

DESIGN DE MODA E SUSTENTABILIDADE

FASHION DESIGN AND SUSTAINABILITY

Adriana Ferreira de Martinez
Universidade Anhembi Morumbi, Brasil
adriana_prof2004@yahoo.com.br

Resumo: No presente artigo é abordada a necessidade de contemplar as exigências contemporâneas de ações sustentáveis nas atividades projetuais no âmbito do design de moda. Apresenta-se a importância da ética como norteadora dos procedimentos criativos por considerar que a sustentabilidade deve estar presente em todas as etapas do processo, incluindo as práticas sociais, culturais, ambientais e econômicas.

Palavras chave: Design; moda; sustentabilidade.

Abstract: This paper approach the need for contemplating today's requirements of sustainable actions concerning the world of fashion design development activities. The significance of ethics is highlighted as a guide for creative processes by considering that sustainability shall be present over all the different steps of the process, including social, cultural, environmental and economic practices.

Keywords: Design; fashion; sustainability

O curso de Design de Moda da Universidade Anhembi Morumbi incorporou em seu projeto pedagógico, a partir do ano de 2013, ações sustentáveis no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e nos Projetos Interdisciplinares, a serem aplicadas desde o primeiro semestre.

Entretanto, mesmo antes dessa tomada de decisão, a grade curricular já oferecia no quinto período o Projeto Interdisciplinar com o tema "Design de Moda e Sustentabilidade", que pressupõe o desenvolvimento de uma proposta sustentável na coleção.

Tal sugestão faz parte das discussões que envolvem tanto o design quanto a moda na presente conjuntura, pois o produto resultante de toda e qualquer atividade projetual precisa oferecer criações que se adaptem às exigências contemporâneas de ações sustentáveis.

Longe de qualquer discurso inócuo, o curso estruturou os preceitos de maneira resoluto para evitar que a sustentabilidade fosse assumida apenas como um arranjo ornamental sem resultado efetivo. Portanto, travou-se o desafio levando em consideração a empreitada árdua e complexa enfrentada pela sociedade mundial desde o final do século XX.

Não se pede que o aluno de design seja instado a resolvê-la, visto que isso é tarefa para toda a sociedade. Pede-se, tão

somente, seriedade no trato de temas ligados à engenharia ambiental e às ciências sociais. (...) mais conhecimento e menos chavões. (CARDOSO, 2012, p. 250)

Percebe-se, desta maneira como, no âmbito do design, cabe não se ater unicamente aos recursos técnicos e estéticos de produção, porque se correria o risco de limitar a problematização. Ao ampliar o campo de investigação para o modo de vida das populações, desdobram-se possibilidades de abarcar o ciclo completo dos produtos. Com essa área de preocupação estendida, os cursos em design precisam expandir sua ótica para além dos resultados materiais e preparar os estudantes para descobrir o que há em seu entorno.

A sugestão motivada pelo curso adquire relevância quando se propõe refletir sobre a responsabilidade do designer perante a sociedade. Para tanto, torna-se indispensável apresentar aos estudantes a importância de desenvolver análises críticas e experimentações não lineares.

O processo de criação e configuração dos objetos envolve a questão da responsabilidade (e, em consequência, da liberdade). Nesse contexto, é totalmente compreensível que a questão da liberdade entre em cena. Aquele que projeta objetos de uso (aquele que faz cultura) lança obstáculos no caminho dos demais, e não há como mudar isso (...). Deve-se, no entanto, refletir sobre o fato de que, no processo de criação dos objetos, faz-se presente a questão da responsabilidade, e exatamente por isso é que se torna possível falar da liberdade no âmbito da cultura. A responsabilidade é a decisão de responder por outros homens. É uma abertura perante os outros. (FLUSSER, 2007, p.p. 195-196)

Ao alertar para essas considerações, as reflexões foram dirigidas às atitudes que reforçam as práticas éticas. Essa experiência introduzida no programa fez salientar como a ética deve ser norteadora, pois a consequência do processo criativo pode direta ou indiretamente atingir o cenário socioambiental.

Dijon de Moraes (2010, p. 78) assinala que:

(...) a ética, como modelo de comportamento e de estilo de vida, e a estética, como decodificação formal do significado e significância do comportamento social humano, sempre mantiveram uma estreita e recíproca relação entre si e se completam em constante estado de mutação.

Dessa maneira, o autor evidencia o mérito das qualidades do designer, que inserido na sua realidade particular deve ser capaz de reconhecer o comprometimento do seu saber.

Ainda dentro dessa perspectiva é relevante lembrar que foi durante o evento Eco-92, com o lançamento da Agenda 21, quando se popularizou e incentivou o exercício do desenvolvimento sustentável, que o design também passou a adotar mudanças e assumir o compromisso ético.

Para complementar a abordagem mencionada no parágrafo anterior, Souza (2002) assegura que um projeto de design sustentável é aquele que admite responsabilidade ambiental e colabora com a qualidade de vida das populações sem interromper o desenvolvimento econômico.

Nesse aspecto, o papel do designer não é propiciar efeitos efêmeros e irrefletidos, mas elementos que tenham como finalidade contribuir a médio e longo prazo com a situação contemporânea.

O designer ao buscar sua matéria-prima na sociedade devolve a ela um produto reelaborado, transformando o senso comum em uma expressão de linguagem mais elaborada. (...) abre novos caminhos na densidade cultural apontando rumos futuros, desencadeando relações, modelando pensamentos, dialogando com a sociedade, construindo valores, símbolos, e novos significados. Isto é interferência e, por isso mesmo, requer do designer responsabilidade social. (RODRIGUES, 2009. p. 11)

Por conseguinte, a condução dos projetos precisa mostrar como a atuação do designer é a de criar meios para que os produtos sejam inseridos no mercado de maneira correta – cujo cuidado deve ser levado em consideração desde a criação até o descarte. “Com a expressão design para a sustentabilidade entende-se o ato de projetar produtos, serviços e sistemas com um baixo impacto ambiental e uma alta qualidade social.” (MANZINI & VEZZOLI, 2008, p.197).

Neste sentido, ao pensar em design de moda, o curso procurou mostrar como é possível usar recursos capazes de incluir disposições sociais, culturais, ambientais e econômicas.

Ante essa solicitação, torna-se necessário esclarecer aos estudantes que a equação moda e sustentabilidade não se limita ao cuidado ambiental, mas se estende a todas as etapas do processo.

Ao falar de moda, estamos nos referindo ao processo que vai da produção e plantio de sementes para a obtenção de matéria-prima dos substratos têxteis até milhões de trabalhadores e suas variadas funções em diversos países do mundo. (BERLIM, 2012, p. 26)

Ao analisar o trecho abordado pela autora, vinculando-o ao objetivo de alcançar a sustentabilidade, nota-se que realizar tão somente um ato que não agrida o ecossistema dentro de uma produção é hoje insuficiente. Os atos sustentáveis devem estar coligados à ação continuada de todo o processo.

A sustentabilidade talvez seja a maior crítica que o setor da moda já enfrentou, pois desafia a moda em seus detalhes (fibras e processos) e também com relação ao todo (modelos econômicos, metas, regras, sistemas de crenças e valores). Assim, tem potencial para transformar o setor pela raiz, influenciando a todos os que nele trabalham e a todos que lidam diariamente com a moda e os produtos têxteis [...] (FLETCHER & GROSE 2011, p. 8).

Em suma, observa-se que cabe ao designer de moda o escopo de inserir os requisitos sustentáveis em todo o ciclo do desenvolvimento projetual, sem perder a qualidade estética e criativa característica do design, promovendo e originando uma harmonia eficaz.

Berlim (2012) menciona que nos últimos seis anos houve um aumento de produtos ecológicos na moda, seja no acabamento, nas fibras, nas embalagens ou em qualquer outro componente conhecido atualmente como produto *ecofashion*. Mudanças que ocorreram tanto no mercado internacional, como também foram bastante evidenciadas no Brasil.

As ações na área socioambiental das corporações que trabalham com a indústria do vestuário e acessórios são muitas e variadas; estendem-se pelas áreas de logística, arquitetura, consumo de energia, emissão de carbono, gestão de resíduos, gestão de água e responsabilidade social, entre outros (BERLIM, 2012, p.93)

A autora, citada acima, ainda considera que a designação *ecofashion* abrange a chamada economia criativa, praticada por designers e marcas que vêm difundindo a ideia de sustentabilidade nos materiais usados em suas criações e nos valores imateriais decorrentes delas. O que é encontrado, por exemplo, no

uso de características culturais relativas às regiões brasileiras, no resgate de técnicas artesanais, bem como no cuidado responsável exercido nas cadeias produtivas.

Portanto, empresas nacionais e internacionais têm-se envolvido cada vez mais com técnicas e estratégias que visam tornar suas marcas e coleções voltadas às ações sustentáveis. Pesquisas e desenvolvimento de novos materiais têxteis, a utilização de corantes naturais, o cultivo do algodão orgânico e o incentivo à redução do consumo são alguns modelos dessas investidas. (SCHULTE; 2010) Sendo assim, a proposta do Projeto Interdisciplinar consiste em selecionar, inicialmente, uma das óticas abordadas pela sustentabilidade, portanto, escolher estudar entre as ações econômicas, ambientais ou sociais. O objetivo versa em, a partir de uma pesquisa teórica referencial, criar uma coleção composta por dez *looks*. Dentre esses são confeccionados quatro, destinados a um usuário definido previamente mediante pesquisa de campo qualitativa. A coleção deve contar com pelo menos uma ação sustentável na materialização.

A metodologia interdisciplinar no semestre é reforçada pelas disciplinas *moulage*, com o desígnio de produzir peças originais; fotografia e vídeo, a qual por meio dos conteúdos colabora com a execução do ensaio fotográfico e a realização de um documentário do processo; e, por último, empreendedorismo e sustentabilidade, que apresenta fundamentos para serem utilizados na proposta projetual.

Todas as etapas percorridas precisam ser acompanhadas e discutidas para promover análises consistentes, bem como impulsionar ações orientadas ao estímulo de criações inovadoras.

O grande desafio encontrado durante o projeto consiste em conseguir articular a pesquisa teórica referencial voltada para as atividades sustentáveis efetuadas dentro do design de moda e a realização de processos criativos ancorados em experimentações. Em outras palavras, tomar os devidos cuidados para que os estudantes não reproduzam o que foi investigado e promover o desenvolvimento particular em suas criações.

Sendo assim, a atividade criativa deve ser formada pelo repertório e interpretações obtidos por meio das leituras decorrentes da pesquisa teórica referencial e das imagens contidas no painel semântico. Como orientadores

devemos impulsionar o talento dos estudantes para que realizem produções singulares éticas capazes de colaborar com transformações no plano do real.

E essa mudança precisa introduzir respostas capazes de resistir a concepções de sistemas totalizantes que engessam o ato de pensar. Confiar na própria capacidade de percorrer universos desconhecidos fortalece a vontade de se expressar singularmente.

As destrezas educativas a serem aplicadas no desenrolar das orientações para atingir a materialização almejada do projeto devem apreciar a compreensão do que está sendo desenvolvido sem perder o potencial criativo. O processo iniciado na pesquisa teórica referencial fornecerá parte dos subsídios para as futuras realizações dos elementos formais projetuais e a harmonia do conjunto.

Concomitantemente, realiza-se a pesquisa de imagens para compor o painel semântico. Elas são referentes ao estudo teórico referencial (desde o tema até o objeto de estudo) e das interpretações relativas ao entendimento do assunto mencionado.

O painel semântico versa sobre um texto visual. Trata-se de uma ferramenta fundamental com base na comunicação através de metáforas, portanto, expressão de linguagem figurativa. O uso de metáforas concorre para associar elementos que colaboram com a definição do conceito de criação. O material imagético escolhido pelos seus significados é organizado na sala de aula conforme as percepções dos estudantes e contribui com desenvolvimento projetual. Nesse sentido, o que se espera do painel semântico é transformar o entendimento da linguagem escrita em visual; montar uma ambiência na qual se perceba o todo da pesquisa; colaborar com a delimitação do conceito de criação e as futuras escolhas de cores, formas, texturas, etc. a serem utilizadas nas peças.

Os estágios do processo criativo amadurecem de formas diferenciadas para cada um, mas nenhuma "... criatividade aparece subitamente, como se fosse um estalo, uma inspiração divina ou um momento de sorte." (WECHSLER, 1998, p. 50). O processo criativo demanda o esforço intelectual com o propósito de encontrar soluções inovadoras.

O conceito de criação que irá nortear a concretização do projeto, emerge de uma noção aparentemente espontânea, mas, na realidade, a preparação anterior

forneceu inconscientemente elementos que serviram de base para o processo cognitivo.

Outro aspecto que precisa ser enfrentado refere-se aos debates em torno da veracidade sobre a inserção da moda nos processos sustentáveis. Isto porque as informações recorrentes apresentam a moda sob duas óticas que seriam contrárias à sustentabilidade, uma delas focada no estímulo do consumo e a outra como parte integrante da cadeia têxtil, uma área industrial considerada poluidora e responsável por impactos ambientais.

Essas visões devem ser ponderadas, mas o relevante para a compreensão do Projeto Interdisciplinar “Design de Moda e Sustentabilidade” é o que está sendo promovido e realizado na área da moda para reverter a presente situação. O entendimento precisa estar dirigido para a interação cada vez mais próxima entre o desenvolvimento sustentável e design de moda.

De fato, verificamos que a moda pode, sim, adotar práticas de sustentabilidade, criando produtos que demonstrem sua consciência diante das questões sociais e ambientais que se apresentam hoje em nosso planeta, e pode, ao mesmo tempo, expressar as ansiedades e desejos de quem a consome. Afinal a moda não nos espelha – ela nos expressa (BERLIM, 2012, pág. 13).

Portanto, ao orientar os projetos, deve-se fortalecer a possibilidade de unir o design de moda à sustentabilidade, não só como utilização simbólica e intelectual do momento histórico, mas também um imperativo para contribuir ativamente com a sociedade contemporânea. Para que isso aconteça um projeto de design de moda tem que ir para além das práticas normalmente utilizadas, inserindo novos atributos aos requisitos de produto, projeto e procedimentos de trabalho.

Conforme o processo avança percebe-se o envolvimento e entusiasmo discente, na medida em que conseguem não só entender a importância da relação entre moda e sustentabilidade, mas vislumbrar o papel que terão como futuros designers.

Por conseguinte, o tema oferecido no projeto interdisciplinar proporciona aos estudantes assumirem compromissos profissionais éticos, pois reconhecem como, por meio do conhecimento e de tecnologias, podem construir um futuro

plausível. A identificação de ações sociais, econômicas ou ambientais suscitam pesquisas frutíferas.

Desvendam o uso de condições sustentáveis para o desenvolvimento da moda que podem estabelecer equilíbrio entre o meio ambiente e o crescimento econômico com a possibilidade de agregar valor.

Ficam cientes de que nos processos de acabamento há possibilidades de reduzir alto consumo de água ou de utilizar corantes que não poluam o meio ambiente. Descobrem a necessidade contemporânea de pensar no descarte dos materiais, na reciclagem de resíduos que modifiquem os processos industriais anteriores, para trabalhar em busca de uma melhor produtividade, e assim obter qualidade com criatividade.

As reflexões elaboradas durante as orientações mostram como percebem as ações realizadas no âmbito da moda e de que maneira podem colaborar com as condições sociais, seja por geração de empregos, resgate de culturas ou uma renda equitativa eliminando a exploração de mão de obra. Identificam, portanto, o papel do designer de moda como mediador cultural e agente social que aproxima o fazer artesanal, a produção sustentável e a criação singular.

Os resultados são admiráveis, transitam desde o aproveitamento de resíduos têxteis até o desenvolvimento dos materiais e da coleção em conjunto com cooperativas. Nesse sentido, a sala de aula, longe de ser uma limitação espacial, ultrapassa os muros (físicos e metafóricos) para estabelecer trocas entre estudantes, professores e sociedade. São as interfaces que criam mundos numa atividade projetual coletiva.

Ao distinguir o designer de moda como agente direto na sociedade que pode promover mudanças significativas para além do produto final e seus valores agregados, provoca-se nos estudantes a vontade de recomeçar todas as vezes que sejam necessárias. Impulsiona-se o empenho de gerar materializações surpreendentes para os próprios autores. E é dessa forma que se sentem verdadeiramente preparados para o futuro, porque sabem que podem fazer toda a diferença.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Editora Estação da Letras e Cores, 2012.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: CosacNaify, 2012.

DE MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda e Sustentabilidade: design para a mudança**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: CosacNaify, 2007.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de Produtos Sustentáveis. Os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: Editora EDUSP, 2008.

RODRIGUES, Irene. **O olhar antropológico do designer**. In: Faces do design 2: Ensaio sobre arte, cultura visual, design gráfico e novas mídias. MOURA, Mônica (org.). São Paulo: Edições Rosari, 2009.

SOUZA, Paulo F. de Almeida. **Sustentabilidade e responsabilidade social no design do produto: rumo à definição de indicadores**. Tese de doutorado. São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2007.

WECHSLER, Solange Múglia. **Criatividade: descobrindo e encorajando**. Campinas: Editora Psy, 1998.