

PREFÁCIO

A sustentabilidade está em moda? Parece não haver dúvidas sobre isso. É fácil perceber que a sustentabilidade, especialmente a sustentabilidade ambiental, tornou-se um dos assuntos do momento, gerando fortes e apaixonadas discussões sobre como o modelo de produção e consumo adotado pelo ocidente desde a Revolução Industrial tornou-se perigoso para o planeta e para a própria humanidade. Parece que agora estamos diante de um interessante dilema sobre o futuro: devemos buscar novas formas de produção de bens e adotar estilos de vida menos danosos ao planeta ou continuaremos com o sistema atual de produção e de consumo acelerados, enquanto caminhamos alegremente, com nossos SUVs, nossos *smartphones* e nossas roupas *fast fashion*, para o abismo?

Mais do que uma moda, a sustentabilidade mostra-se imprescindível ao pensamento sobre o futuro, o que nos traz o desafio de uma profunda revisão em nossos padrões de vida e de consumo, bem como em nossas tecnologias e produtos. Não há mais espaço para dúvidas sobre a necessidade de mudança, visto que as evidentes e alarmantes alterações climáticas, além da crescente escassez de recursos naturais e matérias-primas, tornam a questão urgente e fundamental. Essa é, realmente, a questão primordial para a sobrevivência humana no século XXI.

Mas a sustentabilidade está na Moda? Essa pergunta é a interessante provocação feita pela designer e professora Sandra Maia Rodrigues Pereira, que atua no curso de Design de Moda da tradicional Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), ao investigar como os cursos

superiores de moda de Belo Horizonte encaram e incorporam os conceitos de sustentabilidade às disciplinas oferecidas aos estudantes. Em princípio, a resposta parece óbvia: os designers sempre foram parte da vanguarda intelectual e cultural da humanidade, a partir de uma perspectiva fortemente humanista e centrada no bem-estar dos usuários de seus produtos. Ao longo de sua história, o design apresenta-se (com poucas e desonrosas exceções, diga-se de passagem), ao lado das preocupações humanas voltadas para a melhoria das condições de vida, saúde e conforto daqueles que utilizam seus produtos. Parece claro que a sustentabilidade é requisito necessário para uma abordagem contemporânea e consistente nos processos de design, sobretudo em uma área como a moda, caracterizada pela renovação constante, o que parece convidar à permanente reflexão sobre seus princípios e consequências.

A realidade, porém, mostra-se bem mais complexa. A moda é, reconhecidamente, uma indústria poderosa; poderosa e extremamente poluente, além de socialmente injusta, possuindo fortes interesses e instrumentos de pressão sobre a sociedade. Desde os grandes impactos gerados pela utilização intensiva de água para produção irrigada de algodão, passando pela utilização de produtos químicos como tintas e solventes, a indústria da moda representa um desafio às mudanças necessárias à sobrevivência do planeta. Isso além da notória e injusta exploração do trabalho em países como Paquistão e Bangladesh, onde mulheres e crianças são responsáveis pela confecção de peças que serão vendidas a baixo preço em países da Europa. De fato, é curioso observar que os manifestantes pela redução da poluição nos países

ricos são muitas vezes os mesmos que adquirem suas roupas *fast fashion* em lojas como Bershka e Primark.

A sustentabilidade na moda não é, portanto, assunto para amadores ou para abordagens por demais otimistas e simplistas. A dura realidade demonstra que, como diz o ditado, “o caminho do inferno está pavimentado de boas intenções”. Uma abordagem segura e consciente da questão da redução dos impactos ambientais e sociais por parte da indústria da moda é oportuna e, mais do que isso, necessária, principalmente quando se observa que o design possui uma importância crucial para o enfrentamento do problema.

Ao incorporar a sustentabilidade como parâmetro de projeto de forma estruturada e coerente, por meio da criação de produtos que sejam realmente sustentáveis, os designers podem efetivamente contribuir para a busca de soluções. É preciso ir além da superficialidade de “produtos verdes” voltados para ações de marketing e de nefastas iniciativas de “*greenwashing*”.¹

Mas como fazer isso? Como incorporar a sustentabilidade como critério de criação de novas coleções e de produtos mais eficientes do ponto de vista ambiental?

1 *Greenwashing* é o nome dado à tentativa de transmitir uma imagem falsa de sustentabilidade, prática adotada por algumas companhias da indústria da moda. Isso pode acontecer de várias formas: ocultando dados, dando ênfase em algum componente ou característica que pode ser considerada sustentável no lugar de produtos que não são sustentáveis, ou até mesmo usando informações inverídicas.

Este livro nos indica que uma das respostas está nos cursos de design de moda, ao investigar como a sustentabilidade é abordada junto aos futuros designers e como os professores contribuem para sua disseminação. Para tal empreitada, a obra começa trazendo conceitos de sustentabilidade desde os primórdios de sua discussão, nos anos 1960, e os principais pontos de sua evolução até os dias atuais. Também é apresentado um precioso panorama da literatura sobre o tema, elucidando terminologias e desfazendo equívocos de interpretação que tanto prejudicam nossa compreensão sobre o assunto. Só por isso, a obra já se configuraria como leitura obrigatória sobre o tema.

No entanto, a autora ainda nos traz uma contribuição singular: uma interessante investigação sobre a incorporação de princípios de sustentabilidade nos cursos de design de moda no Brasil e, particularmente, em Belo Horizonte, capital reconhecida como polo de criação e disseminação de tendências desde meados do século passado. Essa análise se mostra basilar para compreensão da questão da sustentabilidade e das estratégias a serem adotadas para um futuro promissor. Demonstra o interesse dos alunos e, especialmente, a dedicação dos professores envolvidos, ainda que o conceito de sustentabilidade esteja disperso em diferentes disciplinas e até o momento não possua uma abordagem que possa ser considerada sistêmica ou holística. A professora Sandra investiga iniciativas independentes, exemplos de dedicação e inovações propostas por docentes dos cursos de moda, muitas vezes feitas de maneira isolada e sem um apoio formal das instituições. Sandra mostra também o interesse crescente por parte dos alunos, futuros profissionais e

elementos-chave para a mudança dos paradigmas da indústria e do mercado consumidor.

Mas o livro vai além dessa investigação cuidadosa. A autora trata do problema e aponta caminhos e desafios, indicando iniciativas importantes para que a sustentabilidade seja efetivamente integrada aos cursos e se torne uma das bases conceituais para a criação de coleções que considerem a redução de impactos ambientais como elementos básicos dos processos de concepção e desenvolvimento na indústria da moda.

É importante ressaltar que para a construção das propostas apresentadas neste livro existe um elaborado processo de pesquisa que envolve a escuta de coordenadores, professores e alunos para a criação de um quadro que permite a compreensão do real cenário do ensino de moda na atualidade. É necessário, para a autora, caminhar da teoria para a prática sustentável nos cursos e na vivência profissional, o que encontra eco nas palavras e depoimentos dos diferentes atores envolvidos com o processo de ensino.

É certo que ainda existem muitos problemas a serem resolvidos e que as perspectivas não são animadoras para aqueles que conseguem enxergar além das ações de marketing e se preocupam com o futuro da humanidade a longo prazo. Precisamos com urgência de novos pensadores, novas formas de resolução de problemas e novas abordagens metodológicas que incorporem soluções para as questões ambientais e sociais aos processos projetuais da indústria da moda, desde sua concepção, produção, distribuição e uso,

até a destinação final. Precisamos de soluções que não se limitem ao marketing, que melhorem as condições de vida dos trabalhadores, reduzam os impactos gerados pela produção e as montanhas de roupas *fast fashion* em países pobres. Precisamos, enfim, de boas notícias.

A professora Sandra Maia, com este livro, nos aponta um caminho. E esta é uma ótima notícia.

Eduardo Romeiro Filho

*Professor titular do Departamento de
Engenharia de Produção da UFMG*

*Professor dos Programas de Pós-graduação em Inovação
Tecnológica da UFMG e Pós-graduação em Design da UEMG.*