da natureza de manter a vida. Para o autor, as comunidades sustentáveis de vegetais, animais e microrganismos oferecem um caminho para se pensar e moldar comunidades humanas sustentáveis.

Essa visão, em vez de colocar a natureza (meio ambiente) dentro dos negócios ou como parte de igual peso entre as dimensões que compõem o tripé da sustentabilidade, traz a percepção de que estamos todos, enquanto indivíduos e sociedades, inseridos nos processos cíclicos da natureza (meio ambiente), conforme ilustra a Figura 7:

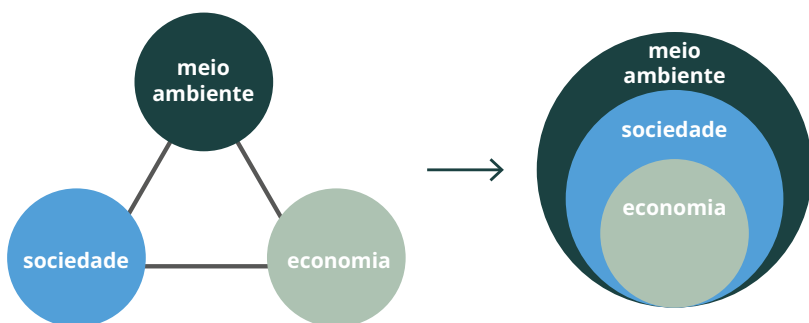


Figura 7: Mudança de paradigma: sistemas separados interdependentes para sistemas integrados

Fonte: Salcedo (2014).

Para tanto, faz-se necessário o conhecimento sobre a forma como a natureza opera sustentando a vida para, então, nos alinharmos aos seus princípios, o que, para Capra (2002), demanda uma alfabetização ecológica. Nesse sentido, o autor

destaca seis princípios da ecologia que atuam diretamente na sustentação da vida: Redes, Ciclos, Energia Solar, Alianças (Parcerias), Diversidade e Equilíbrio Dinâmico.

A concepção sistêmica, portanto, é uma concepção ecológica e contextual (Capra; Luisi, 2014) que demanda a percepção de como algo está encaixado no seu ambiente natural e social, de onde vêm as matérias-primas que o compõem, como foi fabricado, como seu uso afeta o meio ambiente natural e a comunidade pela qual é usado, e assim por diante. Possui ênfase nas relações que se estabelecem entre as partes de um sistema que são inerentemente dinâmicas e fluidas.

Assim, a nova percepção que possibilita um entendimento mais amplo do conceito de "desenvolvimento sustentável" (ou sustentabilidade) está ancorada no pensamento sistêmico que se estrutura em torno de relações, contextos, padrões e processos; e nas relações multidimensionais que existem entre os seres vivos, suas formas de viver e interagir com o meio e com os ciclos naturais do planeta.

A percepção sistêmica e a necessidade de um novo paradigma são apontadas por diversos autores (Fletcher; Grose, 2012; Kozłowski; Searcy; Bardecki, 2018; Palomo-Lovinski; Hahn, 2014; Williams, 2014) como um caminho fundamental para que a moda possa se reinventar e assumir um importante papel para o desenvolvimento de uma comunidade sustentável.

Moda para a sustentabilidade

“A inovação nunca existirá se estiver desalinhada com os ideais de uma época.”

(Rodrigues, 2016, p. 13)

Embora a sustentabilidade seja uma área crucial de debate para a moda, seu conceito e, principalmente, sua aplicação na indústria é algo recente e em desenvolvimento (Kozłowski; Searcy; Bardecki, 2018). De acordo com Kozłowski, Searcy e Bardecki (2018), a maior parte dos negócios que se posicionam como sustentáveis se orientam pelo Relatório de Brundtland e pela equidade entre as dimensões sociais, econômicas e ambientais.

A existência de uma variedade de termos – Moda verde, Eco moda, Moda ética, *Slow Fashion*, Moda sustentável – demonstra diferentes concepções e tentativas de abordar o assunto, o que, para Thomas (2008), acaba confundindo o consumidor e facilitando ações de *greenwashing* pelas empresas, prática adotada para transmitir uma falsa imagem de sustentabilidade, seja ocultando dados, usando informações inverídicas ou dando ênfase a algum componente ou característica que pode ser considerada sustentável em detrimento de componentes não sustentáveis.

Neste livro, compreende-se a moda como um meio viabilizador para uma condição de sustentabilidade mais ampla que extrapola o próprio setor e é capaz de contribuir para a construção de uma comunidade humana sustentável. Assim,

o termo “moda para sustentabilidade” mostra-se bastante apropriado, por indicar uma postura proativa e um processo em construção no qual a moda, para além de criar e incorporar valores e práticas sustentáveis em sua indústria, visa contribuir para uma condição de sustentabilidade como um todo.

Pensar a moda para sustentabilidade inclui considerá-la enquanto indústria, dinâmica social e sistema. Assim, requer rever processos e produção – materiais, costura, modelagem, corte, distribuição etc. – mas também relacioná-la à autonomia cultural, promoção da diversidade, empoderamento feminino, inclusão, consciência política e social. Enquanto sistema, a reflexão recai sobre a disseminação de valores que promovam um estilo de vida mais sustentável, onde o culto ao “novo” e o consumismo devem, inevitavelmente, perder seu papel central.

As práticas atuais se orientam pelo pensamento de contribuir para um futuro sustentável e considerar questões ambientais, sociais e econômicas. As propostas variam, como demonstram Armstrong e LeHew (2014), em função de diferentes ênfases adotadas. Algumas, mais orientadas pelo ambientalismo, focam em questões materiais, como reduções na geração de resíduos e no uso de matérias-primas não renováveis. Outras perspectivas buscam aumentar o tempo de vida dos produtos de moda tanto pela qualidade da peça quanto pelo seu valor afetivo.

Outras, ainda, voltam-se para as questões sociais, como o empoderamento dos trabalhadores da indústria *fashion*

e de seus consumidores. Para Perez e Santos (2016, p. 1990), existem

[...] dois princípios a serem priorizados em cada dimensão da sustentabilidade; a) ambiental – minimizar o uso de recursos e otimizar a vida dos produtos; b) social – favorecer/integrar o marginalizado e capacitar/promover o consumo sustentável/responsável; c) econômico – fortalecer/valorizar os recursos locais e respeitar/valorizar a cultura local.

Percebe-se que, nesse momento de experimentação e construção de novos caminhos, as possibilidades são muitas e, como observa Leibowitz (2019), a sustentabilidade no âmbito da moda pode ser trabalhada em múltiplos níveis.

Nesse sentido, é oportuno recorrer a Vezzoli e Manzini (2008), que classificam as diferentes intervenções de design para sustentabilidade em quatro estágios de maturidade. No primeiro nível se encontram as intervenções que fazem um redesenho ambiental de sistemas já existentes através da escolha de materiais e energia de baixo impacto. Essa primeira fase compreende ações que dependem do desenvolvimento de tecnologias específicas para obtenção de recursos atóxicos, renováveis, biodegradáveis e recicláveis, por exemplo. Nesse âmbito há propostas baseadas em ideias ecológicas mais comuns e que não requerem mudanças substanciais do comportamento do consumidor. Os produtos desenvolvidos irão concorrer com outros similares, sendo diferenciados por qualidades ambientais rotuladas.

Em um nível acima estão as propostas de novos produtos e serviços que levam a substituição de sistemas antigos por outros ambientalmente mais sustentáveis. Nessa fase, o projeto se orienta pela perspectiva do ciclo de vida do produto com o intuito de localizar todas as implicações ambientais possíveis.

Segundo Vezzoli e Manzini (2008), as propostas ambientalmente corretas desse nível são ofertadas em contextos culturais e comportamentais divergentes de seu propósito, o que constitui um desafio para seu sucesso no mercado.

Em um terceiro patamar estão os projetos de novos sistemas de produção-consumo. As intervenções aqui procuram conciliar o socialmente apreciado ao ambientalmente correto e, em geral, são investimentos de maior risco, uma vez que tendem a abrir mercados que ainda não existiam.

Por fim, o quarto e mais complexo nível visa à criação de novos cenários para um estilo de vida sustentável. As estratégias pertencentes a esse estrato buscam promover novos valores e critérios de qualidade que sejam ambientalmente sustentáveis, além de social e culturalmente aceitáveis.

No âmbito da moda, e semelhante a Vezzoli e Manzini (2008), as designers Fletcher e Grose, em seu livro *Fashion & Sustainability: design for change* (2012) – *Moda e sustentabilidade: design para mudança*, na versão traduzida para o português –, identificam três tipos de abordagens: 1. aquelas que promovem a transformação dos produtos de moda; 2. as que promovem a transformação do sistema de moda;

e 3. as que promovem a transformação da prática do design de moda.

Repensar o papel do designer é, para Fletcher e Grose (2012), um ponto central para a transformação do sistema de moda atual. Para Williams (2014) os designers tornaram-se não mais que sedutores, incentivando usuários a se converterem em viciados no consumo de moda. Portanto, repensar sua prática se faz fundamental e tal constatação recai sobre o ensino que irá formar esse profissional.