



ALINHAVANDO A MODA DO FUTURO: DIÁLOGO ENTRE DESIGN CONTEMPORÂNEO, MODA E TRANSIÇÕES PARA A SUSTENTABILIDADE

MARIA FERNANDA SORNAS VIGGIANI • IANA ULIANA PEREZ • MÔNICA CRISTINA DE MOURA

DOI 10.52050/9788579176753.4



Considerando a moda como fenômeno representativo do contexto contemporâneo, e diante da necessidade de reduzir os impactos socioambientais da moda, este capítulo se debruça sobre a moda para propor reflexão a respeito de novas possibilidades de atuação do design contemporâneo, como o design de transições para a sustentabilidade. A partir da teoria multinível de transições, analisamos o atual sistema da moda – e seus impactos socioambientais –, representado pelo modelo do (ultra) fast fashion, e refletimos sobre as oportunidades para o desenvolvimento de cenários mais sustentáveis manifestadas pelo movimento slow fashion, considerado como uma semente para a transformação do sistema da moda.

(...)

IMAGEM DE ABERTURA

Imagem: Modalização.

Fonte: Érico Vieira – Abstratoria

Desse modo, visamos melhor compreender o contexto atual para analisar as mudanças necessárias para a criação de novos cenários mais sustentáveis na moda, considerando os papéis que designers de moda podem assumir no processo de transição para a sustentabilidade. Como resultado, a abordagem da teoria multiníveis permitiu melhor compreensão das mudanças necessárias em diferentes níveis do sistema da moda, abrangendo desde aspectos individuais até estruturas organizacionais, com o objetivo de impulsionar uma transformação em direção à sustentabilidade.

INTRODUÇÃO

O design de moda não diz respeito apenas àquilo que vestimos; mais do que isso, é uma manifestação de identidade pessoal e de pertencimento ao grupo, além de se relacionar e influenciar todos os outros objetos materiais e imateriais ao nosso redor. Por estas manifestações e segmentos do design, como a moda, podemos analisar a sociedade e seus indivíduos. No contexto contemporâneo, também chamado de hipermoderno, a moda se destaca por refletir a compressão do tempo e o excesso de velocidade e do consumo. Assim, a moda tem exercido influência direta sobre as transformações dos valores sociais, desempenhando papel significativo na aceleração do ritmo de vida, sendo um exemplo eloquente dessa peculiar experiência temporal que caracteriza a contemporaneidade (Agamben, 2009).

Na contemporaneidade, destaca-se, também, a pauta da sustentabilidade, que muitas vezes parece se chocar com as dinâmicas próprias do

design de maneira geral e do design de moda de maneira específica. Ainda assim – ou justamente por causa disso – existe a demanda por uma moda mais sustentável que ultrapassa a abordagem do marketing verde, pois manter uma abordagem superficial da sustentabilidade pode comprometer a competitividade das empresas em longo prazo (Lipovetsky, 2009). Portanto, a integração da sustentabilidade no design de moda emerge como uma nova necessidade no desenvolvimento de produtos e serviços, tornando-se um dos maiores desafios contemporâneos.

O design contemporâneo tem como um dos seus imperativos a sustentabilidade, o que envolve a necessidade de transições e diferentes abordagens e concepções.

O design de moda, alinhado com a sustentabilidade, tem evoluído suas ações ao longo do tempo, desde a seleção de materiais de baixo impacto socioambiental e projeto do ciclo de vida do vestuário até abordagens mais abrangentes, como o design de sistemas produtos-serviços. Contudo,

tanto a prática quanto o ensino de design de moda ainda apresentam enfoque pontual no que diz respeito à abrangência das soluções propostas, muitas vezes concentradas, por exemplo, no uso de materiais mais sustentáveis e desenvolvimento de vestuário a partir do reaproveitamento de materiais e produtos que seriam descartados. Embora essas sejam ações necessárias, não são suficientes para atacar as raízes dos problemas socioambientais que permeiam o atual sistema da moda. Diante disso, os designers de moda devem promover mudanças radicais, incluindo transformações sistêmicas e disruptivas não somente nos modelos de produção e consumo, como também nos modos de ser e pensar. É necessário remodelar o próprio sistema da moda.

O termo "contemporâneo", tão presente neste ensaio, denota algo que está situado no mesmo período temporal em que vivemos, podendo ser utilizado para caracterizar o atual sistema da moda. Contudo, para o design contemporâneo é essencial a habilidade de transcender o momento presente, permitindo-nos compreender a essência do

nosso tempo sob diferentes ângulos, a partir das conexões com outros contextos históricos (Moura, 2008). Desse modo, é importante compreender o passado e o modo como o contexto atual foi forjado. Mas também é fundamental olhar para o futuro e vislumbrar novas possibilidades, de modo a projetar novos contextos, novas formas – mais sustentáveis – de vivenciar o design de forma geral e o segmento de design de moda.

Este capítulo se debruça sobre a moda para refletir sobre o cenário atual e a respeito de possíveis cenários futuros a partir das lentes do design contemporâneo e das transições para a sustentabilidade. Assim, visa analisar o atual sistema da moda – e seus impactos socioambientais – e refletir sobre as oportunidades para o desenvolvimento de cenários mais sustentáveis a partir da perspectiva multinível das transições sistêmicas. Para melhor definir o escopo de análise, adotamos o (ultra) fast fashion como um símbolo emblemático da moda contemporânea e o seu contraponto, o slow fashion, como uma

manifestação de novos cenários emergentes na moda, com potencial transformador rumo à sustentabilidade.

DESIGN CONTEMPORÂNEO E O DESIGN DE TRANSIÇÕES PARA A SUSTENTABILIDADE

Design contemporâneo abrange os projetos conectados ao atual espírito do tempo, que tem sido marcado pelo reconhecimento da responsabilidade socioambiental dos designers e voltado às manifestações próprias e a temas emergentes de cada época, na relação da historicidade com as mudanças do conhecimento e as inovações que ocorrem em diferentes âmbitos que dizem respeito à contemporaneidade e rompem com os padrões modernos racionalistas em sintonia com a complexidade, subjetividade, sensibilidade e a diluição das fronteiras do conhecimento (Moura, 2021).

Desde os anos 1970, designers têm se preocupado com a necessidade de mitigação dos impactos negativos das ações de design sobre a sociedade e o meio ambiente. Tais impactos costumam ser associados ao que Victor Margolin e Sylvia Margolin (2002, p. 24) chamam de “paradigma do design para o mercado”, que tem dominado o campo durante décadas. Em contraposição a esse paradigma, desenvolveu-se o campo do design para a sustentabilidade.

Principalmente a partir dos anos 1990, o design para a sustentabilidade tem refletido um fenômeno próprio do design contemporâneo: a expansão do seu campo de atuação e de conhecimento. Essa expansão é caracterizada pelo rompimento das fronteiras entre diferentes áreas, disciplinas e segmentos de design, o qual é acompanhado por novos enfoques em que se valorizam as ações de design como projeto, independentemente do formato de seus resultados (Moura, 2021). Desse modo, o design para a sustentabilidade tem ampliado seu enfoque, nos últimos anos, desde

intervenções pontuais sobre fluxos, materiais e produtos até abordagens mais sistêmicas que envolvem o design de serviços, a inovação social e o projeto de transições para a sustentabilidade (Ceschin; Gaziulusoy, 2016; Irwin, 2015).

Com esse processo de expansão, o design para a sustentabilidade tem buscado ampliar seu poder de transformação, passando a lidar com questões cada vez mais sistêmicas e, consequentemente, mais complexas. Essas questões demandam não apenas mudanças de postura por parte dos designers, mas também mudanças significativas no comportamento e na cultura da sociedade como um todo. Trata-se, portanto, de uma missão grandiosa, de longo prazo, visando à construção de novos cenários mais sustentáveis. Cenários esses que precisam ser costurados coletivamente, por cidadãos e profissionais de diversas áreas, dentre eles designers de diferentes especialidades. Neste texto, destacamos duas áreas em especial: o design de moda e o design de transição para a sustentabilidade.

O campo das transições para a sustentabilidade, que tem sido abordado por pesquisadores de diversas áreas e por movimentos sociais, tem se aproximado do design devido à demanda de criatividade para o desenvolvimento de cenários futuros. Trata-se, portanto, de um desafio de design, abraçado pelo segmento de design de transições para a sustentabilidade, que atua no planejamento e promoção de mudanças radicais nos sistemas sociotécnicos em diversos horizontes temporais – em curto, médio e longo prazo (Ceschin; Gaziulusoy, 2016; Gaziulusoy; Ryan, 2017). O design de transições parte da compreensão do contexto local presente, identificando os principais atores e pontos críticos de um determinado sistema, para então desenvolver cenários futuros mais sustentáveis, criando visões de longo prazo convincentes. Considerando o cenário atual e aquele que se almeja construir, o design de transições dedica-se, então, ao desenvolvimento de um plano de ação contendo estratégias e intervenções de curto e médio prazo que promovam as mudanças necessárias para se atingir a meta de logo prazo

(Irwin, 2020). Assim, o design de transições gerencia todo o projeto de transição, articulando atores de diferentes áreas, assim como designers com especialidades diversas.

Podemos destacar quatro domínios a partir dos quais designers podem promover mudanças: 1) artefatos e comunicação; 2) produtos e serviços; 3) organizações; 4) transformação social (Buchanan, 1992). O design de transições precisa considerar esses quatro domínios, que são, muitas vezes, interconectados: ações em um domínio podem acarretar ou demandar mudanças em outros. Para construir novos cenários, portanto, são necessárias “inovações tecnológicas, sociais, organizacionais e institucionais” que possibilitem a construção de novos modos de pensar e de viver, assim como de novos paradigmas sociais, econômicos e políticos mais sustentáveis (Ceschin; Gaziulusoy, 2016). Para encarar uma empreitada tão difícil quanto a de promover tal ordem de transformação sistêmica, o design de transições se baseia em teorias de mudança, principal fator

que o diferencia de outros segmentos de design que também buscam a construção de novos cenários, como o design para a inovação social.

Uma das principais teorias de mudança em sistemas sociotécnicos é a teoria multinível de transições sistêmicas de Frank Geels (2011), que permite o entendimento da interação de forças em diferentes níveis, do macro ao micro (Gaziulusoy; Ryan, 2017). Para compreender o processo de transição, Geels (2011) destaca três níveis: 1) paisagem; 2) regime; 3) nicho. A paisagem é o contexto mais amplo de um sistema, exercendo influência e pressão sobre os demais níveis. Ela contempla: tendências demográficas; valores sociais; padrões culturais arraigados; ideologias políticas; macroeconomia. O regime é o nível intermediário, que sustenta e estabiliza um sistema, pois é formado pelo conjunto de regras que orientam e condicionam as atividades de diversos setores, crenças compartilhadas, modos de vida, arranjos e regulamentos institucionais, contratos jurídicos. Já o nível micro, o nicho, é formado por atores que promovem inovações radicais: laboratórios de

pesquisa e desenvolvimento, nichos de mercado, projetos ou novos modelos de negócios, ativistas e movimentos sociais (Geels, 2011; Gaziulusoy; Ryan, 2017).

O processo de transições sistêmicas, para ser efetivo, precisa articular intervenções nos três níveis, que se influenciam mutuamente. Por isso, são necessárias tanto a abordagem de baixo para cima [bottom-up], quando ações no nicho impulsionam mudanças no regime e na paisagem, quanto de abordagens de cima para baixo [top-down] (Geels, 2011). As mudanças mais radicais costumam ocorrer no nicho, por meio de aprendizagem e articulação. No regime, as transformações costumam ser incrementais e cumulativas, mas existem muitas barreiras para que ocorram. Já as mudanças mais lentas e de longo prazo são as ocorridas na paisagem.

Para melhor compreender as dinâmicas para a transformação da moda, adotamos como referência a teoria multinível de transições sistêmicas. Assim, nas seções seguintes, analisamos o atual

sistema da moda, destacando o caso do modelo de negócios do fast fashion e identificando as dinâmicas existentes nos níveis do nicho, do regime e da paisagem para a manutenção desse sistema a despeito de sua insustentabilidade. Na sequência, apresentamos o movimento slow fashion como alternativa para a construção de um novo sistema da moda, utilizando e identificando as mudanças necessárias em cada nível para que ocorra a transição para a sustentabilidade.

O ATUAL SISTEMA DA MODA E A SUA (IN)SUSTENTABILIDADE

O sistema da moda é formado por diversos atores e atividades que permeiam todo o ciclo de vida do vestuário, desde a produção de matérias-primas, como o algodão, passando pela confecção, distribuição e uso até chegarmos ao descarte ou reaproveitamento do produto de moda ou de seus materiais. Contudo, a moda transcende a função meramente utilitária do vestuário, integrando-se ao cotidiano e conectando-se a uma

gama mais ampla de contextos que abrangem aspectos políticos, sociais, culturais e sociológicos (Palomino, 2003). Como forma de expressão individual e coletiva, a moda explora o campo do imaginário e dos significados, desempenhando papel fundamental na configuração da cultura contemporânea (Anjos, 2020). O sistema da moda, portanto, conecta-se a diversos outros sistemas sociotécnicos e apresenta elementos socioculturais que lhes são intrínsecos compondo sua paisagem e ditando seu modo de funcionamento.

A moda é caracterizada por uma contínua metamorfose, embora nem todos os seus aspectos se transformem (Lipovetsky, 2009). As mudanças próprias da moda são sazonais e fazem parte de suas “regras”, compondo o seu regime. Embora as mudanças da moda, que costumam ser superficiais, possam advir de novas necessidades de expressão de identidade, acompanhando transformações mais amplas na sociedade, muitas vezes essas mudanças atendem a demandas econômicas de estímulo ao consumo. Por isso, a lógica própria da moda, o seu regime, tem sido

extrapolada para outros setores de produção e consumo além do vestuário (Caldas, 2004), contribuindo para consolidar a associação entre moda e consumismo que denota a insustentabilidade socioambiental desse sistema na atualidade. Segundo Mandelli (2022), o consumismo se sustenta na insatisfação constante, alimentando o desejo de compra por meio de campanhas publicitárias. A mídia promove essas novas tendências como padrões a serem seguidos e respeitados. É relevante salientar que a disseminação em larga escala do consumo, impulsionada pela Revolução Industrial, resultou no esgotamento excessivo dos recursos naturais para atender à demanda por produtos dos consumidores.

A cultura contemporânea nos coloca diante de um cenário marcado por excessos de diversas ordens (Moura, 2008). Assim, o regime do sistema da moda é marcado pelo ritmo acelerado de produção e consumo, com múltiplas coleções lançadas anualmente. Este ritmo rápido impõe prazos rigorosos na produção das peças e na vigência das tendências, muitas vezes prejudicando

a capacidade de discernimento. Essa pressão pelo novo, que já permeou a paisagem, aliada à sensação de obsolescência, leva a um desejo constante de consumir, resultando em obsolescência perceptiva. A moda dita que a obsolescência deve prevalecer sobre outras características, alimentando um ciclo de demanda, produção, consumo e descarte.

A aceleração do ritmo da moda tem crescido nas últimas décadas, dando origem a novos modelos e conceitos, como o fast fashion. Esse termo foi cunhado para denotar um novo modelo de produção e comercialização de produtos de moda que ganhou força a partir dos anos 1990, tendo como principais características a agilidade para produção e distribuição de vestuário a partir da identificação de tendências de moda. O fast fashion impulsionou um consumo voraz de artigos de moda, característico de uma sociedade que enaltece os valores do capitalismo e da globalização, que compõem a paisagem de muitos sistemas socio-técnicos. Tal cultura, desprovida de preocupações com a sustentabilidade, inunda o mercado com

uma profusão de produtos, facilitada pela agilidade da indústria da moda. Como consequência, surge uma sociedade obcecada pelo consumo de bens de moda, resultando na padronização dos produtos e na rápida disseminação das tendências apresentadas nos desfiles para as grandes redes varejistas, em intervalos de tempo cada vez mais curtos (Dantas, 2020).

Rapidamente, o fast fashion passou a dominar o mercado de moda, com suas novidades constantes e preços atrativos, mais acessíveis para pessoas que, de outra forma, não conseguiriam financiar os itens da moda. Esse novo modelo, portanto, passou a ditar as regras do atual sistema da moda. Afinal, as empresas que adotam o modelo de negócio conhecido como fast fashion atraem consumidores bem informados e ávidos por tendências da moda, que valorizam a novidade e a variedade. Essas peças de vestuário, alinhadas com as tendências, possuem um valor simbólico evidente, mas apresentam baixo valor material. Como resultado, os consumidores

tendem a não demonstrar preocupação em preservá-las ou atribuir-lhes valor duradouro, transformando-as em itens descartáveis.

Para garantir preços baixos, o modelo fast fashion baseia-se na terceirização de serviços e na dispersão geográfica das atividades produtivas e da cadeia de suprimentos, buscando acordos preferenciais de comércio e de trabalho, os quais compõem seu regime. Sob esse modelo, cada nação se especializa em uma etapa específica da produção de vestuário: alguns países dominam a montagem das peças, enquanto outros se destacam como principais exportadores de tecidos. Em geral, a fabricação é direcionada a países com custos trabalhistas mais baixos, onde os salários são frequentemente inadequados e a proteção social e sindical é limitada ou inexistente (Massaro, 2021). Um exemplo emblemático dos impactos dessa dinâmica foi observado em Bangladesh, em 2013, quando a tragédia do desabamento do Rana Plaza, prédio que abrigava confecções terceirizadas, ressaltou de forma dramática as consequências desse sistema. O colapso resultou na

perda trágica de 1.134 vidas e deixou milhares de pessoas feridas, conforme documentado no filme *The True Cost* (2015), dirigido por Andrew Morgan.

Apesar das evidentes consequências socioambientais do modelo fast fashion, ele não apenas se consolidou como aprimorou suas estratégias mercadológicas e logísticas, dando origem ao fenômeno conhecido como ultra fast fashion, caracterizado pela velocidade ainda maior na produção e distribuição de produtos de moda. Essa nova faceta do fast fashion tira vantagem das novas tecnologias e mídias digitais, capitalizando as influências das redes sociais para detectar tendências e ampliar o alcance de seus produtos. O ultra fast fashion, baseado na venda online de vestuário, é um fenômeno resultante das consequências sociais da pandemia de Covid-19, quando empresas de fast fashion aprimoraram seus processos produtivos, agilizando a entrega de produtos e adotando as tendências promovidas por influenciadores digitais (Carvalhina, 2023). Se antes parecia improvável a popularização da

comercialização digital de vestuário, a necessidade de distanciamento social em decorrência da pandemia propiciou a mudança de regime necessária para o surgimento do fenômeno do ultra fast fashion, pois teve como impacto uma transformação da paisagem a partir da ressignificação da relação das pessoas com as redes sociais e o consumo online, que passou a ser a única alternativa segura naquele contexto.

O ultra fast fashion renovou as problemáticas socioambientais do sistema da moda. Junto com o aumento da velocidade da produção e distribuição, veio a aceleração dos ciclos de moda, a redução de preços e o aumento na oferta de produtos de vestuário. Assim, o ultra fast fashion amplificou os impactos ambientais do sistema da moda, como intensificação da exploração de recursos e perda de biodiversidade. Já na esfera socioeconômica, o ultra fast fashion, com suas ofertas atrativas, pode ameaçar a produção local de moda, o que tem levantado debates sobre a necessidade de regulamentação desse mercado,

atuando sobre o regime para lidar com as novas modalidades de comercialização e distribuição de produtos fabricados fora do país.

Outro problema agravado pelo ultra fast fashion é a rápida obsolescência das roupas, pois torna-se cada vez mais fácil renovar o próprio armário. Como consequência dessa aceleração na produção e no consumo, o sistema da moda tem sido marcado, nas últimas décadas, pelo aumento considerável na produção de resíduos têxteis, abrangendo desde peças de vestuário descartadas pós-consumo até os descartes do processo produtivo, sendo os aterros sanitários destino de muitos resíduos têxteis. Conforme observado por Mandelli (2022), a prática do descarte de seus resíduos têxteis decorre da facilidade das confecções de moda em obter novos recursos. Anteriormente, quando esses recursos eram escassos, havia maior conscientização sobre sua utilização. Os retalhos de tecido, em particular, representam uma parte significativa desses resíduos,

resultando em impactos ambientais e econômicos adversos devido ao consumo de recursos ao longo do ciclo produtivo (Breve; Mendes, 2017).

Se o descarte de roupas e demais resíduos têxteis passou a ser a regra, a legislação brasileira, por outro lado, tem buscado combater o desperdício. Um exemplo é a Política de Resíduos Sólidos, de 2010, segundo a qual os resíduos são de responsabilidade das empresas. Em decorrência dessa alteração de regime, redes de fast fashion passaram a estabelecer programas de logística reversa para coletar peças de roupa usadas e dar a devida destinação a elas, seja a doação, o reaproveitamento ou a reciclagem. Contudo, para que essa política seja efetiva, é necessária, também, a mudança da paisagem, com o desenvolvimento de novos padrões culturais compatíveis com tal iniciativa.

Não é suficiente a criação de leis se não ocorrerem as mudanças necessárias visando ao cumprimento de tais leis. A indústria de moda, muitas vezes, contraria as leis¹ brasileiras, exercendo impacto considerável sobre o meio ambiente,

1. No Brasil, as confecções de produtos de moda devem seguir algumas legislações para poderem funcionar. Entre elas está a Lei 9.966, de 28 de abril de 2000, que tem como objetivo principal a proteção das águas sob jurisdição nacional, visando prevenir, controlar e fiscalizar a poluição causada pelo lançamento irresponsável de substâncias nocivas ou perigosas em águas sob jurisdição nacional e dá outras providências. Assim como, as leis que envolvem o contrato do trabalhador. Em 2010, foi promulgada a Lei nº 12.305, que trata da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), a qual estabelece que as indústrias de confecção de vestuário devem buscar alternativas para a gestão adequada e responsável dos resíduos têxteis.

2. Do inglês, que em tradução livre significa lavagem verde ou maquiagem verde. Termo utilizado para quando uma empresa trabalha a falsa aparência de sustentabilidade.

com consequente emissão de carbono e despejo de corantes químicos nas vias fluviais. Também é frequente a violação às leis trabalhistas, com práticas de trabalho análogo à escravidão e de precarização do trabalho.

A despeito dos impactos socioambientais do sistema da moda, a sustentabilidade, nos últimos anos, foi percebida muito mais como uma tendência do que uma necessidade. Assim, a indústria de moda passou a se valer do *greenwashing*², que tem se tornado cada vez mais prevalente entre as marcas que buscam encobrir suas deficiências em termos de sustentabilidade. Isso reflete o reconhecimento por parte das empresas da importância das tendências de mercado, levando-as a adotar estratégias para projetar uma imagem favorável aos consumidores. No entanto, quando essas estratégias que maquam a realidade são reveladas, surgem consequências negativas, pois, atualmente, os consumidores têm à sua disposição diversas plataformas para expressar

suas opiniões e denunciar práticas questionáveis, incluindo redes sociais e chats em sites de avaliação (Mandelli, 2022).

Como argumentado aqui, o fast fashion e o ultra fast fashion promoveram mudanças no sistema de moda contemporâneo que reforçaram suas estruturas e amplificaram seus impactos negativos sobre a sociedade e o meio ambiente. Contudo, essas mudanças podem, em longo prazo, comprometer a lógica própria do sistema da moda. Como observado por Carvalhal (2016, p.54), "a moda tem matado o desejo pela moda, acelerando demais, banalizando suas coleções e seus produtos, com campanhas e ações sem relevância a todo momento". Como resultado, temos a aparente diminuição da criatividade e preocupação por parte dos designers, levando a uma homogeneização das tendências, que passam a completar seu ciclo cada vez mais rápido.

A análise do modelo fast fashion revela uma série de regras de mercado conectadas a um modo de vida cada vez mais acelerado, que caracterizam o

regime do sistema da moda, marcado pela produção em massa, com ciclos de lançamento curtos que replicam rapidamente as tendências das passarelas a baixo custo. Também é possível identificar valores sociais e padrões culturais fortemente atrelados à moda, os quais compõem uma paisagem que tem sido influenciada por mudanças no regime, levando ao consumismo, ao desejo constante por novidade, à aceleração dos ciclos de moda e à crescente descartabilidade dos produtos de vestuário. Como resultado, temos diversos impactos socioambientais, os quais têm sido combatidos por iniciativas de nicho como a do movimento slow fashion.

SEMENTES PARA A CONSTRUÇÃO DE NOVOS CENÁRIOS NA MODA

Os evidentes impactos socioambientais do atual sistema da moda têm despertado a conscientização de diversos indivíduos e grupos, promovendo uma mudança de valores em relação à moda e

ao design, especialmente no que diz respeito à sua integração com a sustentabilidade (Moura; Almeida, 2013). O desafio atual envolve a exploração de como a sustentabilidade pode orientar nossas ações, integrando tanto o bem-estar humano quanto a preservação do meio ambiente. Conforme apontado por Fletcher e Grose (2011), esse desafio se desdobra em duas abordagens distintas: a primeira consiste em aprimorar as práticas e instituições já estabelecidas, buscando torná-las mais eficientes, uma abordagem focada em mudanças incrementais para aumentar a eficácia do sistema da moda já existente. A segunda abordagem busca algo genuinamente diferente e mais eficiente, implicando mudanças fundamentais em níveis pessoais, sociais e institucionais. Trata-se, portanto, de modificar o próprio sistema da moda a partir de mudanças promovidas em seu regime e paisagem.

Uma iniciativa de nicho que busca promover transformações profundas no sistema da moda é o chamado slow fashion. Esse movimento surgiu em resposta ao modelo do fast fashion, tendo

como referência o movimento slow food (Clark, 2008). O slow fashion baseia-se em mudanças no comportamento de consumo, propondo a ressignificação da moda e o desenvolvimento de produtos e serviços com propósito, que beneficiem tanto as pessoas quanto o planeta. Desse modo, o movimento enfatiza a sustentabilidade tanto por parte dos consumidores quanto da indústria da moda, promovendo ideais relacionados à sustentabilidade (Dantas, 2020).

Dentre os princípios do movimento slow fashion, destaca-se a produção não apenas em ritmo mais lento, mas baseada na durabilidade e qualidade em vez da quantidade. Essa abordagem promove relacionamentos mutuamente benéficos na cadeia produtiva, garantindo empregos seguros e condições de trabalho regulares. Dessa maneira, o slow fashion incentiva interações significativas entre designers, fabricantes, varejistas e consumidores, destacando-se pela produção em pequena escala, uso de técnicas artesanais, valorização de mercados locais e planejamento de longo prazo (Fletcher; Grose, 2011). Trata-se de mudanças

no regime do sistema da moda, pois alteram as regras de mercado e suas dinâmicas produtivas. Além disso, o slow fashion prioriza a criação de peças atemporais que resistem às tendências passageiras da moda contemporânea, incentivando a redução do consumo, assim como a reutilização, o reúso e a reciclagem (Dantas, 2020; Fletcher; Grose, 2011). Desse modo, o movimento slow fashion visa promover mudanças também na paisagem do sistema da moda, fomentando novos valores sociais e padrões culturais associados à sustentabilidade na moda.

Influenciadora de novos comportamentos e tendências, a moda pode ser uma aliada na conscientização socioambiental. Por meio das redes sociais, as pessoas têm se tornado cada vez mais ativas na denúncia de práticas inadequadas da indústria e comércio de moda. Quando essas informações são divulgadas pela mídia ou nas redes sociais, elas têm o poder de provocar uma indignação coletiva, motivando os consumidores a se unirem virtualmente para debater o problema e promover o boicote aos produtos envolvidos

(Mandelli, 2022). Isso porque os consumidores contemporâneos buscam por produtos carregados de valores e que contribuam para o bem da sociedade (Breve; Mendes, 2017). Assim, emergiu nos últimos tempos o consumo de ativismo, para atender à necessidade das pessoas em consumir sem abrir mão de seus valores e ideologias relacionadas a causas socioambientais. No entanto, cabe a diferenciação entre os consumidores ativistas, que realmente se engajam com as causas que defendem, e os consumidores de ativismo, que aderem a causas para se conectar a tendências, podendo incorrer no paradoxo de promover consumismo travestido de sustentabilidade (Domingues; Miranda, 2018). Por isso, é importante que haja mudanças mais profundas, que alcancem o nível da paisagem do sistema da moda, de forma a termos mais consumidores ativistas do que consumidores de ativismo.

Contudo, o consumo de ativismo na moda pode encontrar barreiras, pois produtos fabricados segundo os preceitos do slow fashion, por exemplo, costumam ser mais caros devido aos custos

envolvidos. Em termos financeiros, a moda sustentável pode não ser tão competitiva em relação ao modelo fast fashion, cujos preços baixos não refletem os custos socioambientais de suas operações. Entretanto, de acordo com Dantas (2020), consumidores conscientes estão dispostos a pagar até 20% a mais por peças desenvolvidas de forma sustentável, valorizando o processo de produção artesanal e local, reconhecendo o significado por trás de cada peça e se sensibilizando com questões sociais e ambientais.

Existem, por outro lado, alternativas mais acessíveis alinhadas ao movimento slow fashion. É o caso, por exemplo, do comércio de produtos de segunda mão, do reuso e customização ou conserto de peças de vestuário. Embora essas práticas tenham se tornado mais populares nos últimos anos, cabe destacar que, ainda hoje, muitas pessoas apresentam resistência à utilização de roupas usadas anteriormente por terceiros. Santos *et al.* (2016) ressaltam essa realidade ao tratar dos serviços de aluguel de vestuário, alertando que a percepção de higiene pode impedir muitas pessoas

de acessarem esse tipo de serviço. É necessário, portanto, agir sob o regime do sistema da moda, alterando crenças compartilhadas sobre a higiene ou mesmo a “energia” de roupas usadas, sejam elas disponibilizadas por meio de serviços de aluguel ou ofertadas para venda em brechós.

Em sintonia com as demandas por soluções mais sustentáveis, algumas marcas de moda têm aderido ao movimento slow fashion, assim como têm surgido iniciativas de designers e de projetos colaborativos que buscam promover mudanças positivas na indústria da moda adotando abordagens diversas: uso de fibras renováveis e biodegradáveis, design do ciclo de vida, zero-waste fashion design, design de serviços, dentre outras (Fletcher; Grose, 2011; Italiano; Kouvauti; Marcicano, 2022; Santos *et al.*, 2016). Esses esforços incluem o apoio ativo às comunidades locais, o respeito aos direitos dos trabalhadores, a disseminação de informações sobre práticas sustentáveis e a promoção da transparência em toda a cadeia de produção.

O processo criativo no âmbito do slow fashion é centrado em cada etapa do ciclo de vida do produto de moda, com o objetivo de integrar as três dimensões fundamentais da sustentabilidade – ambiental, social e econômica. Isso requer compreender cuidadosamente cada processo da cadeia produtiva de moda, desde a seleção dos materiais até a destinação final dos produtos acabados, para poder interferir nos processos, promovendo uma produção mais consciente e responsável (Simões–Borgiani, 2021). Em outras palavras, os designers de moda precisam conhecer bem o regime de produção e distribuição do vestuário para saber as necessidades e possibilidades de alteração rumo a cenários mais sustentáveis. Para isso, ou mesmo por causa do reconhecimento do tempo dispensado a cada processo produtivo, o processo criativo no design de moda precisa ser, também, desacelerado, dedicando mais tempo ao estudo criativo do produto e introduzindo “novos formatos e desafios, o que implica na adaptação e reestruturação de

duas importantes fases da concepção de produto: a criação/desenvolvimento e a produção" (Refosco; Oenning; Neves, 2011, p. 11).

Nas transições para a sustentabilidade, designers de moda podem assumir papéis diversos que ultrapassam o escopo do projeto de vestuário. Fletcher e Grose (2011) destacam quatro papéis: empreendedor, ativista, facilitador e educador-co-municador. Para ter a liberdade de criar produtos e serviços mais sustentáveis, muitos designers precisam apostar no empreendedorismo, mas esse é um papel de atuação no nível do nicho, com possibilidades transformadoras impostas pela paisagem, afinal o empreendedorismo alimenta o sistema econômico vigente, do qual se torna refém. Já o papel de facilitador exige, dos designers, a migração de suas atividades na cadeia de fornecimento para o "centro" da mudança, empregando suas habilidades de maneiras inovadoras para identificar, organizar e catalisar transformações. Um exemplo é o design para a inovação social, que se vale de processos participativos de design. Como ativistas, os designers

podem estimular mudanças de comportamento, atuando no regime, e, em longo prazo, mudanças de valores sociais, atuando sobre a paisagem.

Outra possibilidade para os designers de moda é assumir o papel de ativistas, dentro ou fora das instituições tradicionais do sistema da moda. Promover a sustentabilidade na empresa onde trabalha, assumir projetos ligados às causas socioambientais como freelancer ou aderir a grupos organizados de ativismo e militância em prol da sustentabilidade são algumas das alternativas. Um exemplo de ativismo no sistema da moda é o Fashion Revolution, movimento internacional que surgiu em resposta ao já mencionado acidente ocorrido no Rana Plaza, em 2013. A partir do questionamento "quem fez suas roupas?", ativistas do Fashion Revolution, muitos deles designers de moda, organizam ações para denunciar os impactos socioambientais do sistema da moda e discutir alternativas transformadoras. As ações do Fashion Revolution costumam se concentrar, todos os anos, na semana do dia 24 de abril, data em que ocorreu a tragédia em Bangladesh, mas

se estendem ao longo de todo o ano e costumam exigir a atuação dos designers em outro papel: o de educador-comunicador. Nesse papel, designers compartilham seus conhecimentos sobre o sistema da moda e as alternativas mais sustentáveis existentes, utilizando o próprio design para disseminar conhecimento de maneira inovadora.

Nos quatro papéis citados anteriormente, os designers de moda atuam, em alguma medida, como agentes de mudança, contribuindo para o processo de transições para a sustentabilidade. São papéis que requerem a integração de novos valores à cultura do design, permitindo ampliar a esfera de influência do designer e criar oportunidades para uma atuação significativa, resultando em benefícios pessoais, profissionais, sociais e ecológicos. Mas os designers não são protagonistas no processo de transição, agem em conjunto com diversos atores, incluindo os usuários. Afinal, alternativas como a do movimento slow fashion, por exemplo, dão às pessoas mais controle sobre as instituições e tecnologias que afetam suas vidas (Massaro, 2021).

Como discutimos neste capítulo, o movimento slow fashion representa uma contraposição ao atual sistema da moda, desafiando suas normas e influenciando o cenário atual. Trata-se, ainda, de uma iniciativa de nicho, com alcance limitado, mas com potencial de impulsionar transformações profundas no sistema da moda, pois questiona as implicações socioculturais e ecológicas de produção e consumo excessivo de vestuário, tão característico do atual domínio da moda, além de propor novas – ou antigas – formas de produzir e distribuir roupas, reduzindo o impacto socioambiental dessas atividades. Assim, o slow fashion propõe uma abordagem mais ponderada e equilibrada para o setor. Além de promover uma reflexão sobre o paradigma atual de crescimento econômico, o movimento incorpora perspectivas que visam não apenas à transformação da moda, mas também ao desenvolvimento de novos valores e modos de vida para a sociedade. O movimento slow fashion, portanto, visa promover mudanças significativas no regime e na paisagem não apenas do sistema da moda, como de outros sistemas sociotécnicos que

se entrelaçam. Essa é uma missão difícil e de longo prazo, que enfrenta diversos obstáculos, como o advento do ultra fast fashion. Contudo, é um processo já em curso, no qual designers de moda podem atuar desempenhando diferentes papéis para criar não apenas roupas, mas cenários mais sustentáveis para a moda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todas as áreas ou segmentos do design na contemporaneidade demandam atenção para com a sustentabilidade. Pauta que confronta todos os sistemas produtivos alinhados com a lógica capitalista, especialmente os de demanda para milhares de pessoas, ou seja, destinados a grande massa, onde impera a visão de quanto maior a produção, maior o lucro. O segmento do design de moda é um dos mais alinhados com essa visão, tanto que o fast fashion foi ampliado para ultra fast fashion, para atender a um mercado sedento novidades, em curtos espaços de tempo, produção disseminada em diferentes locais, material de

qualidade questionável, comercialização distribuída e que, neste processo, mais poluem o meio ambiente, desde a produção da matéria-prima até o produto final.

O Design contemporâneo se desenvolve em um sentido oposto ao valorizar a produção em pequena escala, a autoria dos produtos, a produção manufaturada e artesanal, se colocando em sintonia com o reconhecimento da responsabilidade socioambiental. Por sua vez, o design para a sustentabilidade tem buscado ampliar seu poder de transformação, passando a lidar com questões cada vez mais sistêmicas e, conseqüentemente, mais complexas visando à construção de novos cenários mais sustentáveis. Fato que nos leva ao design de transições para a sustentabilidade explorando a criatividade e a ação projetual para o desenvolvimento de cenários futuros, planejando e promovendo mudanças nos sistemas sociotécnicos em curto, médio e longo prazo. Destacando-se que o ultra fast fashion amplificou os impactos ambientais do sistema da moda, como a intensificação da exploração de recursos, a rápida obsolescência e

a perda de biodiversidade. Portanto, o fast fashion e o ultra fast fashion promoveram mudanças no sistema da moda contemporâneo que reforçaram suas estruturas e amplificaram seus impactos negativos sobre a sociedade e o meio ambiente levando à homogeneização estética e levando ao consumismo exacerbado.

O desafio atual para todos os designers e, especialmente os designers de moda, é envolver desde a concepção do projeto a questão da sustentabilidade para orientar ações e integrar tanto o bem-estar humano quanto a preservação do meio ambiente. Fato reforçado pelo sistema da slow fashion, reutilização e comercialização de artigos de segunda mão, a moda autoral, reúso e customização ou conserto de peças de vestuário. Também contribuem os projetos colaborativos e participativos que buscam promover mudanças positivas na indústria da moda adotando abordagens diversas, bem como o consumo ativista que estimula mudanças de comportamento e de comportamento social, exigindo nova postura das marcas produtivas e, também, em grupos

organizados e representativos para alcançar maior sustentabilidade nos produtos de moda e projetar, estabelecer e explorar cenários mais sustentáveis. Ou seja, ao alinhar o design contemporâneo com o de transições e o segmento da moda, temos a possibilidade de exercer a sustentabilidade em seu sentido mais amplo, em sintonia com as necessidades de nosso tempo.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. **O que é o Contemporâneo? E outros Ensaio**. Santa Catarina: Editora Argos, 2009.

ANJOS, Nathalia. **O cérebro e a moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2020.

BREVE, Danilo Gondim; MENDES, Francisca Dantas. **Design de roupas zero waste por meio da ferramenta CAD**. In: Congresso Internacional Negócios da Moda, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://shre.ink/a5hF> Acesso em: 5 abr. 2023.

BUCHANAN, Richard. Wicked Problems in Design Thinking. **Design Issues**, v. 8, n. 2, 1992, p. 5–21.

CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais**: Teoria e Prática da Pesquisa de Tendências. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio, 2004.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**: manifesto pela grande virada. São Paulo: Paralela, 2016.

CARVALHINHA, Marília. Ultra fast fashion... a velocidade está na moda. **Estadão**, 07 jul. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/faap-moda/ultra-fast-fashion-a-velocidade-esta-na-moda/> Acesso em: 2 mar. 2024.

CLARK, H. Slow + fashion – an oxymoron – or a promise for the future...? **Fashion Theory**, v. 12, n. 4, p. 427–446, 2008.

CESCHIN, Fabrizio; GAZIULUSOY, İdil. Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations and transitions. **Design Studies**, v. 47, p. 118–163, 2016.

DANTAS, Marina C. O. O direito da moda e o consumo sustentável. In: MOREIRA, Amanda O. C. **Estudos sobre Fashion Law**: do panorama Brasileiro ao Internacional. Curitiba: Brazil Publishing, 2020, p. 195–214.

DOMINGUES, Izabela; MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de ativismo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade**: design para mudança. Tradução: Janaína Marcoantonio. São Paulo: Editora Senac, 2011.

GAZIULUSOY, İdil.; RYAN, C., Roles of design in sustainability transitions projects: A case study of Visions and Pathways 2040 project from Australia. **Journal of Cleaner Production**, v. 162, p. 1297–1307, 2017.

GEELS, Frank W. The multi-level perspective on sustainability transitions: Responses to seven criticisms. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, v. 1, n.1, 2011, p. 24–40.

IRWIN, Terry. Transition design: A proposal for a new area of design practice, study, and research. **Design and Culture**, v. 7, n. 2, p. 229–246, 2015.

IRWIN, Terry. The Emerging Transition Design Approach. **Centro de Estudios En Diseño y Comunicación**, Cuaderno 87, p. 27–54, 2020.

ITALIANO, I.C.; KAUVAUTI, L.S.; MARCICANO, J.P.P. Desperdício Zero na indústria do vestuário: limitações e alternativas. **Sustentabilidade em Debate**, [S. l.], v. 2, pág. 190-219, 2022. DOI: 10.18472/SustDeb.v13n2.2022.40716. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sust/article/view/40716>. Acesso em: 6 nov. 2023.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império de efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

MANDELLI, Camila Dal Pont. **Método zero waste fashion design**: guia prático de desenvolvimento de coleção de vestuário. 2022. 221p. Dissertação (Mestrado em Design de Vestuário e Moda), Centro de Artes, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em: <https://shre.ink/a5Ca> Acesso em: 5 jun. 2023.

MARGOLIN, Victor; MARGOLIN, Sylvia. A “Social Model” of Design: Issues of Practice and Research. **Design Issues**, v. 18, n. 4, p. 24-30, 2002.

MASSARO, T. Relações entre moda, sustentabilidade e vida: a “roupa viva” de Flavia Aranha. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], n. 32, p. 88-113, 2021. DOI: 10.26563/dobras.i32.1368. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1368>. Acesso em: 4 mar. 2024.

MOURA, Mônica. Design: o design contemporâneo e suas dobras (II). **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 16-18, 2008. DOI: 10.26563/dobras.v2i2.369. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/369>. Acesso em: 2 mar. 2024

MOURA, Mônica. Novos paradigmas no design contemporâneo. In: SIMPÓSIO DE DESIGN SUSTENTÁVEL, 8. Curitiba. **Biblioteca Digital de Eventos Científicos da UFPR**, p. 869-878, 2021. Disponível em: <https://eventos.ufpr.br/sds/sds/paper/view/4571>. Acesso em: 11 jan. 2022.

MOURA, Mônica; ALMEIDA, M. D. A relação entre a sustentabilidade e o design de moda contemporâneo: uma análise sobre o segmento jeanswear. **Comunicação e Sociedade**, [S. l.], v. 24, p. 232-250, 2013. DOI: 10.17231/comsoc.24(2013).1786. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/916>. Acesso em: 2 mar. 2024.

PALOMINO, Erika. **A moda**. 2ª Ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

REFOSCO, Ereany; OENNING, Josiany; NEVES, Manuela. Da Alta Costura ao Prêt-à-porter, da Fast Fashion a Slow Fashion: um grande desafio para a Moda. **Moda Palavra**. 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051719003>. Acesso em: 3 out. 2021.

SIMÕES-BORGIANI, Danielle S.; ANDRADE, Tassiane F. Inovação e sustentabilidade em coleção experimental do vestuário com uso da técnica zero waste. In: **Brazilian Journal of Development**. Curitiba, v.7, n.3, p. 23743-23763, mar. 2021.



**MARIA FERNANDA
SORNAS VIGGIANI**

Doutoranda e Mestra em Design pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Especialista em Direito da Moda pelo Unicesumar EAD, em Moda: Produto e Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina e em Gestão Empresarial pelo Centro Universitário de Maringá. Graduada em Moda pelo Centro Universitário de Maringá. Atualmente, é docente na Faculdade do Interior Paulista (FAIP).

EMAIL: fernanda.sornas@unesp.br



**IANA ULIANA
PEREZ**

Doutora em Design pela UNESP, Mestra em Design pela UFPR e graduada em Design de Moda pela UEL, atua como pesquisadora na área de design para a sustentabilidade desde 2011, com enfoque em temas diversos: zero waste fashion design, open design, fabricação digital de vestuário, design de transições para a sustentabilidade e design inclusivo. Atualmente, é docente do Centro Universitário Sagrado Coração – Unisagrado (Bauru–SP).

EMAIL: iana.uliana.perez@gmail.com



**MÔNICA CRISTINA
DE MOURA**

É doutora em Comunicação e Semiótica com estudos pós–doutorais sobre Design Contemporâneo (PUC/Rio) e estágio pós–doutoral (Universidade do Minho, Portugal). Desde 2010 atua no Departamento de Design e no Programa de Pós–Graduação em Design (FAAC/UNESP, Bauru) como docente, orientadora e supervisora de pós–doutoramento. Coordena o Laboratório de Pesquisa, Extensão e Ensino em Design Contemporâneo (LabDesign) e o Grupo de Pesquisa em Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura (CNPq/ UNESP). Desenvolve pesquisas nos temas relacionados ao Design e à Contemporaneidade.

EMAIL: monica.moura@unesp.br