

INTRODUÇÃO



Experimentação com barbante e tinta puff, desenvolvida pela professora Tereza Cristina. Acervo da autora.

Em um primeiro momento, moda e sustentabilidade remetem a dois conceitos aparentemente antagônicos. De um lado, a moda como a conhecemos hoje; o consumismo, a obsolescência, o constante desejo pelo “novo”. Do outro, a sustentabilidade, uma ideia oposta; inicialmente percebida como limitação, privação da liberdade material e da diversidade de escolha (Armstrong; Lehw, 2011, 2014; Hur; Cassidy, 2019). Mas uma análise cautelosa permite perceber que nem a moda é sinônimo de consumismo, nem a sustentabilidade significa limitação e que, mesmo diante de muitos impasses, a união desses dois universos pode revelar um grande potencial.

A relação entre moda e sustentabilidade tem como marco inicial o discurso ambientalista das décadas de 1960 e 1970 e foi, em um nível mais amplo, influenciada por um conjunto de movimentos sociais e culturais evidentes nos Estados Unidos da América (EUA) e na Europa (Gwilt, 2014). Desde então, conforme evolui o conceito de sustentabilidade, a moda vem se transformando, refletindo, ao longo do tempo, mudanças atitudinais e perceptivas. Se, inicialmente, o termo “*green*” definiu bem as preocupações ambientais expressas pela moda, hoje, tal termo já não engloba toda a complexidade que a sustentabilidade representa para o campo.

Para Fletcher e Grose (2012), a sustentabilidade impele uma mudança profunda na moda, sendo, talvez, a maior crítica que o setor já enfrentou, pois o desafia em todas suas dimensões; desde a matéria-prima e os processos de produção, até a sua relação com aspectos mais amplos como modelos econômicos, metas, regras, sistemas de crenças e valores.

Os impactos ambientais negativos da indústria da moda acumulam elevados índices de consumo hídrico e energético, uso excessivo de recursos não renováveis, poluição do solo e das águas, além da vultosa quantidade de resíduos sólidos que provêm tanto do processo de produção como do próprio descarte das peças. A tendência a uma moda cada vez mais rápida – “*fast fashion*” – agrava ainda mais esse cenário (Salcedo, 2014).

Em abril de 2013, a queda do edifício Rana Plaza, em Dhaka, Bangladesh, descortinou mais um grave impacto causado pela indústria da moda rápida. O prédio, de oito andares, abrigava confecções de vestuário que atendiam marcas internacionalmente conhecidas como o Grupo Benetton, The Children’s Place, Primark, Monsoon, DressBarn e H&M, e apresentava sérios problemas estruturais. O desastre resultou em 1.127 mortos e outros 2.500 feridos, em sua maioria mulheres e crianças. Esse episódio marcou o início do Fashion Revolution, movimento global presente em mais de 90 países, que traz à tona o questionamento sobre a origem das roupas com a intenção de conscientizar o consumidor e fomentar o debate sobre a sustentabilidade na moda (Fashion Revolution, [s. d.]).

A solução para esses e outros problemas relacionados à indústria *fashion* não se dá pela sua extinção, afinal, como pontua Corner (2014), a moda é relevante em diversos âmbitos, entre eles o econômico. Como indústria multibilionária, fornece emprego para um montante considerável e diverso de profissionais, como designers, fabricantes, trabalhadores de vestuário, varejistas, cabeleireiros, maquiadores,

publicitários, jornalistas, fotógrafos e modelos. Em 2018, no Brasil, o setor têxtil e de confecções gerou cerca de 1,5 milhão de empregos diretos e 8 milhões de empregos indiretos, sendo 75% das vagas ocupadas por mulheres (ABIT, [s. d.]).

Nesse contexto de crise, o designer se encontra em posição central e, como projetista, precisa conhecer o sistema atual para propor mudanças capazes de, para além de solucionar problemas pontuais, remodelar hábitos, valores e comportamentos de consumo (Fletcher, 2012; Salcedo, 2014). Para Okada e Berlim (2014), o design de moda no contexto sustentável deve ir além das questões materiais, atuando como mediador de mudanças, estimulando soluções criativas, fomentando novos critérios e valores e promovendo a inovação social.

Gwilt (2014) argumenta que a sustentabilidade deve ser, para o designer, uma oportunidade de inovação. Para o autor, se os profissionais da área de design não conhecem ou não compreendem quais são as estratégias de design para a sustentabilidade, como aplicá-las, nem quais são as possibilidades por elas oferecidas, é pouco provável que mudem seu processo de criação (Gwilt, 2014). Esse ponto de vista é também defendido por Tomaney (2005), que justifica a escassez de projetos que incluam a sustentabilidade pela falta de conhecimento por parte dos designers sobre o que precisa ser mudado e, principalmente, sobre como mudar.

Essa escassez, para Palomo-Lovinski e Hahn (2014), aponta para uma lacuna na compreensão do conceito de sustentabilidade bem como na sua aplicação no ensino e na prática do

design de moda. De acordo com Armstrong e LeHew (2014) há uma crescente pressão para integração da sustentabilidade no currículo do ensino superior da área, mas ainda não existe um consenso a respeito de como viabilizá-la. Embora a inclusão do tema no ensino do design de moda tenha aumentado nos últimos anos, a sustentabilidade ainda é tratada como um assunto agregado, disperso e fragmentado como conceito e inconsistente como plano prospectivo para preparar futuros designers (Armstrong; LeHew, 2011; Fiorentino, 2013).

Para Kozlowski, Searcy e Bardecki (2018), há uma grande variedade de visões, ideias, processos e produtos associados à moda sustentável. Essa constatação deixa clara a necessidade de se conhecer as diferentes abordagens em andamento, os desafios e as perspectivas do ponto de vista de estudantes, educadores e instituições para, então, buscar um caminho mais coeso e coerente que possa orientar o ensino de design de moda para a sustentabilidade.

No Brasil, os estudos relacionados ao tema compartilham conclusões e reflexões encontradas na revisão bibliográfica internacional. Para Lima (2018), embora exista um número representativo de disciplinas voltadas para a sustentabilidade nas graduações em design de moda, o paradigma educacional do ensino ainda é, via de regra, orientado essencialmente ao consumismo, ficando, muitas vezes, alheio aos problemas reais, carecendo de posturas críticas e propositivas de forma contextualizada.

Em Belo Horizonte, eventos como o Slow Week, o Fashion Revolution, o The Street Store e o Ready to Go são exemplos

de ações que promovem a discussão e a prática em torno do assunto. Pequenos empreendedores locais trazem novos produtos e serviços, tendo a sustentabilidade como plataforma de inovação. O tema tem se mostrado cada vez mais presente nas edições do Minas Trend Preview – maior salão de negócios da moda da América Latina, que acontece na capital mineira. Portanto, localmente, é possível perceber um movimento global, e que aponta para transformações no próprio mercado.

Considerando a importância central que o designer possui nesse contexto de mudanças, surge então o questionamento em torno da formação dos profissionais de design de moda em Belo Horizonte. Qual tem sido a abordagem desse paradigma tão desafiante? Como se dá o encontro entre teoria e prática quando conceitos sustentáveis são considerados?²

A partir desses questionamentos, e em função do contexto atual da moda, forjou-se o propósito deste livro: identificar questões relevantes para a integração do tema sustentabilidade nos cursos superiores de design de moda sob o recorte geográfico de Belo Horizonte (MG). Para tanto, buscou-se desenvolver os seguintes pontos: 1. conceituar e relacionar moda e sustentabilidade; 2. identificar o potencial da sustentabilidade para valorização do profissional da moda; 3. situar o ensino superior de design de moda, especificamente no Brasil e em Belo Horizonte; 4. verificar a abordagem sobre

2 N.E.: a presente obra tem sua origem na dissertação *O tema da sustentabilidade no ensino de Moda em Belo Horizonte*, defendida pela autora em 2020 no âmbito do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, como requisito para qualificação no curso de Mestrado da Escola de Design.

sustentabilidade no ensino de design de moda – nacional e internacional; 5. identificar a abordagem de sustentabilidade nos cursos de design de moda em Belo Horizonte.