

Sandra Maia Rodrigues Pereira

O tema sustentabilidade no ensino de Moda em Belo Horizonte

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado da Escola de *Design* da Universidade do Estado de Minas Gerais como requisito para qualificação.

Área de concentração: Cultura, Gestão e Processos em *Design*.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Romeiro Filho

Coorientadora: Prof. Dra. Rosângela Míriam L.O Mendonça.

Belo Horizonte

P436t

Pereira, Sandra Maia Rodrigues.

O tema sustentabilidade no ensino de moda em Belo Horizonte [manuscrito] /
Sandra Maia Rodrigues Pereira. -- 2020.

135 f., enc.: il., color. ; 31 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado de Minas Gerais. Programa de
Pós-graduação em Design, 2020

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Romeiro Filho

Co-Orientadora: Profa. Dra. Rosângela Miriam L. O. Mendonça

Bibliografia: f. 113-119.

1. Design – Estudo e ensino (Superior). 2. Desenho de moda – Belo Horizonte. 3.
Sustentabilidade. I. Romeiro Filho, Eduardo. II. Mendonça, Rosângela Miriam L. O.
Mendonça. III. Universidade do Estado de Minas Gerais. Programa de Pós-
graduação em Design. IV. Título

CDU: 391:378(815.1)

CDD: 741:378

Bibliotecária responsável: Gilza Helena Teixeira CRB6/1725

O TEMA SUSTENTABILIDADE NO ENSINO DE MODA EM BELO HORIZONTE.

Autora: Sandra Maia Rodrigues Pereira

Esta dissertação foi julgada e aprovada em sua forma final para a obtenção do título de Mestre em Design no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Belo Horizonte, 17 de dezembro de 2020.


Rita A. C. Ribeiro
Coordenadora Mestrado e Doutorado
MASP 1231056-1
ESCOLA DE DESIGN - UEMG

Profa. Rita Aparecida da Conceição Ribeiro, Dra.
Coordenadora do PPGD

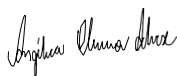
BANCA EXAMINADORA



Prof. Eduardo Romeiro Filho, Dr.
Orientador
Universidade do Estado de Minas Gerais



Profa. Rosângela Míriam Lemos Oliveira Mendonça, Dra.
Coorientadora
Universidade do Estado de Minas Gerais



Profa. Angélica Oliveira Adverse, Dra.
Universidade Federal de Minas Gerais



Profa. Heloísa Nazaré dos Santos, Dra.
Universidade do Estado de Minas Gerais



Profa. Adriana Sampaio Leite, Dra.
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro



Prof. Sérgio Antônio Silva, Dr.
Universidade do Estado de Minas Gerais

Ao meu companheiro Gustavo grande incentivador em minha caminhada e minha filha Bianca fonte de inspiração para todos os dias.

À minha mãe Cláudia, pelo amor e parceria de SEMPRE, meu 'paidrasto' Matozo pelo carinho e apoio, meu irmão Giovanni pelo exemplo de esforço e conquista e ao meu pai Roberto que em memória se faz presente em todas as minhas escolhas.

À minha amiga Fernanda pelas palavras certas em todos os momentos e aos meus amigos e colegas de faculdade e profissão, em especial Wadson Amorim e Pedro Nascimento, pelas boas reflexões que tanto contribuíram para esta conquista.

Minha sincera gratidão ao meu Professor Orientador Eduardo Romeiro e minha Coorientadora Rosângela Mirian. A arte de ensinar requer a sutileza de orientar e deixar seguir. Nesta caminhada vocês souberam, com maestria, instigar meu olhar para a pesquisa. Mais que o estudo finalizado e o título alcançado, o que se forma hoje é uma nova percepção que me acompanhará pela vida. Obrigada Professor Eduardo por abrir o espaço da pesquisa como um lugar 'onde preciso me encontrar e construir minha prática. Foi por isso que tive a coragem de mudar o tema no meio do caminho o que foi determinante para meu envolvimento.

Obrigada professores, coordenadores e discentes que mesmo sobrecarregados pelo contexto da pandemia Covid-19 cederam seu tempo e conhecimento à esta pesquisa. Devido ao sigilo acordado não poderei citá-los, mas tenham certeza de que o nome e feição de cada está aqui em minha memória.

Meu reconhecimento ao Programa de Pós-Graduação em *Design* da UEMG que me permitiu construir mais esse patamar na profissão que escolhi seguir.

Por fim, agradeço à banca avaliadora composta por profissionais que admiro cujas perspectivas e apontamentos são de grande valor para mim.

“Justificativas não fazem macarrão”

(Romeiro, 2020 apud Sr. Ping, 2008)

RESUMO

O sistema atual de Moda baseado na rapidez e exacerbação do consumo tem causado grandes impactos negativos à sociedade, ao meio ambiente e à própria economia do setor. Diante desta realidade, e da necessidade de transformá-la, propõe-se aqui verificar como o tema sustentabilidade tem sido considerado no ensino superior de *design* de Moda. A pesquisa se divide em duas etapas: a primeira, composta pela revisão de literatura, apresenta os conceitos de Moda e sustentabilidade e discorre sobre ensino de Moda especificamente no Brasil. A segunda etapa consiste na pesquisa de campo que, sob o recorte geográfico de Belo Horizonte, contempla quatro cursos superiores em atividade atualmente na cidade. Foram analisados documentos como – Projeto Político Pedagógico, Matriz Curricular e Ementas Disciplinares - e coletadas informações através de entrevistas com professores e coordenadores e questionário aplicado aos estudantes dos respectivos cursos. Cumprindo o objetivo principal deste estudo apresenta-se, ao final do documento, algumas sugestões didáticas e metodológicas, no intuito de contribuir para a integração do tema sustentabilidade no ensino superior de *design* de Moda em Belo Horizonte.

Palavras-chave: *design* de Moda; sustentabilidade; ensino superior

ABSTRACT

The current fashion system based on the speed and exacerbation of consumption has caused major negative impacts on society, the environment and the sector's economy. In this context of unsustainability, it is proposed here to think about higher education in Fashion *design*, a space for training and building one's own profession, under the geographical outline of the capital of Minas Gerais, Belo Horizonte. The research was divided into two stages: in the literature review, the concepts of fashion and sustainability were considered, as well as the teaching of Fashion specifically in Brazil and, in the second phase, the look was turned to Belo Horizonte where four higher *design* courses were identified currently in fashion. Documents such as - Political Pedagogical Project, Curricular Matrix and Disciplinary Menu - were analyzed and information was collected through interviews with teachers and coordinators and a questionnaire applied to students of the respective courses. Fulfilling the objective of this study, some propositions are presented at the end of this document in order to contribute to the integration of the sustainability theme in higher education in Fashion *design* in Belo Horizonte.

Keywords: fashion *design*; sustainability; higher education

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa da Dissertação	24
Figura 2: Estrutura da cadeia produtiva e da distribuição têxtil e confecção.....	27
Figura 3: Cadeia produtiva da Moda globalizada	28
Figura 4: Inovação do modelo de negócio do sistema Fast Fashion.....	30
Figura 5: Impactos sociais e ambientais ao longo da cadeia de suprimento de roupa.	31
Figura 6: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - Agenda 2030	34
Figura 7: Mudança de paradigma: sistemas separados interdependentes para sistemas integrados.....	36
Figura 8: Distribuição dos cursos superiores em Moda no Brasil.	48

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Relação dos cursos superiores em <i>design</i> de Moda localizados em Belo Horizonte.	18
Quadro 2: Comparativo entre os sistemas do vestuário e da Moda.	26
Quadro 3: Comparação entre Pensamento mecanicista e sistêmico	35
Quadro 4: Linha do Tempo - Ensino de Moda no Brasil.....	45
Quadro 5 - Principais categorias profissionais envolvidas no Moda.....	50
Quadro 6 - Insituições, cursos e suas respectivas disciplinas relacionadas à sustentabilidade.	59
Quadro 7: Síntese dos objetivos dos cursos das IES B,C e D.....	68
Quadro 8: Síntese do Perfil do Egresso das IES A,B e C.....	69
Quadro 9: Aproximação das Matrizes Curriculares das IES A, B, C e D.....	70
Quadro 10: Aproximação das Matrizes Curriculares das IES A, B, C e D.....	71
Quadro 11: Aproximação das Matrizes Curriculares das IES A, B, C e D	72
Quadro 12- Sub grupo IES: relação de disciplinas onde o tema é percebido.	90
Quadro 13- Subgrupo IES: compreensão do termo desenvolvimento e integração da sustentabilidade ao trabalho.....	91
Quadro 14 - Proporção de estudantes que trabalham a sustentabilidade em seus tcc's	97

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Subgrupo IES_ participação em projetos internos às IES94

Gráfico 2: Sub Subgrupo IES_ participação em projetos externos às IES.....94

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1. Contextualização	14
1.2. Desenho metodológico.....	17
1.3. Análise	20
1.4. Estrutura da dissertação.....	22
2. CONCEITOS	25
2.1. Moda; insustentável <i>Modus</i>	25
2.2. Sustentabilidade: Uma concepção sistêmica	33
3. MODA PARA SUSTENTABILIDADE	38
4. FORMAÇÃO EM MODA	41
4.1. Sustentabilidade e Ensino superior de <i>design</i> de Moda	53
4.2. O tema sustentabilidade nos cursos brasileiros.....	57
5. PESQUISA DE CAMPO	65
5.1. Análise documental	68
5.2. Das entrevistas	77
5.3. Do questionário	87
6. ANÁLISES	99
6.1. <i>Design</i> sistêmico	100
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS E PROPOSIÇÕES	106
7.1. Sobre o Ensino Superior de Moda	107

7.2. Sobre a integração do tema sustentabilidade no ensino superior de Moda em Belo Horizonte	107
7.3. Proposições.....	108
8. CONCLUSÃO.....	111
REFERÊNCIAS	113
ANEXOS	120
APÊNDICE	128

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização

Moda e sustentabilidade, em um primeiro momento, 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, uma ideia oposta, inicialmente percebida como limitação, privação da liberdade material e da diversidade de escolha (ARMSTRONG; LEHEW, 2014, 2011; HUR; CASSIDY, 2019; VON BUSCH, 2018). Mas, uma análise cautelosa permite perceber que nem a Moda é sinônimo de consumismo e nem a sustentabilidade significa limitação e que, mesmo diante de muitos impasses, a união destes dois universos pode revelar um grande potencial.

A relação entre Moda e sustentabilidade iniciou do discurso ambientalista das décadas de 1960-70 e foi, em um nível mais amplo, influenciada por um conjunto de movimentos sociais e culturais evidentes nos EUA e na Europa (GWILT, 2014; WALLINGER, 2014). Desde então a Moda vem se transformando conforme evolui o conceito de sustentabilidade, refletindo mudanças atitudinais e perceptivas ao longo do tempo. Se, inicialmente, o termo *green* definia bem as preocupações ambientais expressas pela Moda, hoje já não engloba toda a complexidade que a sustentabilidade representa para o campo.

Para Fletcher e Grose (2013) 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 processos de produção até sua relação com aspectos mais amplos como modelos econômicos, metas, regras, sistemas de crenças e valores.

Os impactos ambientais negativos da indústria da Moda somam altos números de consumo hídrico e energético, uso excessivo de recursos não renováveis, poluição do solo e das águas, além da grande quantidade de resíduos sólidos que provém 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 este 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 8 andares, abrigava confecções de vestuário que atendiam marcas internacionalmente conhecidas como 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, entre os quais e, principalmente mulheres e crianças. Este episódio marcou o início do *Fashion Revolution*, movimento global presente em mais de 90 países, que trouxe o questionamento sobre a origem das roupas buscando conscientizar o consumidor e fomentar o debate sobre a sustentabilidade na Moda (“Fashion Revolution”, [s.d.]).

A solução para estes 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 o setor têxtil e de confecções no Brasil gerou em 2018 cerca de 1,5 milhão de empregados diretos e 8 milhões de indiretos, sendo 75% mulheres (ABIT, 2019).

Neste 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, 2011; SALCEDO, 2015;). 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 e que, se este não conhece ou entende quais são 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. 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 (2015), aponta uma lacuna na educação e compreensão do conceito de sustentabilidade bem como sua aplicação no ensino e na prática

do *design* de Moda. De acordo com Armstrong e Legew (2014) há uma crescente pressão para integrar a sustentabilidade no currículo do ensino superior da área, mas ainda não existe um consenso a respeito de como fazê-lo. 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, 2012).

Para Kozlowski et al (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 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, estando muitas vezes à parte dos problemas reais, carecendo de posturas críticas e propositivas de forma contextualizada.

Em Belo Horizonte eventos como o *SlowWeek*, *Fashion Revolution*, *The street store* e *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 estado 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, é possível perceber localmente um movimento que é global e que aponta para mudanças 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 deste paradigma tão desafiante? Como se dá o encontro entre teoria e prática quando conceitos sustentáveis são considerados?

A partir destes questionamentos e, em função do contexto atual da Moda, forjou-se o propósito desta pesquisa: 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, outros objetivos se fazem necessários: 1. Conceituar e relacionar Moda e sustentabilidade; 2. Identificar o potencial da sustentabilidade para valorização do profissional da moda; situar o ensino superior de *design* de Moda especificamente no Brasil e em Belo Horizonte; 3. Verificar a abordagem sobre sustentabilidade no ensino de *design* de Moda – nacional e internacional; 4. Identificar a abordagem de sustentabilidade nos cursos de *design* de Moda em Belo Horizonte.

1.2. Desenho metodológico

O empreendimento científico se delinea por uma abordagem qualitativa uma vez que pretende contemplar o tema proposto a partir das perspectivas individuais dos diferentes atores que compõem o ensino superior de *design* de Moda; coordenadores, docentes e discentes dos cursos. Entende-se que é a partir da percepção dos que estão diretamente envolvidos com o objeto de pesquisa (cursos de graduação em *design* Moda), que será possível delinear um panorama atual sobre o tema em questão, bem como vislumbrar cenários futuros. Assume-se desta forma, a dimensão subjetiva da investigação que envolve para além de olhares particulares, a habilidade interpretativa do pesquisador (Yin & K.Yin 2011).

“Estar na escola, em princípio, apresenta-se como um ato homogêneo, em que os alunos, por exemplo, podem se apresentar como sujeitos movidos pelas mesmas motivações e condições objetivas; no entanto, ao imergirmos em seus universos simbólicos, chegaremos a significados mais profundos, que variam de acordo com as experiências, trajetórias e posições que ocupam no universo da cultura de forma mais ampla” (OLIVEIRA, 2013, p. 276).

SCHEFER e KNIJNIK (2015) destacam que as metodologias utilizadas pelas pesquisas qualitativas interpretativas estão em harmonia com os objetivos educacionais contemporâneos, uma vez que suportam as diferenças culturais, sem a pretensão de homogeneização. Esta característica é particularmente interessante, pois o pesquisador ao buscar o olhar do “outro”, deve se atentar para a diversidade de dimensões sócio-políticas e culturais que permeiam este “outro”, o que significa compreendê-lo sempre contextualizado. Este ponto é, para Mattos (2011), um fator fundamental no desenvolvimento de uma pesquisa qualitativa. De acordo com a autora embora haja uma sofisticada matemática que dê conta

de quantificar os fenômenos sociais observados, separar o objeto do contexto maior a que ele pertence pode fazer com que se perca o sentido do todo do fenômeno a ser compreendido. A pesquisa assume, dessa forma uma perspectiva sistêmica, que é integrativa e contextual, buscando compreender o todo a partir das relações de suas partes (Capra & Luigi Luisi, 2014).

A revisão bibliográfica, primeira etapa da investigação, teve como objetivo construir este substrato contextual recorrendo aos conceitos de Moda, sustentabilidade e ensino superior de Moda articulando-os entre si e ao recorte geográfico proposto.

Inicialmente a pesquisa de campo estava seguindo um desenho vertical, no qual, cada instituição seria um estudo de caso e as etapas de entrevistas com professores e questionário com os alunos estavam subordinadas a aprovação do coordenador para que a instituição pudesse participar do estudo.

Com o objetivo de resguardar ainda mais os participantes, bem como, garantir maior liberdade em suas respostas, optou-se por uma estrutura horizontal baseada na rede de relacionamentos da pesquisadora e dos participantes. Assim a pesquisa de campo se desvincula das instituições e se volta diretamente para professores, alunos e coordenadores. Desta forma, os depoimentos irão compor um panorama geral do ensino superior de Moda em Belo Horizonte. Espera-se obter diferentes perspectivas em torno do mesmo objeto, a fins de validar, aprofundar e ampliar as informações recolhidas.

A partir da plataforma E-mec do Ministério da Educação foram identificadas quatro cursos superiores de *Design* de Moda presenciais e ativos no momento. São eles:

Quadro 1: Relação dos cursos superiores em *design* de Moda localizados em Belo Horizonte.

Design de Moda - Bacharelado	UFMG –Universidade Federal do Estado de Minas Gerais.
Moda - Bacharelado	Universidade Una
Design de Moda -Tecnólogo	Universidade Estácio
Design de Moda - Bacharelado	FUMEC -Fundação Municipal para Educação Comunitária.

Fonte: Produzido pela autora.

Orientado pelo desenho metodológico supracitado, percebe-se que o estudo se aproxima e é favorecido pela perspectiva etnográfica que, entre outros critérios prevê, conforme defendido por Schefer & Knijnik (2015):

1. Estar centrado na perspectiva alheia;
2. Estar centrado no conceito de cultura, considerando a influência de valores e costumes no discurso e comportamento individual;
3. Trabalho de campo apoiado em observação planejada e em registros bem elaborados;
4. Articulação entre o particular e o geral, entre o micro e o macro social.

Esta abordagem metodológica se mostra interessante ao processo de pesquisa, por diversos pontos. Para o *design*, a etnografia possui especial contribuição por se prestar a compreensão das manifestações materiais de um grupo específico a partir do estudo e descrição de seus aspectos culturais como religião, língua, culinária, etc. Contribui assim para a compreensão da cultura material de um povo ou grupo estudado, o que proporciona ao campo do *design* a construção de seu próprio saber. Para a Moda que enquanto campo de conhecimento, principalmente no Brasil, possui histórico embate para se posicionar reconhecida e independente e, de modo geral é composta por grupos também marcados por lutas pelo seu reconhecimento e maior participação social como mulheres e homossexuais, a etnografia oferece um “lugar ao sol”. Grupos “passíveis de serem desprezados em outras abordagens de pesquisa por não constituírem um padrão determinado e validável para generalizações para toda a sociedade” são os de maior interesse para esta abordagem metodológica. Finalmente no que tange o ambiente de pesquisa que se localiza no âmbito da educação, a etnografia tem sido validada desde o início dos anos 1970 (LÜDKE; ANDRÉ, 1986 apud Jardim, 2013) e, nas últimas três décadas, vem se firmando cada vez mais dentro da investigação educativa na América Latina (ROCKWELL, 2009 apud Jardim, 2013). Com a finalidade de compreender “de dentro” os fenômenos educacionais, a pesquisa etnográfica busca explicar a realidade através da percepção, atribuição de significado e opinião das pessoas que nela participam. Considera-se que apenas a partir dessa perspectiva é possível intervir de forma efetiva (ESTEBAN, 2010 apud Jardim, 2013).

1.3. Análise

A análise das informações possui duas etapas. Inicialmente os dados recolhidos serão vislumbrados em relação à revisão bibliográfica. Neste sentido cabe o seguinte trajeto:

A análise documental (grade curricular e projetos pedagógicos) tem como finalidade identificar se:

- . A sustentabilidade é citada de forma explícita e/ou implícita;
- . Possui uma disciplina específica;
- . Constitui o pensamento de base estrutural dos cursos.

A pesquisa em campo complementar a pesquisa documental podendo validar, ou não, os dados recolhidos. Fornecerá, ainda, importantes elementos para avaliar se a abordagem da sustentabilidade nos cursos superiores de Moda:

- . É mais idealista ou prática, aplicável;
- . É fragmentada compreendendo uma disciplina ou outra a parte, ou constitui uma base estruturante do curso promovendo a integração do conceito com o pensamento e prática de Moda;
- . Considera o aprendizado centrado no usuário, ou consiste em uma compilação de conceitos desconectados do contexto dos estudantes;
- . É estimulante a partir de uma percepção de oportunidade de inovação ou é entendida como um fator limitante e oposto ao conceito de Moda;
- . Contempla com equidade os três pilares (ambiental, social e economia) ou se concentra apenas em algum(s);
- . É absorvida e colocada em prática pelos estudantes (grau de efetividade);
- . Está formando profissionais para o mercado tradicional da Moda ou profissionais capazes de atender à novas demandas relativas às questões da sustentabilidade e que promoverão transformações no mercado;
- . Promove reflexão em torno das responsabilidades do *designer* redefinindo o papel deste profissional ou mantém o *status quo*.

Em um segundo momento de análise e, coerente ao pensamento sistêmico orientador desta pesquisa, elegeu-se a metodologia proposta por Mendonça (2014) em sua tese de doutoramento. Em sua investigação a pesquisadora utilizou-se dos cinco princípios do *Design* Sistêmico para perceber, nos diferentes projetos analisados, o que nomeou como “boas práticas” em função do parâmetro da sustentabilidade, e seu impacto local.

“A metodologia de Projeto Sistêmico é aplicada a praticamente todas as iniciativas produtivas. Desde a análise de nossas atividades no ambiente doméstico até a produção de objetos, o planejamento de eventos, a produção agrícola, a produção industrial e o planejamento urbano (MENDOÇA, 2014, p.14.)”

Enquanto método de criação, o *Design* Sistêmico desloca o tradicional foco no produto para a teia de relações que se estabelecem em seu desenvolvimento. O *designer* é convidado a projetar a rede de relacionamentos que se forma e, que é possível formar, a partir de um objeto/serviço considerando os fluxos de matéria e energia que transitam pelo sistema. O usuário é contemplado para além de mero consumidor final. Sua participação é ativa, integrada ao sistema, e valorada como ser social e cultural participante do projeto. Um verdadeiro olhar etnográfico (Bistagnino & Campagnaro, 2014).

Para Mendonça (2014), o *Design* Sistêmico é “um recurso para um novo tipo de profissional de *Design*”, coerente às demandas atuais de projeto que precisam responder a um complexo de questões sociais, ambientais e econômicas em um contexto de insustentabilidade.

Dentre os processos abordados pela metodologia, estão os cinco princípios utilizados para análise de Mendonça (2014):

1. Saídas / Entradas (Output / Input):

Os processos devem otimizar recursos, analisando o fluxo de energia e matéria. Assim, os recursos escolhidos devem considerar esta otimização, incluindo a possibilidade da sua utilização integral no sistema, ao tratar a saída de um sistema (resultados, produtos parciais e resíduos) como entradas (recursos) para outro.

2. Relacionamentos:

Para que todos os elementos do sistema interajam e se completem, é necessário que os relacionamentos que o compõem, internos ou externos, sejam estimulados. Assim oportunidades surgem pelo relacionamento entre pessoas e organizações, e a utilidade dos recursos surge do relacionamento entre diversos agentes e áreas de atuação.

3. Geração automática:

Para sua autonomia e sustentabilidade, é preciso que o próprio sistema, gere o sistema - ele está constantemente se reproduzindo, autorregulando, sempre mantendo interações com o meio, onde este desencadeia mudanças determinadas em sua própria estrutura, e não através de um agente externo.

4. Local:

É necessário reconhecer os recursos - humanos, culturais e materiais locais, que são determinantes para a solução de problemas contextuais.

5. Homem no centro do projeto:

o projeto deve estar voltado para a qualidade de vida de todos os envolvidos no sistema, considerando o ser humano em seu próprio contexto ambiental, social, cultural e ético. Assim, é preciso ser inclusivo, em termos de capacidades físicas, mentais e econômicas, reconhecendo a importância dos valores culturais de cada indivíduo, desenvolvendo soluções para acesso amplo e disseminando informações para que o cidadão exerça seu direito de escolha consciente.

A proposta é identificar, nas diferentes falas e documentos acessados, os princípios do *Design* Sistêmico. Espera-se, a partir desta análise, poder elaborar proposições que contribuam para a integração da sustentabilidade no ensino superior de *Design* de Moda sob uma perspectiva sistêmica.

Importante destacar que, concebendo a sustentabilidade como relativa ao tempo, local e circunstâncias (LIMA, 2018), as diretrizes levantadas por este estudo não pretendem servir de modo absoluto às demais instituições. Contudo, espera-se que o processo delineado possa ser replicado em diferentes contextos revelando suas singularidades fundamentais.

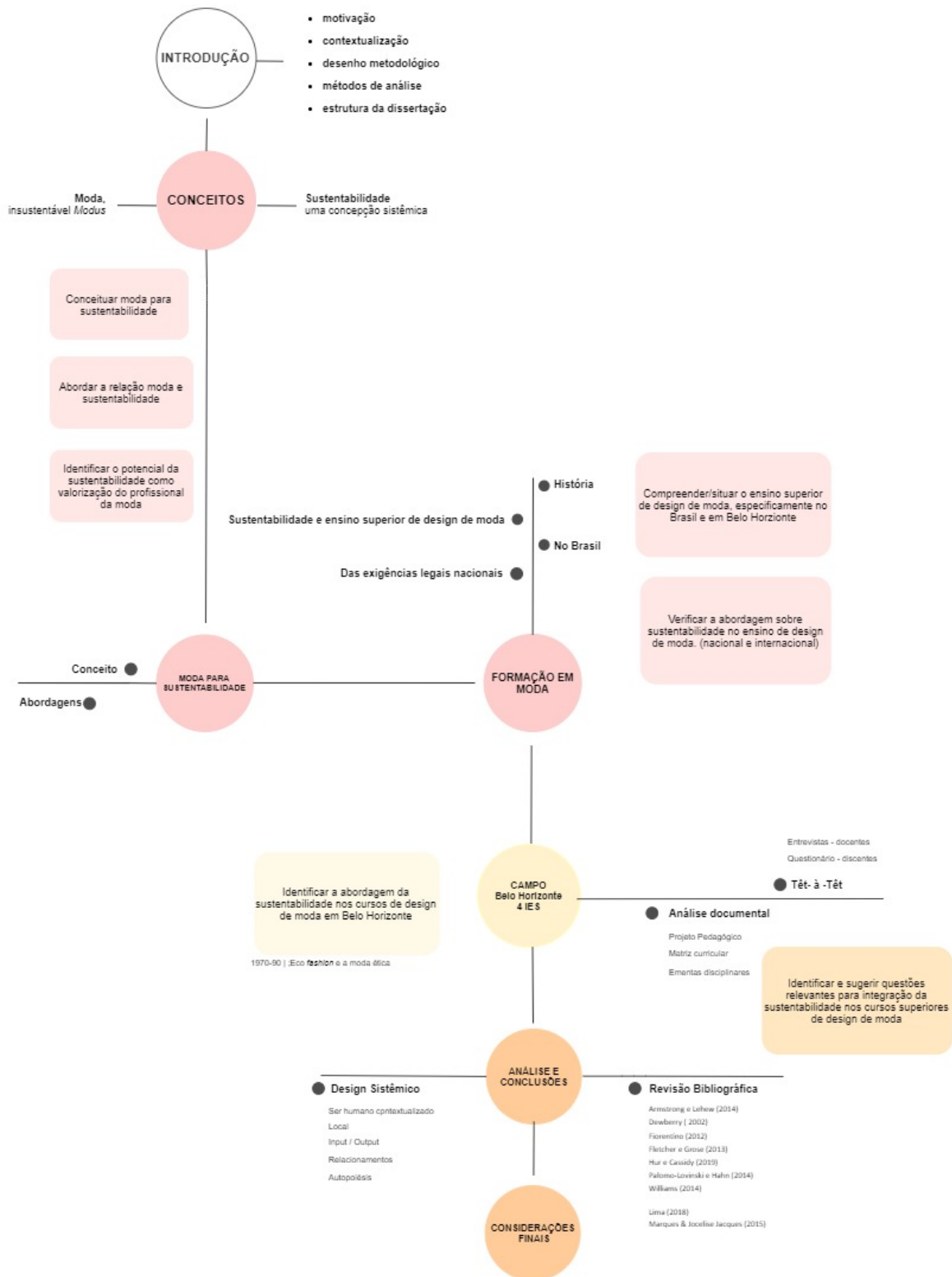
1.4. Estrutura da dissertação

A estrutura da dissertação, conforme demonstrado pela figura- 1, foi desenvolvida em função dos objetivos propostos. Assim, no primeiro capítulo – SUBSTRATO-, delimita-se os conceitos de Moda e sustentabilidade que darão suporte às reflexões em torno desta relação. Em seguida no capítulo - MODA PARA SUSTENTABILIDADE - os conceitos anteriormente tratados são

aproximados e, identifica-se a Moda como viabilizadora de uma condição de sustentabilidade mais ampla que extrapola o próprio setor. O terceiro capítulo - FORMAÇÃO EM MODA - contextualiza a criação dos primeiros cursos de Moda no Brasil expondo também o panorama educacional da sustentabilidade no ensino de Moda internacional e nacional e, ainda, referência às exigências legais nacionais em relação à inclusão da temática no sistema de ensino. Uma vez construído este alicerce bibliográfico a pesquisa passa então à etapa de campo; momento em que serão contemplados os quatro cursos superiores identificados em Belo Horizonte mediante consulta à plataforma E-mec. Assim o capítulo - PESQUISA DE CAMPO - reúne os documentos analisados - Projetos Políticos Pedagógicos, Matrizes curriculares e Ementas Disciplinares de cada curso, entrevistas com professores e coordenadores e questionários aplicados aos estudantes. Este material é apresentado de forma seletiva, ou seja, reportou-se nos documentos somente aos tópicos tangentes ao tema e nas falas e respostas de professores e estudantes foram selecionadas as mais representativas.

A análise do material coletado é feita no capítulo seguinte -DIAGNÓSTICO - e se organiza, também, em duas etapas; primeiramente relaciona-se o panorama local relativo à inserção do tema sustentabilidade nos cursos de *design* de Moda à perspectiva nacional e internacional identificando pontos convergentes e diversos entre os dois cenários. Em uma segunda perspectiva o material é analisado a partir dos princípios do *Design* Sistêmico o que basicamente consistiu em identificar esses princípios nos documentos, falas e repostas coletadas. Por fim, são tecidas considerações e proposições com o intuito de contribuir para a integração do tema sustentabilidade nos cursos superiores de *Design* de Moda em Belo Horizonte.

Figura 1: Mapa da Dissertação



Fonte: Produzido pela autora

2. CONCEITOS

2.1. Moda; insustentável *Modus*

Moda, do latim *modus*, refere-se a maneiras e jeitos de ser. Conjunto de opiniões, gostos, assim como modos de agir, viver e sentir coletivos predominantes em um determinado momento. É associada à forma de se vestir, ao uso de novos tecidos, cores, matérias-primas etc.¹

Como campo de conhecimento a Moda abriga múltiplas facetas podendo ser vislumbrada por diferentes áreas. No campo econômico Thorstein Veblen (1857-1929), seu principal teórico, analisa do ponto de vista do consumo ostentoso; símbolo de status para as classes sociais. Para os sociólogos Herbert Spencer (1820-1903), Gabriel Tarde (1843-194) e George 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, 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 pelo 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 relacionado ao sistema atual de Moda e sua insustentabilidade.

¹ <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/moda/>

Percebe-se, a partir destas abordagens, que o conceito de Moda não se encontra no vestuário, apesar de este ser seu principal representante. Assim, é oportuno, como sugere Liz (2015), ressaltar a diferença entre ambos que, segundo a autora, relacionam-se a duas categorias de bens conforme demonstrado no quadro 2; a Moda mais voltada ao simbólico e o vestuário ao material. As roupas, e outros produtos, funcionam, desta forma, como suportes materiais através dos quais circulam símbolos culturais (Laver, 1989).

Quadro 2: Comparativo entre os sistemas do vestuário e da Moda.

VESTUÁRIO (<i>clothing</i>)	MODA (<i>fashion</i>)
Produção material	Produção simbólica
Tangível	Intangível
Necessidade	Excesso
Função de utilidade	Função de distinção
Encontra-se em qualquer sociedade onde as pessoas cubram seus corpos.	Encontra-se em sociedade onde está constituída institucionalmente e difundida culturalmente

Fonte: LIZ, 2015

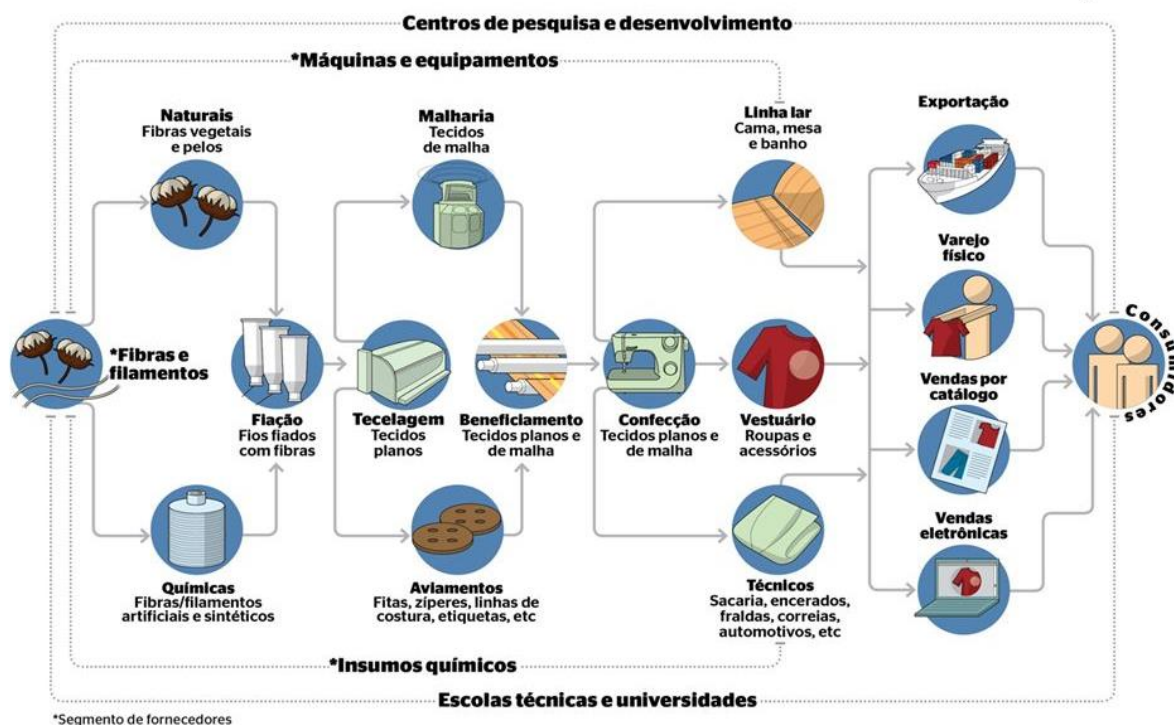
No âmbito social a Moda é compreendida em sua relação com o indivíduo e o contexto sociocultural. Neste sentido, está vinculada às motivações psicológicas de construção de identidade, pertencimento e diferenciação. Intermedia a relação entre o indivíduo e o coletivo, entre a liberdade e a representação individual e a obediência a padrões sociais delimitados (Lipovetsky, 2009; Simmel, 2001).

Enquanto indústria, conjunto de atividades econômicas que visam a transformação de matéria-prima em produtos ou em bens de produção para consumo ², a Moda se caracteriza como uma das maiores e mais complexas cadeias de produção (Tärneberg et al., 2019). A indústria de Moda global é de quase três trilhões de dólares anuais. São mais de 60 milhões de trabalhadores envolvidos nas diversas etapas de produção da indústria - produção das fibras, como plantação de algodão, até os desfiles de Moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e varejo (Ehrman & Watson, 2018).

² <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/industria/>

No Brasil o setor emprega em torno de 8 milhões de pessoas; deste total, 1,5 milhões são empregos diretos e 75% constitui-se mão de obra feminina. O país possui a maior cadeia têxtil do ocidente, sendo o único a ainda desenvolver todas as etapas de produção em seu território (ABIT, 2018).

Figura 2: Estrutura da cadeia produtiva e da distribuição têxtil e confecção.



Fonte: ABIT (2013)

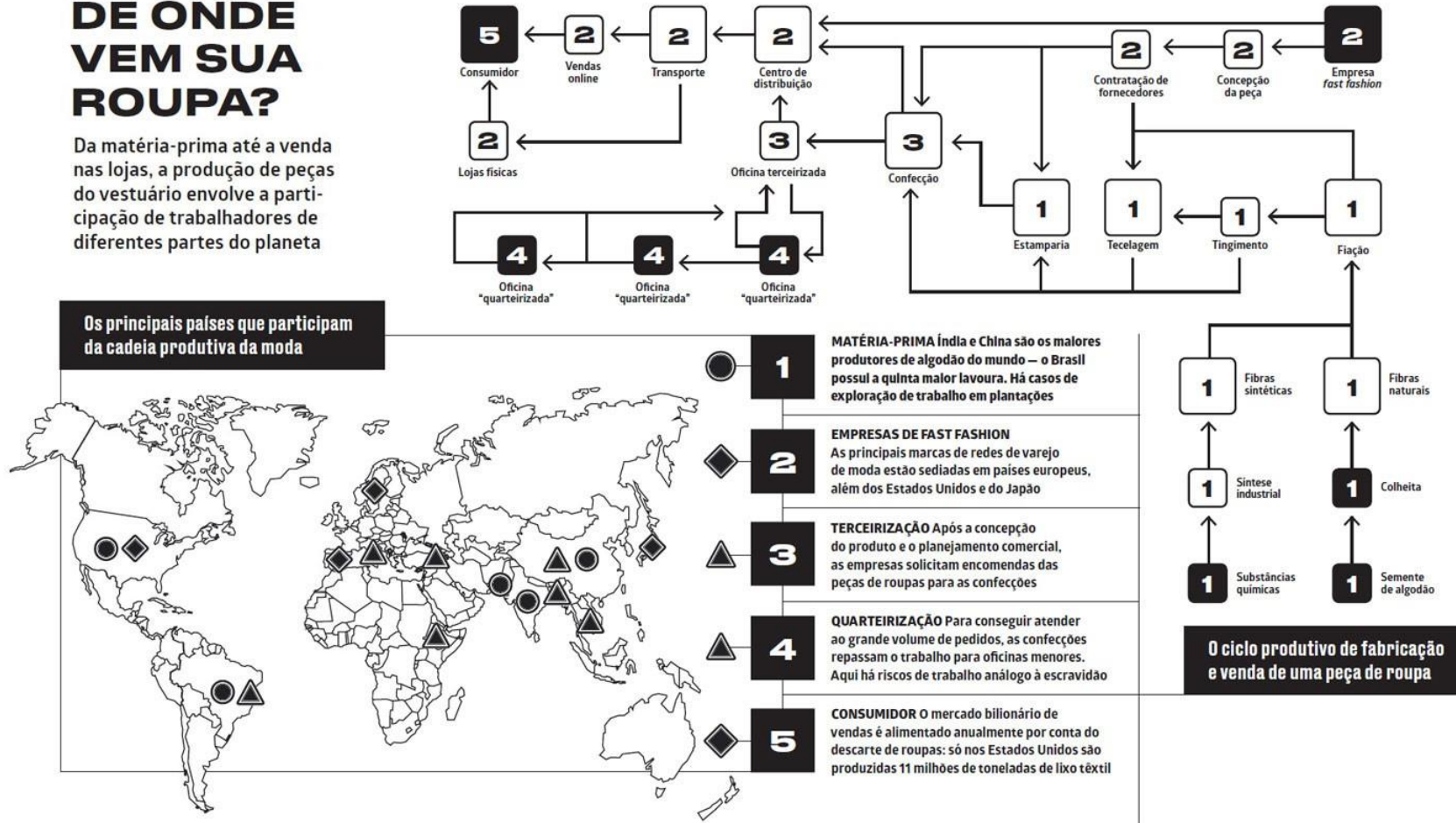
Por fim, a Moda pode ser tratada como um sistema intimamente ligado ao surgimento da sociedade moderna ocidental e expressa, substancia, seus valores; a efemeridade, a afirmação da individualidade, o culto ao novo e a valorização do presente (Lipovetsky, 2009). Neste sentido, opera como articuladora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

Nos últimos 20 anos a indústria da Moda se tornou altamente globalizada e fragmentada, com peças desenhadas em um país, produzidas em outros e distribuídas por todo o mundo conforme ilustra a figura 4 (MacArthur, 2017). A produção globalizada significa, basicamente, que toda a produção de bens tem sido terceirizada para economias de baixo custo, particularmente onde os salários são muito baixos e as leis trabalhistas quase inexistentes (Morgan, 2015).

Figura 3: Cadeia produtiva da Moda globalizada

DE ONDE VEM SUA ROUPA?

Da matéria-prima até a venda nas lojas, a produção de peças do vestuário envolve a participação de trabalhadores de diferentes partes do planeta



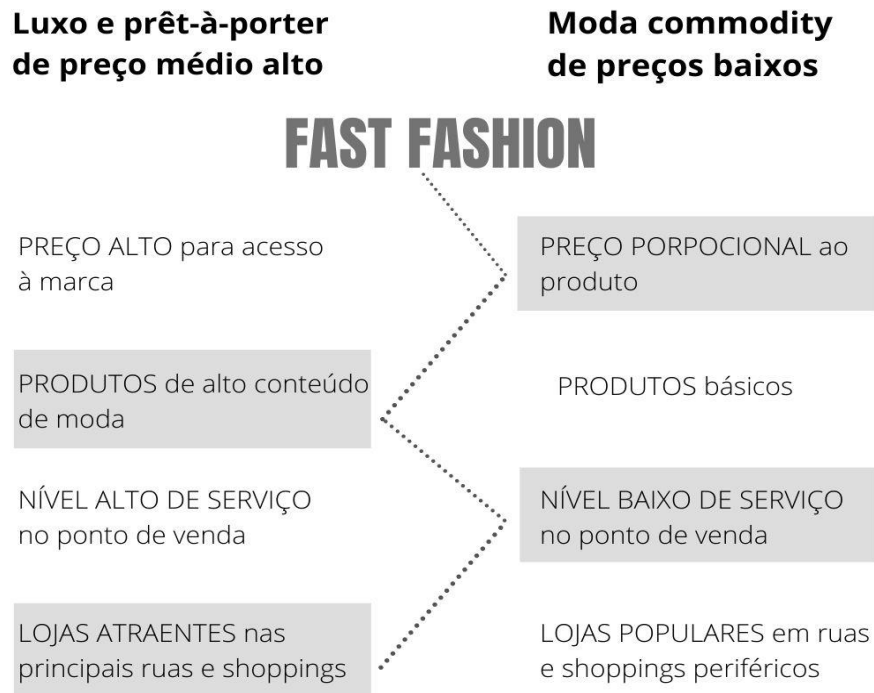
Fonte: Revista Galileu (2016)

Este cenário faz parte do modelo de negócio predominante atualmente; “voltado para o mercado de massa e a produção e venda de roupas baratas e homogêneas em quantidades cada vez maior “ (Fletcher; Grose, 2013,p 124). O *fast fashion*, ou Moda rápida, leva ao extremo os valores consumistas. 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 frente aos tradicionais lançamentos sazonais praticados até então. Embora as roupas não sejam de boa qualidade, o baixo preço com que são ofertadas 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 et al., 2016).

O *fast fashion* combina características do mercado de luxo e prêt-à-porter com a Moda *commodity* atendendo um nicho de consumidores da classe média, modelo de negócio demonstrado na figura 5. Assim oferece produtos com alto conteúdo de Moda, à 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.



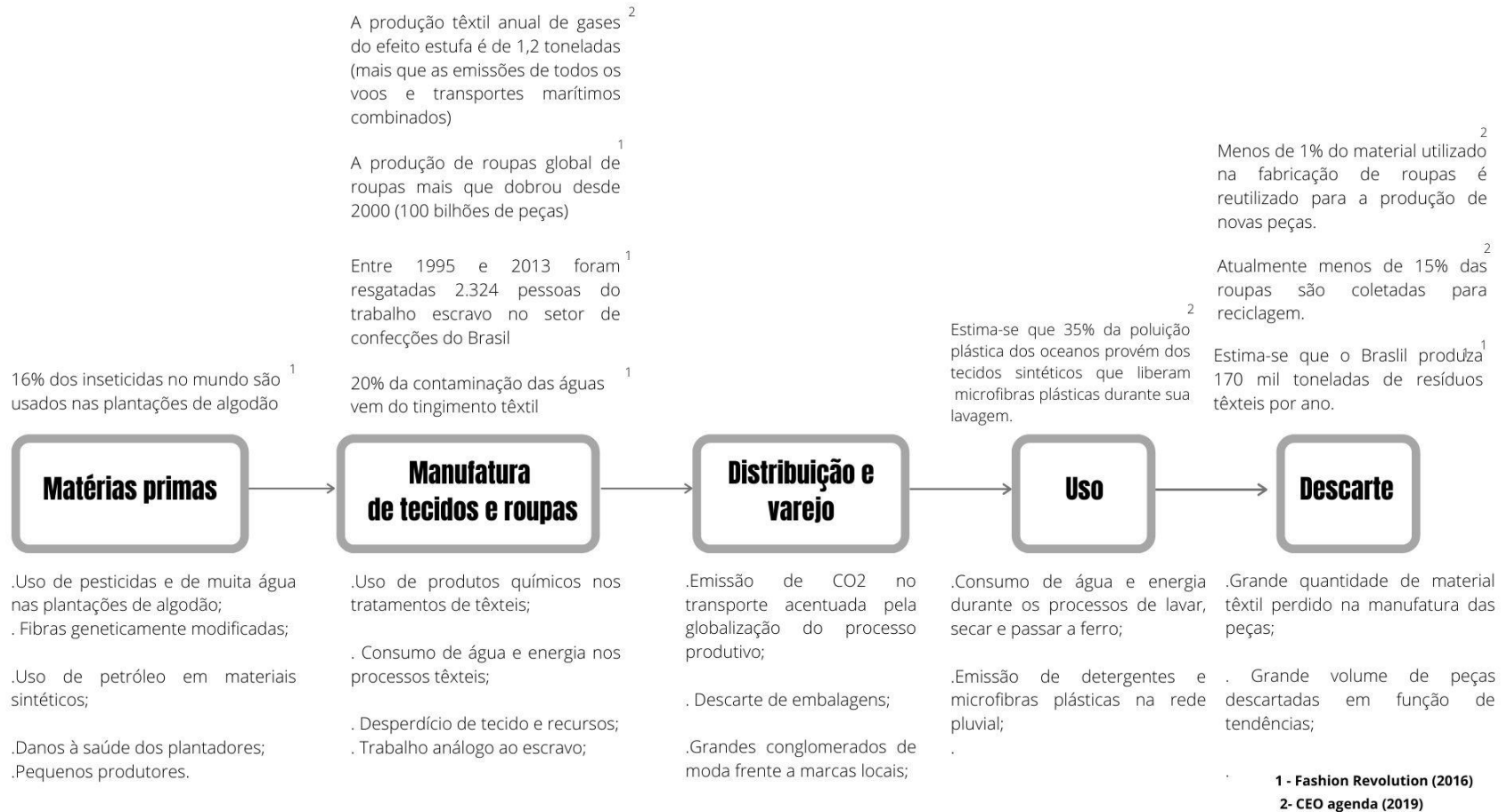
Fonte: Cietta (2012)

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 (MacArthur, 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).

Gwilt (2014) destaca que 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 6. 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.

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



Fonte: Gwilt (2014) adaptado pela autora.

No Brasil, os impactos da Moda globalizada regida pelo sistema *Fast Fashion* remontam a década de 1990 quando as medidas de abertura do mercado nacional afetaram drasticamente a indústria têxtil e de confecção do país. Com o parque fabril obsoleto, 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 - câmbio desvalorizado, a ausência de encargos trabalhistas, concessão de subsídios (Barcelos, 2013).

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

Tabela 1- Aumento das importações Brasileiras na indústria da Moda – 1990 a 2010.

Elos da indústria da Moda	Varição importação
Elo da fiação	U\$32,8 milhões para U\$2,6 bilhões
Elo de tecelagem	U\$36 milhões para U\$907 milhões
Elo de confecção	U\$54 milhões para U\$1,2 bilhões

Fonte: (Barcelos, 2013) - Adaptado pela autora

Outro ponto que merece atenção neste contexto é a transição do consumo de fibras naturais, como o algodão nacional, para as sintéticas e artificiais – poliéster e viscose- adquiridas no mercado externo (Barcelos, 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 a 1997) e é, para Prado e Braga (2019) um dos motivos que levaram ao enfraquecimento e consequente dissolução do Grupo em 1997.

O sistema atual de Moda se revelou insustentável inclusive para a própria Moda. Na concepção de Carvalho (2016) ao acompanhar este 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 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” (CARVALHAL, 2016, p.54,).

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

2.2. Sustentabilidade: Uma concepção sistêmica

“No cerne da sustentabilidade está a experiência de conexidade das coisas, a compreensão das incontáveis inter-relações que vinculam os sistemas econômicos, materiais e socioculturais à natureza”(FLETCHER, K; GROSE, 2013, 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 quanto 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 Tratado de *Brundtland* (1987) traz a ideia de garantia de um futuro digno às próximas gerações. Assim, o desenvolvimento sustentável foi interpretado como a capacidade de as gerações do presente suprirem suas necessidades sem impedir que as gerações do futuro também o façam.

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, seria calculado a partir de três pilares básicos que ficaram conhecidos como os três P's – *People, Planet and Profit*, ou Pessoas, Planeta e Lucros. Atualmente o tripé da sustentabilidade refere-se às dimensões econômicas, sociais e ambientais e, de medida, passou à referência para a criação de negócios com o propósito sustentável.

À medida que o século XXI avança, os principais problemas – ambientais, sociais e econômicos- enfrentados pela humanidade se apresentam 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 um tempo atrás. 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: <https://nacoesunidas.org/pos2015/>

Para Capra (2002) é necessário um novo conjunto de valores e conceitos, uma nova perspectiva para que estes 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 os conceitos de uma visão de mundo obsoleta, uma percepção inadequada da realidade para lidar com nosso mundo superpovoado e globalmente interconectado” (CAPRA; LUIGI LUISI, 2014, p.13,).

Essa mudança de percepção constitui um novo paradigma. No âmbito social um paradigma se refere à “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 de acordo com Capra e Luigi Luisi (2014) a quebra de paradigma atual envolve a transposição de valores que sustentam uma visão de mundo mecanicista para uma visão sistêmica, conforme demonstra o quadro 2 :

Quadro 3: Comparação entre Pensamento mecanicista e sistêmico

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

Fonte: Produzido pela autora baseado em (Capra & Luigi 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 que 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 & Luigi Luisi, 2014,p.)

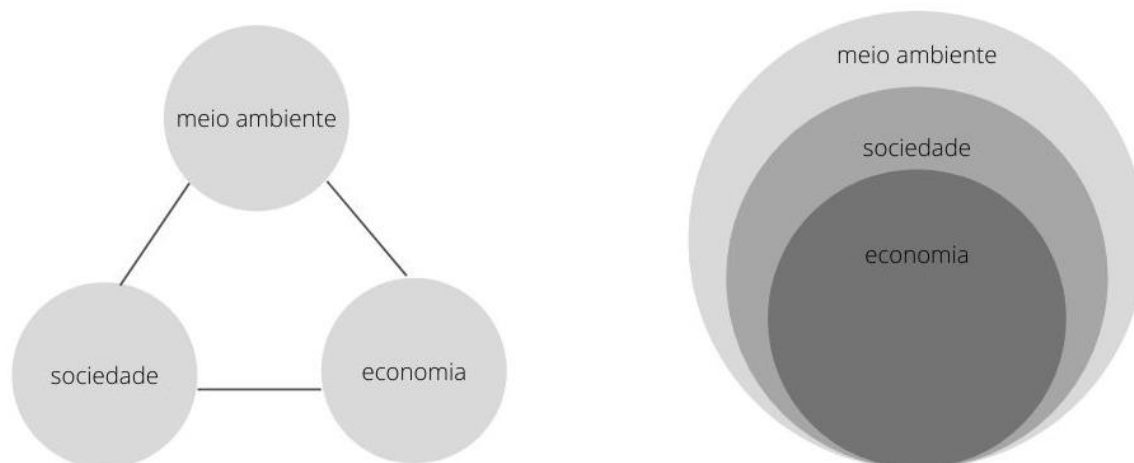
Os autores destacam que as atividades humanas, seus meios de produção e consumo, baseados na visão de mundo mecanicista, possuem características fundamentalmente distintas das que regem a dinâmica natural que sustenta a vida. Enquanto a natureza é regida por processos cíclicos como os ciclos biogeoquímicos, nosso modelo de produção é linear baseado na extração de recursos em uma ponta e na deposição de resíduos na outra.

Em última análise, as atividades humanas têm causado tantos efeitos nocivos ao meio ambiente por não considerarem os sistemas cíclicos naturais e não estarem inseridas em sua dinâmica. Assim a compreensão da sustentabilidade, do ponto de vista sistêmico, passa pela compreensão dos princípios de organização dos ecossistemas. Os autores destacam que estes 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 sustentar a vida. Para o autor as comunidades sustentáveis de vegetais, animais e microorganismos oferecem um caminho para se pensar e moldar comunidades humanas sustentáveis.

Essa visão traz a percepção de que estamos todos, enquanto indivíduos e sociedade, inseridos nos processos cíclicos da natureza (meio ambiente) ao invés de colocar a natureza (meio ambiente) dentro dos negócios ou como parte de igual peso entre as dimensões que compõem o tripé da sustentabilidade, conforme a figura 4:

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



Fonte: Salcedo (2014)

Para tanto se faz 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. Neste 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 & Luigi Luisi, 2014) que demanda a percepção de como um objeto 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; nas relações multidimensionais que existem entre os seres vivos, suas formas de viver e interagir com o meio e os ciclos naturais do planeta.

A percepção sistêmica e a necessidade de um novo paradigma é apontada por diversos autores (Fletcher, K; Grose, 2013; Kozlowski et al., 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.

3. MODA PARA A SUSTENTABILIDADE

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

(Rony Rodrigues- abertura do livro de Carvalhal, 2016)

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 (Kozlowski et al., 2018). De acordo com os autores a maior parte dos negócios que se posicionam como sustentáveis se orientam pelo tratado de *Brundland*³ (1987) e pela equidade entre as dimensões sociais, econômica e ambientais.

Uma variedade de termos - Moda verde, Eco Moda, Moda ética, *Slow Fashion*, Moda sustentável - demonstram diferentes concepções e tentativas de abordar o assunto, o que, para Thomas (2008) acaba confundindo o consumidor e facilitando ações de “*greenwashing*”⁴ pelas empresas.

Para esta pesquisa 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 sustentável⁵. Assim, o termo ‘Moda para sustentabilidade’ mostra-se bastante apropriado por indicar uma postura proativa, 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**.

3 Relatório Brundtland é o documento intitulado Nosso Futuro Comum (Our Common Future), publicado em 1987. Neste documento o desenvolvimento sustentável é concebido como: “O desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades.”

4 O *greenwashing* é uma ação que empresas realizam para “maquiar” os seus produtos e tentar passar a ideia de que eles são ecoeficientes, ambientalmente corretos, provêm de processos sustentáveis, entre outros. Assim, termos e expressões como “eco”, “ecológico”, “menos poluente” e “sustentável” começam a aparecer nas embalagens e rótulos de diversos produtos, na tentativa de indicar que as empresas são ambientalmente responsáveis.

⁵ “Uma comunidade humana sustentável é planejada de tal maneira que seus modos de vida, negócios, economia, estruturas físicas e tecnologias não interferem na capacidade inerente da natureza de sustentar a vida” (Capra, 2002).

Pensar a Moda para sustentabilidade, inclui considera-la enquanto indústria, dinâmica social e sistema. Assim requer rever processos e produção – materiais, costura, modelagem, corte, distribuição etc- mas também relacioná-la a 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 & LeHew (2014) em função de diferentes ênfases adotadas. Algumas mais orientadas pelo ambientalismo, focam em questões materiais como a redução dos resíduos e do 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 se voltam para as questões sociais como o empoderamento dos trabalhadores da indústria *fashion* e dos consumidores. Santos & Perez (2017) apontam dois princípios que devem ser prioridade para cada dimensão do tripé 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.

Niinimäki (2013) adverte que embora essas abordagens sejam importantes são, ainda, muito limitadas diante da complexidade do desafio da sustentabilidade. Para a autora é necessária uma perspectiva holística sobre o ciclo de vida dos produtos e seus respectivos impactos. Ponto de vista defendido também por Gwilt (2014) e Salcedo (2014) que argumentam a necessidade de retomar o conhecimento, por parte dos *designers*, sobre todas as etapas de sua fragmentada cadeia de produção. Outros tópicos como as questões culturais e locais, o comércio justo e os projetos colaborativos também são levantados por Niinimäki (2013) e Brown & Small (2010)

Percebe-se que neste momento de experimentação e construção de novos caminhos, as possibilidades são muitas e, como observa Kolb et al. (2017) a sustentabilidade, no âmbito da Moda, pode ser trabalhada em múltiplos níveis.

Neste sentido, é oportuno recorrer a Vezzoli & Manzini (2008) que classificam as diferentes intervenções de *design* para sustentabilidade em quatro estágios de maturidade. No primeiro nível, segundo os autores, estão 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. Neste âmbito se encontram 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. Um nível acima estão as propostas de novos produtos e serviços que levam a substituição de sistemas antigos por outros ambientalmente mais sustentáveis. Nesta fase o projeto se orienta pela perspectiva do ciclo de vida do produto (pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte) com o intuito de localizar todas as implicações ambientais possíveis. De acordo com os autores as propostas ambientalmente corretas deste nível, são ofertadas em um contexto cultural e comportamental 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 a criação de novos cenários para um estilo de vida sustentável. As estratégias pertencentes a esse estrato visam promover novos valores e critérios de qualidade que sejam ambientalmente sustentáveis, socialmente aceitáveis e culturalmente atraentes.

No âmbito da Moda e, semelhante à Vezzoli & Manzini (2008) as *designers* Fletcher, K; Grose, (2013) em seu livro “Moda e sustentabilidade: *design* para mudança”, identificam três tipos 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, K; Grose (2013) 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 tornarem viciados no consumo de Moda”

portanto, repensar sua prática se torna fundamental e tal constatação recai sobre o ensino que irá formar este profissional.

4. FORMAÇÃO EM MODA

“Parece oportuno, nesse momento em que a formação em Moda vem ganhando espaço em todo o Brasil e no exterior, poder entender o papel da formação superior em Moda. Embora essa formação venha crescendo de forma representativa no cenário do ensino superior (...), aumentam, também, os debates em torno dela, em especial sobre o seu direcionamento mercadológico, como se a formação em Moda não pudesse ir além disso, o que poderia acabar privilegiando o fazer perante o saber” (Borges, 2017, p. 1).

Historicamente os cursos de Moda surgem como resposta a uma demanda de mercado em um contexto de desenvolvimento econômico e industrial. Momento em que o ofício, exercido por artesãos no sistema “mestre e aprendiz” precisa ter seu conhecimento sistematizado para atender um mercado em ascensão (PIRES, 2002).

Este cenário ocorreu primeiro na Europa, berço das revoluções industriais e da Moda disseminada pelo mundo. A França, país reconhecido pela Alta Costura, foi sede da primeira escola dedicada ao ensino da Moda, a atual ESMOD, que no século XIX começava sua história através das aulas ministradas por Alexis Lavigne. Os primeiros cursos eram voltados para formação de alfaiates e deixou de fora a profissionalização feminina. Só mais tarde, sua filha na condição de diretora da escola abriu as portas para as mulheres se formarem. Este fato é interessante, pois revela a Moda como algo do universo feminino e doméstico, fazeres manuais que toda mulher “prendada” deveria saber, porém que não lhe concedia nenhuma posição social.

No Brasil a formação em Moda é recente se comparada à Europa e a outras áreas. Até a década de 1980 enquanto a ESMOD já reconhecia o aspecto gerencial e de negócio da Moda, integrando a ela conhecimentos do marketing através de seu curso “*Fashion Business*”, ainda não haviam cursos acadêmicos específicos para a área em território nacional. Pires (2002) lembra que os que queriam aprender o ofício e, tinham dinheiro, iam estudar nas escolas francesas trazendo de lá o gosto estrangeiro que ditava (e ainda dita) o que seria Moda por aqui. “Para exercer a profissão não era necessário ter formação específica o que alimentava a impressão de que bastava ter bom gosto, algum talento artístico e um pouco de informação sobre Moda para ser um profissional da área” (Borges, 2017, p.112). Fato é que, como destaca

Aguiar (2015, p.3) “a Moda não era vista como uma área para ser estudada em cursos regulares e, menos ainda no ensino superior.

No início da década de 80, conforme Pires (2002), a necessidade de um profissional criador e capaz de atuar no complexo mecanismo da Moda, fez com que o próprio setor se mobilizasse para a instituição dos primeiros cursos profissionalizantes para o ensino da criação de Moda no Brasil. Em 1984 o SENAI-CETIQT (Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) localizado no Rio de Janeiro formou a primeira turma do curso técnico em “Estilismo em Confeção Industrial”. O curso foi uma das poucas formações em Moda oferecidas na cidade por quase 20 anos (Hermes & Júnior, 2018). Dois anos após o SENAI CETIQT, Belo Horizonte sediou o primeiro curso de Moda ligado à universidade; o curso de extensão “Estilismo & modelagem do vestuário” empreendido pela Universidade Federal de Minas Gerais em Belo Horizonte (1986) que, dez anos depois, se tornou o curso superior em *Design* de Moda oferecido, atualmente, pela Universidade, dentro da faculdade de Belas Artes. Curso que, ao longo de duas décadas formou mais de 400 profissionais dentre os quais Ronaldo Fraga, Angélica Oliveira, Martielo Toledo, Suzana Bastos, Lúvia Limpi e Hudson Freitas.

“Sem dúvida, o surgimento de tais cursos esteve atrelado ao aquecimento da economia daquele período, à instalação de novas indústrias de fiação, de têxteis e de confecção de vestuário, da posterior política de abertura do mercado(...) Podemos citar o exemplo do estado de Minas Gerais que, em 1976, contava com apenas 200 confecções. Uma década mais tarde, este número havia crescido para quatro mil, o que fez o seguimento se organizar e criar o Grupo Mineiro de Moda e o curso de extensão de Estilismo e Modelagem do Vestuário da UFMG.... tornando-se na época um dos mais importantes centros de criação, produção e difusão de roupas de Moda no país” (Pires, 2002, p.2).

Para Marinho (2005) além das questões econômicas, como o aquecimento da indústria têxtil e de confecção, outros fatores corroboraram para a abertura dos cursos superiores de Moda:

- a) a demanda por bens simbólicos em uma sociedade cada vez mais exposta à uma variedade de bens internacionais diante da abertura de mercados;
- b) a formação de uma classe média urbana que através do consumo vai moldando um novo padrão de gosto estético e, por fim;
- e) a expansão do ensino superior privado diversificou a oferta de cursos.

Ao final da década, em 1987, a Faculdade Santa Marcelina (SP) abre inscrições para o primeiro curso de ensino superior em Moda (Borges, 2017) e, em seguida, na década de 1990, tem início a graduação em Negócios da Moda, da faculdade Anhembi Morumbi, também em São Paulo (Lima, 2018).

Na academia, portanto, o ensino de Moda iniciou como disciplina – a FASM oferece em 1964 a disciplina Desenho de Modas no curso de Desenho -, depois como curso de extensão Estilismo & modelagem do vestuário em 1986 (UFMG)- e, por fim, como graduação – bacharelado em Desenho de Moda em 1987 (FASM). Atualmente, com o objetivo de formar um corpo docente, observa-se a promoção dos cursos de pós-graduação (PIRES, 2002). Este trajeto está sinteticamente apresentado a seguir, no quadro 4.

Quadro 4: Linha do Tempo - Ensino de Moda no Brasil

ANOS 50	ENSINO DE MODA	CONTEXTO
		<p data-bbox="895 495 1214 524">Desfile da coleção Dior no MASP.</p> <p data-bbox="895 640 1270 719">Iniciativas em prol do desenvolvimento de uma moda voltada aos costumes e referências brasileiros.</p> <p data-bbox="895 857 1246 887">Desfile de Moda Brasileira no MASP.</p> <p data-bbox="895 976 1270 1077">Surgimento da Feira Nacional da Indústria Têxtil (FENIT), com patrocínio da Rhodia, fabricantes de fios sintéticos.</p>
ANOS 60		
1963	<p data-bbox="528 1384 871 1485">Inclusão da disciplina Desenho de Moda no curso de graduação em Desenho e Plástica, em São Paulo, na Faculdade Santa Marcelina (FASM).</p>	<p data-bbox="895 1243 1270 1395">Função de designer de moda exercida por leigos, autodidatas, ou por pessoas de áreas diversas com certo talento-artístico- porém carentes de qualificação específica para melhor exercê-la.</p>
1967	<p data-bbox="528 1675 858 1753">Cursos profissionalizantes subsidiados pelas indústrias têxteis: Rhodia</p>	<p data-bbox="895 1547 1254 1648">Para estudar moda, havia a necessidade de frequentar escolas no exterior- o que foi feito por alguns brasileiros.</p>

ANOS 70		ENSINO DE MODA	CONTEXTO
		Cursos profissionalizantes subsidiados pelas indústrias têxteis: Rhódia	<p>Função de designer de moda exercida por leigos, autodidatas, ou por pessoas de áreas diversas com certo talento-artístico- porém carentes de qualificação específica para melhor exercê-la.</p> <p>Iniciativas em prol do desenvolvimento de uma moda voltada aos costumes e referências brasileiros.</p>
ANOS 80			
1984	●	Criação do curso técnico em Criação de Moda, no Rio de Janeiro – Senai Cetiqt	Aquecimento da economia. Instalação de novas indústrias têxteis e de confecção e vestuário.
1986	●	Criação do curso de extensão em Estilismo e Modelagem do Vestuário, em Belo Horizonte, na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Carência por parte da indústria da moda brasileira, de profissionais capacitados para lidar com a criação e o desenvolvimento de produtos.
1987	●	Criação do curso de nível superior em Desenho de Moda, na FASM, em São Paulo.	Incentivo do próprio setor para a criação de cursos profissionalizantes para o ensino e criação de moda.
			Crescente cultura do corpo e da aparência, segmentação do mercado e do consumidor.
			Grupo da Moda Mineira (GMM).
ANOS 90			
1990		Criação do curso de graduação em negócios da Moda, na Universidade Anhembi Morumbi (UAM) em São Paulo.	Constante processo de adaptação dos cursos, criados a partir de modelos de escolas estrangeiras, ao contexto local.
1994		Criação do curso de graduação em Estilismo e Moda na Universidade Federal do Ceará (UFC) em Fortaleza.	Discussão a respeito da elaboração de Diretrizes Curriculares para os cursos de Estilismo e Moda, e da regulamentação da profissão.
1997		Criação do curso de graduação em Estilismo e Moda na Universidade Estadual de Londrina (UEL), em Londrina..	Adoção, por alguns cursos, do termo <i>design</i> e de seus respectivos conceitos.

ANOS 2000	ENSINO DE MODA	CONTEXTO
	Multiplicação dos cursos de graduação em Moda e/ou Design de Moda.	O Ministério da Educação (MEC) passa a considerar, em 2002, a moda como um conteúdo curricular específico de <i>design</i> ..
2001	Criação do Curso de graduação em Moda da Faculdade FUMEC.	
2003	Criação do Curso de graduação em Moda da Universidade Una.	Período de adaptação de diversos cursos de graduação em Moda (com denominações variadas) às Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Design, implicando também em alteração na denominação dos cursos.
2005	Curso de graduação da UEL altera-se para Design de Moda.	
2006	Curso de graduação da UAM divide-se, e é criado o curso de graduação em Design de Moda.	
2007	Criação do Curso de graduação (tecnólogo) de Moda da Faculdade Estácio	
2009	Criação do curso de graduação de Moda da Universidade Federal de Minas Gerais.	
2010	Curso de graduação da UFC altera-se para Design de Moda.	
2020	Criação do curso de Design de Moda na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG).	

Fonte: LIZ,2015; LIMA, 2018 adaptado pela autora

Atualmente o Brasil possui 159 cursos superiores presenciais em atividade de acordo com a consulta feita ao E-mec⁶. A maior parte se concentra nas regiões sudeste e sul, com grande destaque para o estado de São Paulo como demonstra a figura 5:

Figura 8: Distribuição dos cursos superiores em Moda no Brasil.



Fonte: Produzido pela autora a partir de dados do E-mec.

Em Minas Gerais chama a atenção o fato de que apesar de grande parte das empresas de Moda estarem localizadas em municípios do interior - mais de 47% das empresas e 52% dos empregos no setor em Minas Gerais estão em municípios com menos de 50.000 habitantes – a formação de capital humano está concentrada em cidades com mais de 100.000 habitantes; Belo Horizonte, Passos e Divinópolis concentram 99,45% dessas matrículas. A situação se repete no caso da formação de nível superior e de pós-graduação - Belo Horizonte, Juiz de Fora, Divinópolis e Passos concentram mais de 95% das matrículas cursos de ensino superior relacionados ao setor de vestuário (FIEMG, 2018).

⁶ “O e-MEC é um sistema eletrônico de acompanhamento dos processos que regulam a educação superior no Brasil.” (<http://emec.mec.gov.br>)

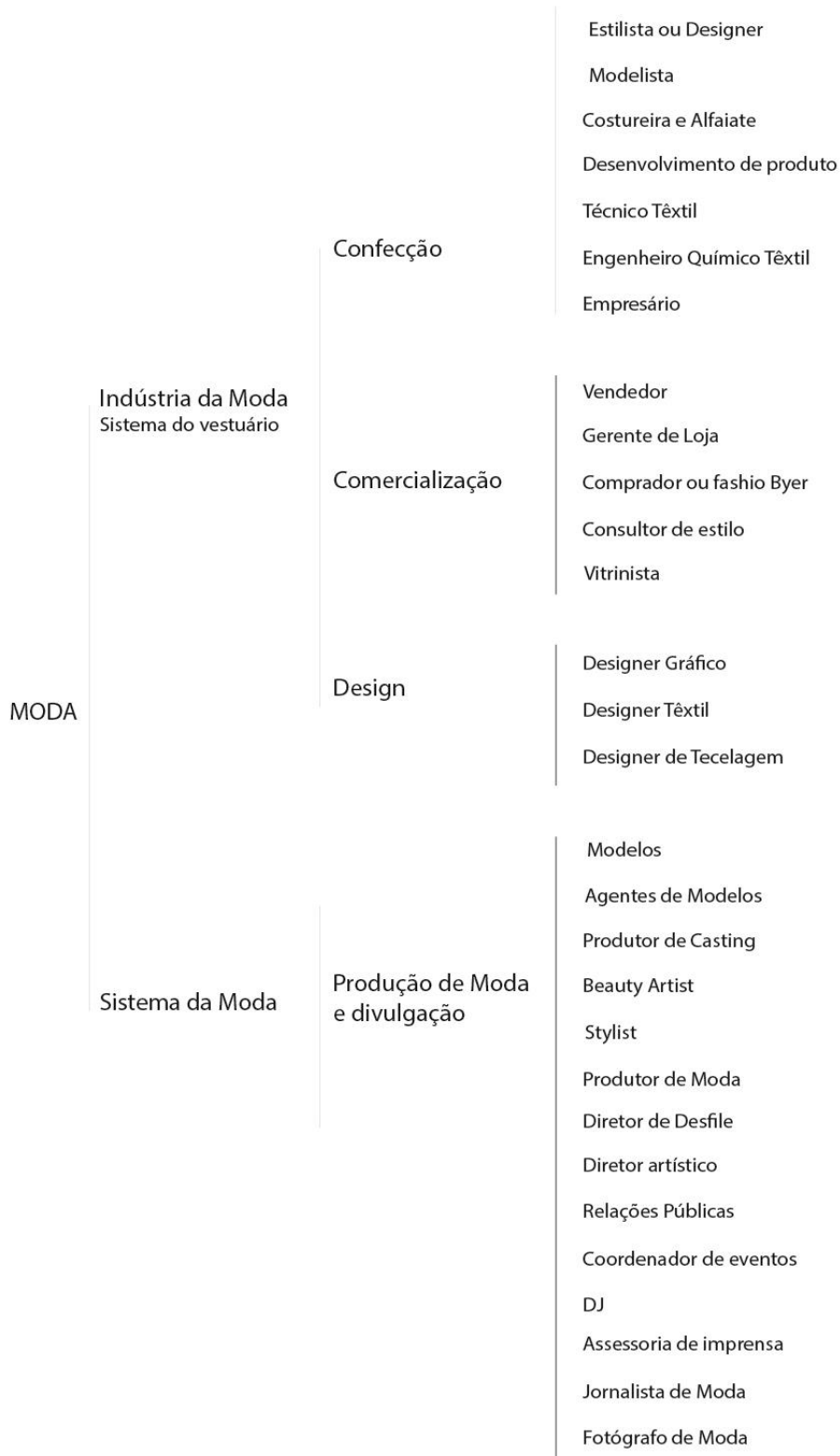
A consulta ao site do E-mec também revelou a predominância nacional dos cursos tecnológicos – cursos profissionalizantes com duração de 2 anos a 2 anos e meio que, segundo o MEC, tem por objetivo a inserção e recolocação rápida de profissionais no mercado de trabalho. Foram encontrados 112 cursos nesta categoria, frente a 47 voltados para a graduação (bacharelado). Estes dados refletem a tendência da área da Moda para o desenvolvimento de habilidades técnicas com o objetivo de atender as necessidades emergenciais do mercado.

Bisneto & Pereira (2013) atenta para o fato de que mesmo na graduação esta tendência prevalece e pode ser constatada pela ênfase na dimensão prática dos currículos oferecidos nos cursos superiores de Moda que privilegiam o projeto, a criação, o desenho e a modelagem de roupas e acessórios do vestuário.

“O problema não está em oferecer um curso profissionalizante na esfera superior, e sim em não ter um posicionamento específico, um posicionamento pensado para oferecer programas e rotas de articulação com o mercado de trabalho na área almejada, que possa promover um processo educativo menos produtivista e mais transformador” (Borges, p.115, 2017).

Para a autora, o ensino vem reproduzindo tarefas dentro do limitado conceito do estilista como criador de coleções para a indústria do vestuário e, em sua visão, isso ocorre em função do equivocado entendimento da palavra Moda que, em algumas situações ainda limita o ensino para a concepção do vestuário sem maiores reflexões sobre as várias possibilidades de atuação. Como Sousa et al. (2010) pontuam, o segmento de Moda é amplo e complexo, envolve tanto a cadeia produtiva do vestuário e têxtil, quanto diversos outros produtos. Para além do estilista, existe um leque imenso de oportunidades profissionais conforme ilustrado por Liz (2015);

Quadro 5 - Principais categorias profissionais envolvidas no Moda



Fonte 1 - Liz (2015) adaptado pela autora

A compreensão da Moda enquanto fenômeno social e humano criadora de diversos bens de consumo, objetos-signos e imagens na sociedade contemporânea evidencia a amplitude do campo de conhecimento que demanda diálogos entre áreas aparentemente distantes, mas que são extremamente complementares como a psicologia, a sociologia, filosofia, economia, história, arte e *design*. A área soma, desta forma, entendimentos plurais que convergem para a formação de um campo genuinamente interdisciplinar; de múltiplas facetas e que, adquire diferentes significados conforme a perspectiva em que é observada (Borges, 2017).

Apesar da abrangência do campo, do representativo crescimento na produção científica e acadêmica (Pires, 2007) e da visível expansão do ensino de Moda no Brasil nos últimos 35 anos (Borges, 2017) a Moda não constitui para o Ministério da Educação (MEC) um campo de saber autônomo. Com a homologação das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em *Design*, aprovadas em 8 de março de 2004 pela Resolução CNE/CES n.5, a Moda passou a ser considerada pelo MEC como um conteúdo do *design*.

Este é um processo que se estende até os dias de hoje e que demanda desde a mudança do nome dos cursos para *Design* de Moda, anteriormente identificados como Estilismo e/ou Moda, até uma completa reformulação dos projetos pedagógicos.

De acordo com o documento, as Modalidades e linhas de formação específica, dentro das quais se encontra a Moda, vêm atender às possíveis especificidades regionais e de mercado que demandam diferentes perfis profissionais dentro da área (Art.3º - DCN).

Em relação ao formando o Curso de Graduação em *Design* deve promover o pensamento reflexivo e a sensibilidade artística (Art.3º):

Art. 3º ... para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas, culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades bem como as características dos usuários e de seu contexto socioeconômico e cultural. (BRASIL,2004, p. 2)

Para tanto o Curso de *Design* deve possibilitar o desenvolvimento de competências e habilidades que, conforme (Art.4º-DCN), somam capacidade criativa, domínio de uma linguagem própria e de técnicas de expressão visual, capacidade de interagir com especialistas de outras áreas, visão sistêmica de projeto, domínio de diferentes etapas de projeto, conhecimento do setor produtivo de sua especialização, domínio de gerencia de produção e “visão histórica e prospectiva centrada nos aspectos socioeconômicos e culturais, revelando

consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade” (BRASIL, 2004, p.2).

O projeto pedagógico e a organização curricular do curso de graduação em *Design* deverão contemplar, para tanto, três eixos interligados de formação: conteúdos básicos, conteúdo específicos e conteúdos teórico-práticos (Art. 5º):

I - *conteúdos básicos: estudo da história e das teorias do Design em seus contextos sociológicos, antropológicos, psicológicos e artísticos, abrangendo métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/objeto/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado;*

II - *conteúdos específicos: estudos que envolvam produções artísticas, produção industrial, comunicação visual, interface, Modas, vestuários, interiores, paisagismos, design e outras produções artísticas que revelem adequada utilização de espaços e correspondam a níveis de satisfação pessoal;*

III - *conteúdos teórico-práticos: domínios que integram a abordagem teórica e a prática profissional, além de peculiares desempenhos no estágio curricular supervisionado, inclusive com a execução de atividades complementares específicas, compatíveis com o perfil desejado do formando. (BRASIL, 2004, p.2)*

Embora não constitua objeto de pesquisa deste estudo, é particularmente interessante perceber na estrutura da DCN do Curso de *Design* a reflexão sobre a prática que provém de sua contextualização e consciência das implicações relativas às dimensões econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas” (BRASIL, 2004, p.2). A reflexão sobre a prática do *designer* de Moda é fundamental para a Moda neste momento em que esta, claramente, precisa se conectar com a realidade e “ voltar a fazer sentido em uma sociedade sedenta por altruísmo, por conexão e que enfrenta graves problemas sociais, ambientais e econômicos” (Edelkoort, 2017).

Neste sentido, o protagonismo do *design* para o alcance de uma condição de sustentabilidade (Lima, 2018) pode, e vêm, servindo de referência tanto no discurso quanto com metodologias de projeto para a Moda.

Pires (2007) destaca que é necessário o trabalho em conjunto para que uma nova cultura de projeto marque a formação dos novos *designers* de Moda. Para a autora a histórica resistência e tensão entre ambas as áreas, vem cedendo lugar a iniciativas conjugadas potencializadoras de um olhar mais amplo em torno de sua função social. Neste contexto Pires (2007a) sugere considerar outras relações entre a Moda e o *design* com o propósito, e potencial, de ampliar

o acesso a outra estética de justiça social, de economia, e sob uma perspectiva de sustentabilidade ambiental.

OKADA¹ e BERLIM²(2014) observam que disciplinas de caráter socioambiental e de eco *design*, já frequentes em grades nos cursos de *design* de produto, passam a fazer parte também dos cursos de *design* de Moda. Segundo a autora a disciplina atende à necessidade de pensar o conceito da sustentabilidade nas várias fases do ciclo de vida do produto, entretanto alerta que, apenas sua inclusão não é o bastante diante do volume e ritmo produtivo acelerado do setor.

“O desenvolvimento de produtos de Moda como o vestuário é diferente de outros produtos; como os eletrônicos ou computadores pessoais; o tempo de vida (ciclo de vida do produto) é muito menor – o processo responde à variações de tendências e mudanças de estação, o valor dos produtos de Moda declinam rapidamente e as empresas buscam oferecer preços cada vez mais baixos diante do mercado globalizado” (ARMSTRONG; LEHEW, 2014, p. 41).

4.1. Sustentabilidade e Ensino superior de *design* de Moda

“Is our design education part of the problem or part of the solution?”

(DeLong et al., 2016, p.249 apud Shedroff 2009)

A sustentabilidade é uma questão contemporânea e só recentemente tem sido considerada formalmente, há pouco mais de uma década, pelos cursos superiores de *Design* de Moda (Gwilt, 2014). Apesar do pouco tempo em debate Fiorentino (2012) observa que há um crescimento acelerado nas pesquisas voltadas para o tema. De fato há uma pressão para que a Moda incorpore a sustentabilidade em seu ensino, mas como destaca Armstrong e Lehw (2014) ainda não há um consenso de como fazê-lo.

O modelo convencional do ensino de *design* de Moda contrasta com a abordagem sustentável. Para Bowers (2007) as características atuais da Moda, frente as ideias de sustentabilidade aparecem como antiéticas e avessas: lucro e escala perpetuados pelo consumismo desenfreado, produtos com ciclos de vida cada vez mais curtos baseados em tendências que os tornam obsoletos mesmo em boas condições de uso. A linguagem associada a esses atributos, segundo o autor, está intrínseca aos currículos de Moda o que torna a integração da sustentabilidade um grande desafio. O ensino, de acordo Fletcher e Grose (2013) está

concentrado no produto e na preparação da vida econômica do aluno. Fry (2008) reforça essa ideia destacando que, no projeto tradicional de produtos de Moda, a inovação se limita a mudanças de estilo e tendências para atrair os consumidores, em vez de buscar por mudanças reais no processo de *design*.

Assim é perceptível a contradição entre as ambições da educação em preparar os estudantes para empregabilidade em um mundo existente e suas ambições em criar habilidades de que o mundo precisa, mas talvez ainda não reconheça (Williams, 2014). Porém, como adverte, Rana e Ha-Brookshire (2019) é inevitável que se prepare os estudantes para atuarem incluindo as questões de sustentabilidade em seus projetos. Para Palomo-Lovinski e Hahn (2014) o ensino está em posição de negociar a relação entre indústria e pesquisa, entre necessidades de mercado e o que os estudos apontam que será necessário no futuro. É importante considerar que o ambiente escolar propicia experimentações da prática sustentável o que contribui para desenvolver estratégias que nem sempre são possíveis no ritmo cotidiano da indústria (Tomaney, 2005).

Para Williams (2014) tratar da sustentabilidade no *design* de Moda exige imaginar novos cenários e, o espaço de ensino é um lugar vital para que essa imaginação ocorra. O autor enfatiza que o desenvolvimento de novos valores, habilidades e conhecimentos é a maior contribuição do ensino superior para/com os alunos. Esse ponto de vista é compartilhado por Landgren e Pasricha (2011) que compreendem que os alunos devem ser incentivados a desafiar suposições, ser ativos e reflexivos para se tornarem agentes de mudança. Ainda sob este ponto de vista a Association of University Leaders for a Sustainable Future (1990) reforça o papel fundamental das universidades para a preparação de futuros líderes e profissionais capazes de construir um futuro ambientalmente sustentável.

É imprescindível que o *designer* conheça sobre os princípios, abordagens e ferramentas voltadas para a sustentabilidade, afinal, como questiona Rana e Ha-Brookshire (2019), como poderão escolher um caminho a seguir, ou como poderão avaliar as decisões tomadas se não estiverem de posse deste conhecimento?

As questões sustentáveis têm despertado o interesse de estudantes e acadêmicos no universo do *design* de Moda. Conforme aponta Palomo-Lovinski e Hahn (2014) há evidências de um número maior de estudantes de graduação que buscam por estes conhecimentos, assim como

de pesquisadores que se dedicam ao estudo sobre a adoção da sustentabilidade no ensino de *design* refletindo sobre a construção de uma nova base curricular.

Ainda que reconhecida a importância da integração da sustentabilidade no ensino superior de *design* de Moda, na prática, como observa Armstrong e Lehw (2014) este movimento tem sido superficial e carece de prática para a implementação e avaliação. Fiorentino (2012) ressalta que a sustentabilidade na maior parte das vezes é apenas contemplada como uma disciplina adicional, um assunto agregado, subordinado aos temas tradicionais do *design*. Para o autor o conceito encontra-se disperso e fragmentado não tendo maior impacto na formação do profissional. Talvez no centro da questão esteja o fato de que o ensino tradicional busca fazer com que a sustentabilidade funcione para o *design*, em vez de fazer o *design* funcionar para a sustentabilidade (Dewberry, 2002).

Vários são os desafios em momentos de mudança como este em que o ensino de *design* de Moda precisa incorporar aspectos tão complexos como os sustentáveis e relativizá-los a um sistema também de alta complexidade como o da indústria da Moda. Assim, identificar dificuldades se torna, neste contexto, um bom ponto de partida para superar os desafios e propor caminhos efetivos.

Neste sentido, pesquisas levantaram algumas dificuldades relativas à: 1. Aplicação prática dos conceitos; 2. Resistência dos alunos em relação a conteúdos aparentemente extras; 3. Inconsistência e variedade dos conceitos relativos à sustentabilidade por parte dos professores; 4. Ensino tradicional voltado para o mercado e 5. Dificuldade por parte dos educadores em adaptar o tema ao conteúdo das disciplinas (ARMSTRONG; LEHEW, 2014; HUR; CASSIDY, 2019; PALOMO-LOVINSKI; HAHN, 2014; LANDGREN; PASRICHA, 2011; FIORENTINO, 2012; FLETCHER K, 2013).

Em relação ao mercado, Hur e Cassidy (2019) enfatizam, ainda, que nas escolas cujos currículos incorporaram a sustentabilidade observou-se uma lacuna entre a realidade da indústria atual e dos alunos recém formados. Essa constatação leva à uma outra questão fundamental para o sucesso das práticas sustentáveis no *design* de Moda: como advertem Palomo-lovinski e Hahn (2014) é necessário considerar também a rentabilidade, a eficiência e a qualidade estética em igual medida. Afinal os negócios originados das abordagens sustentáveis no universo da Moda precisam ser economicamente viáveis e esteticamente apreciáveis para que sejam absorvidos pela sociedade.

Como desdobramento dos estudos realizados, os autores concluíram que: 1. É necessária uma atualização do corpo docente focada em conhecimentos e habilidades próprios da sustentabilidade como também relativos à área do *design* de Moda; 2. No que tange o ensino, destacaram a importância de se considerar a perspectiva dos estudantes, seu repertório, diversidade de origens e experiências anteriores para que eles se sintam envolvidos e o aprendizado seja autêntico e significativo. Assim, as abordagens didáticas *Student Centered Learning* (SCL) e *Education for Sustainable Development* (ESD) foram apontadas como suporte para a educação; 3. Iniciar conversas de maneiras inexploradas e desconhecidas a partir de uma abordagem transdisciplinar dentro da universidade que aproxime a Moda de outros cursos como biologia, sociologia, química, psicologia, etc; 4. Ensino do *design* de Moda para sustentabilidade associado ao empreendedorismo e inovação; 5. Revisão da prática do *design* de Moda em função dos princípios da sustentabilidade; 6. Adoção de uma perspectiva sistêmica; 7. Considerar questões locais; 8. Relacionar a sustentabilidade com cada disciplina.

Do ponto de vista de abordagem pedagógica, Ali Khan (1995) observa que sustentabilidade e *design* compartilham muitas semelhanças. Ambas as áreas necessitam de abordagens holísticas, interdisciplinares e integradoras. A capacidade de definir problemas holisticamente e analisa-los a partir de múltiplas perspectivas, é apontada como uma habilidade da educação voltada para a sustentabilidade pela Association of University Leaders for a Sustainable Future (1990). Da mesma forma o *design*, como analisa Dewberry (2002) trabalha com uma aprendizagem criativa e focada em soluções e habilidade de interpretação com múltiplas fontes. Rissanen, (2018) acrescenta que o *design* tem uma capacidade específica para direcionar ações futuras, característica importante para a construção de um futuro mais sustentável. Para Dewberry (2002) essa similaridade sugere que talvez que não seja necessária uma pedagogia inteiramente nova para integrar a sustentabilidade no ensino de *design*.

4.2. O tema sustentabilidade nos cursos brasileiros

“Remodelar a educação do design de Moda vai demandar uma reconsideração de como entendemos, nos relacionamos e influenciemos a estética, a cultura, o bem-estar e os modos de vida atualmente” (Lima, 2018, p.)

No Brasil estudos dedicados à questão da sustentabilidade no ensino superior de *design* de Moda compartilham conclusões e reflexões encontradas na revisão bibliográfica internacional apresentada anteriormente. Porém, há que se destacar três particularidades relativas ao contexto nacional como proposto por Lima (2018). Primeiramente a autora chama atenção para o próprio cenário do ensino brasileiro que tanto padece em todas as esferas o que, naturalmente, repercute sobre o objeto desta pesquisa. Destaca então a história recente da Moda no âmbito acadêmico, o que evidencia um campo ainda em formação e, por fim, o fato de que, embora tenha sido fomentado pelo próprio setor/mercado o ensino foi pautado em projetos pedagógicos do exterior.

A discussão em torno do tema Moda e sustentabilidade apesar de ainda insipiente tem se firmado cada vez mais na pesquisa e extensão nacional como constatado por Puppim et al., (2018). Porém, a abordagem do tema sob o viés do ensino é ainda recente e, escasso. A revisão bibliográfica desta etapa se apoia, portanto, em poucos, mas valiosos, estudos.

Marques & Jocelise Jacques (2015) analisaram a presença de disciplinas sobre sustentabilidade em 20 cursos de *design* de Moda no Brasil. Os resultados apontaram a existência de iniciativas formais de discussão da sustentabilidade nos cursos de *design* de Moda de nível superior (tecnólogos e bacharelados) em 13 das 20 instituições verificadas. A quantidade, no entanto, ao ser relativizada à carga horária, em segunda etapa da pesquisa, deixou claro que ainda há muito o que ser trabalhado para que um novo paradigma se instale no ensino e a sustentabilidade deixe de ser um anexo e passe a fazer parte do redirecionamento dos cursos como propõe (Lima, 2018).

De modo geral as disciplinas verificadas por Marques & Jocelise Jacques (2015) associavam a temática da sustentabilidade aos seguintes tópicos: ética, projeto, empreendedorismo, meio ambiente, gestão ecologia e eco *design*. Complementando este escopo, Berlim (2012) lista alguns itens que, em sua concepção, devem ser abordados nas disciplinas sobre sustentabilidade considerando as particularidades do cenário brasileiro:

- . Extrativismo; fontes renováveis de energia; fontes tradicionais e potenciais dos seguintes produtos: fibras, madeira, óleos fixos, resinas, gomas, látex, óleos essenciais e princípios ativos tóxicos e medicinais; perspectiva das relações entre humanidade e vegetais;
- . História ambiental: estudo das manifestações de cultura em relação ao ambiente circundante na antiguidade e no processo de modernização;
- . Relações e dicotomias entre a cultura de Moda e a sociedade de consumo; identidade e expressão através do parecer e da necessidade de consumo.
- . Estudo aprofundado da sustentabilidade como macrotendência mundial e sua expressão na Moda contemporânea; o termo desenvolvimento e seus conceitos fundamentais; como avaliar e monitorar e o que esse tipo de desenvolvimento pode significar na indústria têxtil.
- . Introdução à responsabilidade social corporativa; ISO26000 – custo humano da *fast fashion* e como entende-lo e processa-lo segundo novos conceitos e realidades de mercado.
- . Mercado alternativo; comércio justo; proposta ética e seus aspectos sociais.
- . Introdução à ecologia, à biodiversidade nacional e aos recursos vegetais têxteis.
- . Recursos usados na manufatura de fibras têxteis sintéticas e artificiais.
- . Algodão orgânico no mundo e no Brasil, seus aspectos políticos, sociais e ambientais.
- . Estudos dos conceitos de *eco design*, novos materiais; ciclos da cadeia têxtil e ciclo de vida dos produtos da cadeia têxtil.

Perez & Santos (2016) advertem que é necessário que o ensino ultrapasse o âmbito de materiais e produtos (onde, atualmente, se concentram a maior parte das propostas), e forneça diferentes estratégias, métodos e ferramentas que auxiliem a prática de *designers* de Moda a desenvolver sistemas produto + vestuário sustentáveis e, principalmente, propor novos cenários de estilos de vida orientados ao consumo suficiente. É necessário, portanto, que sejam desenvolvidas competências para que estes profissionais possam atuar em um cenário mais complexo.

Em 2018, Lima (2018) ampliou as discussões sobre o tema em sua tese “Ensino superior em *design* de Moda no Brasil: Práxis e (in)sustentabilidade” defendida na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP). Sob o recorte dos cursos de bacharelado, a autora encontrou 34 cursos em atividade na época da pesquisa, dos quais 15

apresentavam em sua matriz curricular disciplinas cujas denominações explicitam o comprometimento com a questão da sustentabilidade.

Quadro 6 - Insituições, cursos e suas respectivas disciplinas relacionadas à sustentabilidade.

Instituição	Curso	Disciplina Relacionada
Universidade Federal do Ceará (UDFC- CE)	<i>Design – Moda</i>	Moda, <i>design</i> e sustentabilidade (optativa) <i>Slow fashion</i> (optativa) Educação ambiental (optativa)
Fundação Mineira de Educação e Cultura (Fumec – MG)	<i>Design de Moda</i>	Moda e Sustentabilidade
Faculdade do desenvolvimento e Integração Regional (Fadire-PE)	<i>Design de Moda</i>	Moda e desenvolvimento sustentável
Universidade Federal do Piauí (UFPI – PI)	Moda, <i>design</i> e estilismo	<i>Ecodesign</i>
Universidade Estadual de Londrina (UEL-PR)	<i>Design de Moda</i>	Sustentabilidade
Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR-PR)	Desenho Industrial- <i>Design</i> de Moda	<i>Design</i> de Moda sustentável Projeto Comunitário
Universidade do Tuiuti do Paraná (UTP -PR)	<i>Design de Moda</i>	Gestão sustentável <i>Design</i> e sustentabilidade
Centro Universitário Ritter dos Reis (UniRitter – RS)	<i>Design de Moda</i>	Ecologia aplicada ao <i>Design</i> Desenvolvimento humano e social Desafios contemporâneos
Centro Universitário Metodista (IPA – RS)	<i>Design de Moda</i>	<i>Design</i> sustentável
Centro Universitário de Brusque (Unifebe - SC)	<i>Design de Moda</i>	Responsabilidade socioambiental
Centro Universitário Belas Artes de São Paulo (Febasp – SP)	<i>Design de Moda</i>	<i>Design</i> e sustentabilidade

Universidade do Vale do Paraíba (Univap – SP)	<i>Design</i> de Moda	Projeto em Moda - <i>Ecodesign</i>
Universidade Anhembi Morumbi (UAM – SP)	<i>Design</i> de Moda	Fundamentos do <i>Design</i> de Moda e sustentabilidade Desenvolvimento Humano Empreendedorismo e sustentabilidade Projeto experimental: inclusão social
Centro Universitário Senac – Santo Amaro (Senac – SP)	<i>Design</i> de Moda – Estilismo	<i>Design</i> e sustentabilidade Ética, cidadania e sustentabilidade
Centro Universitário Senac – Santo Amaro (Senac – SP)	<i>Design</i> de Moda – Modelagem	<i>Design</i> e sustentabilidade Ética, cidadania e sustentabilidade

Fonte - Lima,2018, p.75

Embora a autora considere este um número representativo adverte que apesar das disciplinas encontradas o ensino de *design* de Moda ainda é, via de regra, orientado ao consumismo e se encontra a parte dos reais problemas da sociedade necessitando de posturas críticas e propositivas.

Para Santos & Perez (2017) o sistema de ensino deveria ser pensado sem as tradicionais divisões hierárquicas e burocráticas, resultando em uma abordagem transdisciplinar que subsidie um entendimento mais amplo sobre o papel do *designer* enquanto estudante, professor e profissional atuante no mercado. Neste sentido Lima (2018) acrescenta que o ensino deve promover no aluno a reflexão a respeito de si mesmo, de seu projeto e do contexto no qual se encontra inserido. Para além de transdisciplinar, a autora acredita que a presença da sustentabilidade deve ser de tal forma integrada que reconfigure o próprio curso para que este assuma uma perspectiva mais crítica, holística e ecológica promovendo novas abordagens para os processos criativos e produtivos da Moda.

Lima (2018) destaca ainda a necessidade de que os conteúdos estejam articulados entre si e relacionados à caminhos e desafios do mundo real. Para transpor o desafio de tornar mais

prática a abordagem sobre sustentabilidade a autora propõe que o seu ensino seja sempre contextualizado; relativizado ao local, ao tempo e às circunstâncias.

Neste novo contexto educacional o aluno deve ser o protagonista (Mendes, 2017). Para tanto Lima (2018) considera que é preciso promover a motivação e o comprometimento dos alunos que decorre do reconhecimento sobre o posicionamento singular do *design* enquanto mediador entre produção e consumo. A autora sugere que para engajar os alunos as reflexões a respeito da insustentabilidade do sistema de Moda precisam ser associadas ao universo de cada um.

Desta forma, espera-se que os estudantes possam assumir seu papel ante um contexto de mudança e seu compromisso com a sociedade e seus desafios contemporâneos o que, pode ter um impacto significativo em sua satisfação ante uma profissão que contribui para a melhoria da qualidade de vida das pessoas (Lima, 2018).

4.2.1. Das exigências legais nacionais

De acordo com o Ministro do Meio Ambiente, Edson Eduardo (2019), a Educação Ambiental tornou-se parte essencial e permanente da educação nacional há duas décadas a partir da política instituída pela Lei nº 9.795/99, devendo estar presente em todos níveis e Modalidades do processo educativo.

A definição de Educação Ambiental está expressa no Art. 1º da Lei nº 9.795/99 como:

Os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade

Em 2003 foi lançado pela primeira vez o Programa Nacional de Educação Ambiental (ProNEA) que está na quinta edição (2019) e é reconhecido como um dos marcos referenciais na implementação das políticas públicas de educação ambiental no Brasil. O programa orienta a educação ambiental no Brasil apresentando diretrizes, princípios, visão, missão, objetivos, público e linhas de ação.

A educação ambiental para o ProNEA (2018) não está limitada às questões de meio ambiente, mas compõe um complexo de múltiplas dimensões como definido no documento:

A educação ambiental deve ser capaz de integrar os múltiplos aspectos e dimensões da problemática ambiental contemporânea. Essa abordagem deve reconhecer o conjunto das inter-relações e as múltiplas determinações dinâmicas entre os âmbitos naturais, culturais, espirituais, históricos, sociais, econômicos e políticos. Mais do que uma abordagem sistêmica, a Educação Ambiental exige a perspectiva da complexidade, que implica em que no mundo interagem diferentes níveis da realidade (objetiva, física, abstrata, cultural, afetiva...) e se constroem diferentes olhares decorrentes das diferentes culturas e trajetórias individuais e coletivas (Educação Ambiental. Por um Brasil Sustentável., 2018,p.23-24).

Assim o ProNEA (2018) possui como uma de suas diretrizes os princípios da transversalidade, transdisciplinaridade e complexidade, que promovem ações dentro de uma perspectiva sistêmica como é destacado pelos seguintes princípios.

Concepção de ambiente em sua totalidade, considerando a interdependência sistêmica entre o meio natural e o construído, o socioeconômico, o cultural, a trajetória histórica, o espiritual, sob o enfoque da sustentabilidade e considerando as especificidades territoriais. Vinculação entre as diferentes dimensões de saberes e conhecimentos; entre os valores éticos e estéticos; entre a educação, o trabalho, a cultura, a tecnologia e as práticas sociais (Educação Ambiental. Por um Brasil Sustentável., 2018,p.25).

Dentre os seus objetivos destacam-se para esta pesquisa

. Incentivar iniciativas que valorizem a relação entre cultura, memória e paisagem, assim como a interação entre os saberes de povos e comunidades tradicionais e populares e os conhecimentos técnico-científicos.

. Incentivar a Educação Ambiental integrada a iniciativas e processos de conservação, recuperação e renaturalização do meio ambiente, bem como àqueles voltados à prevenção de desastres, riscos tecnológicos e danos socioambientais.

. Estimular e apoiar processos de educação ambiental voltados para valores humanistas, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências que contribuam para a participação cidadã na construção de sociedades sustentáveis (Educação Ambiental. Por um Brasil Sustentável., 2018,p.26)

O capítulo quatro do documento versa sobre a Educação Ambiental nas Instituições de Ensino Superior apresentando objetivos específicos para incluir a dimensão ambiental nos projetos políticos-pedagógicos das instituições de ensino e incentivar estudos, pesquisas e extensão em educação ambiental. De acordo com o documento, a educação ambiental deve ser inserida nos currículos de ensino superior de forma transversal, inter e transdisciplinar promovendo a integração entre saberes de diferentes áreas.

A necessidade de estabelecer conexões com as diversas áreas do ensino é reconhecida no item 4.2.4 que especifica o apoio a projetos de pesquisa e extensão voltados à construção de

instrumentos, metodologias e processos que vinculem a dimensão socioambiental aos diversos currículos.

Pela Lei nº 9.795/99 a relação entre Educação Ambiental e ensino superior é tratada na Seção II – Da Educação Ambiental no Ensino Formal. Conforme Art.10 e Art.11, respectivamente, a educação ambiental será desenvolvida como uma prática educativa integrada, contínua e permanente devendo estar presente em todos os níveis e Modalidades do ensino formal e, os professores devem ser capacitados através de formação complementar para atender as demandas específicas da Educação Ambiental.

Art. 12 A autorização e supervisão do funcionamento de instituições de ensino e de seus cursos, nas redes pública e privada, observarão o cumprimento do disposto nos arts. 10 e 11 desta Lei (BRASIL., 1999).

A Seção III- Organização Curricular, determina os procedimentos para inserção da Educação Ambiental na estrutura curricular reconhecendo que, conforme descrito no Art.15 § 3º, o tratamento pedagógico deve ser diversificado, permitindo reconhecer e valorizar a pluralidade e as diferenças individuais, sociais, éticas e culturais dos estudantes.

Art. 16 A inserção dos conhecimentos concernentes à Educação Ambiental nos currículos da Educação Básica e da Educação Superior pode ocorrer: I - pela transversalidade, mediante temas relacionados com o meio ambiente e a sustentabilidade socioambiental; II - como conteúdo dos componentes já constantes do currículo; III - pela combinação de transversalidade e de tratamento nos componentes curriculares. Parágrafo único. Outras formas de inserção podem ser admitidas na organização curricular da Educação Superior e na Educação Profissional Técnica de Nível Médio, considerando a natureza dos cursos (BRASIL., 1999).

O Art.17 estabelece que o planejamento curricular deve estimular uma visão integrada capaz de reconhecer as influências das atividades humanas no meio ambiente contribuindo para práticas escolares que considerem “as relações entre as mudanças do clima e o atual modelo de produção, consumo, organização social visando à prevenção de desastres ambientais e à proteção das comunidades” (BRASIL., 1999).

Embora represente uma conquista histórica a menção à Educação Ambiental em diversas legislações, a Coordenação-Geral de Educação Ambiental – CGEA/SECAD/MEC ([s.d.]), Órgão Gestor da Política Nacional de Educação CNE, argumenta que as diretrizes ainda não contemplam a inclusão da Educação Ambiental em todos os níveis de ensino e em todas as suas Modalidades. Para o órgão Gestor a transversalidade e interdisciplinaridade contida na

normatização para o ensino formal é referenciada de forma superficial, desconexa, reducionista, desarticulada e insuficiente. Reconhece também o desafio de adequar o tema na matriz curricular, que exige uma práxi pedagógica desafiadora e uma nova organização dos tempos e espaços da escola.

Em proposta encaminhada ao Conselho Nacional de Educação – CNE, o referido Órgão Gestor elabora diretrizes específicas considerando algumas áreas profissionais. O *design* é contemplado no grupo Informação, Comunicação, Artes, *Design* e Produção Cultural, cujas diretrizes orientam para:

1. Formação para o reconhecimento da diversidade biológica, cultural, geracional, de gênero e orientação sexual nos espaços e projetos de arte e comunicação;
2. Reflexão sobre a dimensão estética do meio ambiente;
3. Estudo sobre o meio ambiente cultural e seus diversos patrimônios (histórico, artístico, turístico, paisagístico, arqueológico, científico e paleontológico), com foco para o patrimônio ecológico e para a proteção da biodiversidade;
4. Inserção de estudos sobre a sustentabilidade ambiental dos produtos, serviços e ambientes, sobre gestão e análise de impactos ambientais, certificações ambientais, economia verde, sistemas de tratamento, controle e disposição final de resíduos, recursos energéticos e outros temas socioambientais relacionados às atividades;
5. Respeito às características dos biomas, paisagens e culturas na elaboração de projetos CGEA/SECAD/MEC ([s.d.]).

Observa-se que o conceito de Educação Ambiental proposto acima extrapola as questões ambientais tipicamente relacionadas aos impactos negativos da ação do homem sobre a natureza. Devido à essa perspectiva abrangente, para este estudo, compreende-se que Educação Ambiental e sustentabilidade no ensino possuem escopos equivalentes.

5. PESQUISA DE CAMPO

Belo Horizonte possui destaque na cena de Moda nacional. A cidade conta com o maior salão de negócios de Moda da América Latina, o Minas Trend. O evento é reconhecido por estimular o crescimento e a organização do setor. Aproxima fabricantes e lojistas, criadores e pesquisadores promovendo a troca de conhecimento e integração entre os profissionais.

A capital mineira abriga o primeiro museu público de Moda do Brasil, o MUMO. Inaugurado em 2016, representa um importante marco para o reconhecimento da Moda como bem cultural.

Tradicionalmente a Moda Mineira é reconhecida por seus bordados, em especial, pelo seguimento Moda festa. Apesar de não ser o único estilo do Estado, percebe-se que o trabalho das superfícies têxteis constitui uma característica singular da região, traduzido por Amorin (2016) como “gosto pela ornamentação”. Os processos artesanais relacionados à tradição geracional foram identificados pelo autor como um dos principais recursos de ornamentação utilizados. Para Amorin (2016) a Moda Mineira é genuinamente *Slow*⁷; possui enraizado o processo manual da ornamentação que enriquece a superfície têxtil e mantém viva sua história e cultura.

Nos primeiros anos da capital mineira o cenário da Moda é composto pelo comércio de tecidos através dos armarinhos e pela produção do vestuário que nasce com o trabalho de alfaiates, costureiras e modistas (Liz, 2015). Na década de 1930 a modista mineira Carmem de Andrade de Melo Silva cria, juntamente com seu marido o engenheiro calculista Antônio Mello Silva, um método sistematizado de modelagem do vestuário, o Método do Corte Centesimal. Para Liz (2015) a criação deste método de modelagem relaciona-se ao desenvolvimento da indústria do vestuário mineiro por constituir uma atividade de formação de profissionais.

De acordo com Liz (2015) a indústria do vestuário se consolida em Belo Horizonte na década de 1970 em consequência da formalização da região metropolitana e decorrente introdução

⁷ O termo *slow fashion*, foi criado pela professora inglesa Kate Fletcher inspirado no movimento *slow food*. Traduzido como “moda lenta”, se apresenta contrário à produção massificada de roupas e ao consumo exagerado e irresponsável.

de estilos de vida e hábitos de consumo essencialmente urbanos. A autora aponta ainda a crescente participação feminina no mercado de trabalho que tanto constitui mão de obra para indústrias e confecções quanto compõe um público consumidor com exigências no vestir e aumento real do poder de compra.

Liz (2015) destaca algumas características encontradas em Minas Gerais que teriam sido favoráveis a instalação e desenvolvimento da indústria do vestuário:

- Posição estratégica, próximo dos principais mercados consumidores;
- Fácil condição de acesso à matéria prima, sendo o estado um tradicional produtor de tecidos;
- Tecnologia de produção socialmente difundida, como os conhecimentos em costura e bordado tradicionalmente presentes nas famílias.

Como visto anteriormente, Belo Horizonte, se tornou vanguarda na formação de profissionais de Moda no âmbito acadêmico com a criação do curso de extensão em Estilismo e Modelagem do Vestuário (1984). Atualmente o ensino de Moda encontra-se difundido em diversos cursos que oferecem formação livre, técnica e superior. Observa-se, na formação livre, uma nova geração de modelistas e bordadeiras que empreendem o ensino em seus ateliês/escola, mantendo vivos saberes tradicionais da história mineira - Ateliê Algodão Cru, Sayuri.Criativo, Ateliê Sagarana, para citar alguns. Cursos de aprendizagem, técnicos e de qualificação são encontrados em entidades do 'Sistema S'⁸ como o Serviço Nacional de Aprendizagem na Indústria (Senai-MG) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac-MG).

Somente após os anos 2000 o ensino superior em Belo Horizonte passa a contar com cursos de *design* de Moda. A partir da revisão bibliográfica e, observando as datas em que os cursos se estruturaram nota-se a relação entre ensino e amadurecimento do mercado que, no caso de Belo Horizonte, teve como força motriz as iniciativas do Grupo Mineiro de Moda.

Na primeira fase que compreende a década de 1980 quando o GMM foi criado (1982), inicia-se o curso de extensão em Estilismo da UFMG (1986) como resultado direto das

⁸ O Sistema S é formado por organizações e instituições todas referentes ao setor produtivo, tais como indústrias, comércio, agricultura, transporte e cooperativas que tem como objetivo, melhorar e promover o bem-estar de seus funcionários, na saúde e no lazer, por exemplo, como também a disponibilizar uma boa educação profissional. As instituições do Sistema S não são públicas, mas recebem subsídios do governo.

transformações no mercado local efetivadas pelo Grupo. O curso atua na qualificação profissional durante toda a década de 1990 contribuindo para a consolidação da Moda mineira no cenário nacional.

O terceiro momento provém da organização do sistema de Moda introduzido pelo GMM e que culminou nos grandes eventos sazonais de lançamento de coleções como o Minas Trend (2007). Foi neste período, a partir dos anos 2000, que os cursos superiores de *design* de Moda surgiram na cidade; FUMEC (2001), Una (2003), Estácio (2007) e UFMG (2009).

Atualmente a oferta de cursos de *design* de Moda pelas instituições pesquisadas se organiza conforme o quadro abaixo:

Tabela 2: Relação dos cursos superiores em *Design* de Moda em Belo Horizonte.

	FUMEC	UNA	ESTÁCIO	UFMG
INÍCIO	2001	2003	2007	2009
CURSO	<i>Design</i> de Moda	Moda	<i>Design</i> de Moda	<i>Design</i> de Moda
TURNO	Tarde	Manhã ou noite	Manhã	Noturno
MODALIDADE	Bacharelado	Bacharelado	Tecnólogo	Bacharelado
CARGA HORÁRIA	2.844 horas	2.120 horas	1.120 horas	2.400 horas
	Particular	Particular	Particular	Pública
ÁREA	Arquitetura e Urbanismo		Humanidades e Artes	Escola de Belas Artes

Fonte: Desenvolvido pela autora

5.1. Análise documental

No percurso metodológico proposto a pesquisa documental teve como objetivo principal verificar se a abordagem sobre o tema sustentabilidade está explicitada no curso de *design* Moda. Para tanto foram analisados os objetivos do curso, o perfil do egresso, grades curriculares e ementas disciplinares presentes no Projeto Político Pedagógico (PPP) disponibilizados por três das quatro IES pesquisadas.

5.1.1. Objetivos do curso e o Perfil do Egresso

Os objetivos dos cursos apontam para uma formação crítica e reflexiva quanto a profissão e sua função social. O desenvolvimento de uma visão sistêmica de projeto e capacidade de trabalhar em equipes interdisciplinares são habilidades que ganham ênfase no contexto total.

Quadro 7: Síntese dos objetivos dos cursos das IES B, C e D.

IES- B

caráter reflexivo, crítico e analítico sobre o próprio processo criativo;

foco interdisciplinar;

IES- C

integração do saber pedagógico ao meio social;

desenvolvimento do espírito crítico e da ética profissional;

incentivo à consciência e autonomia sobre a profissão;

atender as necessidades locais, regionais e nacionais;

estimular no aluno a capacidade de análise e interpretação para um conhecimento mais abrangente e contextualizado;

integração das disciplinas;

flexibilização curricular;

IES- D

contribuir para a criação de um diferencial competitivo no setor da moda regional, incentivando sua melhoria e

contribuindo para o desenvolvimento integrado, geração de riqueza, melhoria de qualidade de vida, considerando novas tecnologias e respeitando o meio ambiente;

instrumentalizar o educando para que possa ser produtor de qualidade de vida, estimulador de novos comportamentos e aglutinador social;

conscientizar quanto ao seu papel social;

estimular e desenvolver o potencial profissional através da compreensão e valorização do canal transformador que é o Design

Fonte: Produzido pela autora baseado nos PPP's das IES.

O Perfil do Egresso aponta habilidades e competências que se deseja desenvolver no futuro profissional. A síntese apresentada pelo quadro 6 sugere a formação de profissional crítico em

relação ao seu papel social e capaz de analisar suas escolhas projetuais sob uma perspectiva sistêmica. Características com certeza de grande valia para uma atuação consciente e inovadora no que se refere a sustentabilidade.

Quadro 8: Síntese do Perfil do Egresso das IES A, B e C.

IES- B

compreensão crítica quanto ao seu papel de agente transformador da realidade e como criativo solucionador de seus problemas;

pensamento crítico ante o contexto atual das transformações sociais e culturais da sociedade;

IES- C

possuir uma visão sistêmica de projeto;

desenvolver visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos socioeconômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade;

atuar em equipes interdisciplinares;

apresentar soluções inovadoras e criativas;

IES- D

desenvolver visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos socioeconômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade;

visão aberta e crítica do mercado consumidor;

visão sistêmica de projeto;

gerar ideias e soluções inovadoras e sustentáveis de negócios;

Fonte: Produzido pela autora baseado nos PPP's das IES

O PPP (Projeto Político Pedagógico) reflete a proposta educacional do curso e embora o mercado seja o foco de todos os cursos de *design* de Moda pesquisados, verificou-se que cada IES dispõe de uma ótica particular que tangencia princípios da sustentabilidade considerando o contexto brasileiro de Moda como autonomia cultural, empreendedorismo, interdisciplinaridade, autonomia criativa, pesquisa e desenvolvimento têxtil.

A aproximação entre os períodos de cada IES permite uma visão sintética dos conteúdos como organizado no quadro 9.

Quadro 9: Aproximação das Matrizes Curriculares das IES A, B, C e D.

	IES-A	IES-B	IES-C	IES-D
1º	<p>História da arte Cultura, consumo e sociedade Pensamento lógico Tecnologia têxtil Desenho Identidade, criatividade e resolução de problemas</p>	<p>Estudo da forma Tópicos em sociedade e cultura contemporânea Teoria da cor Desenho Livre Estética História da arte e da indumentária I</p>	<p>Forma, cor e composição Desenho técnico Conceitos materiais e processos Panorama do vestuário Ergonomia</p>	<p>Desenho de observação Fundamentos do design Língua portuguesa Linguagem visual e percepção Teoria e prática da cor</p>
2º	<p>Estudos da imagem Sintaxe visual Métodos de análise, investigação e síntese Fotografia Comunicação, diversidade e pensamento crítico</p>	<p>Moda, semiótica e comunicação Desenho livre II Desenho e projeto - acessórios de moda História da arte e da indumentária moderna Modelagem I Fibras, fios e têxteis Costura industrial básica</p>	<p>Pesquisa de moda I Desenho técnico II Desenho de figura humana Atividades prática integradora Metodologia do design I Optativa Eletiva</p>	<p>Design, sociedade e cultura Metodologia de projeto de design Representação gráfica digital em moda semiótica aplicada ao design técnicas de costura</p>
3º	<p>História da moda Desenho técnico analógico e digital Modelagem Ilustração de moda Projeto interdisciplinar</p>	<p>Representação gráfica para croqui de moda Modelo vivo Núcleo de projeto e pesquisa Modelagem II Materiais têxteis, experimentação e aplicação Prática projetual / Acessórios de moda Costura industrial aplicada</p>	<p>Modelagem Básica Desenho básico do vestuário Estamparia Eletiva Optativa</p>	<p>Cultura brasileira Design de padronagens e superfícies Ecodesign, sustentabilidade e inovação Ergonomia e modelagem do vestuário Estética e história da arte contemporânea História da cultura e da sociedade no mundo contemporâneo</p>

Quadro 10: Aproximação das Matrizes Curriculares das IES A, B, C e D

	IES-A	IES-B	IES-C	IES-D
4º	<p>Marketing de moda Laboratório de criação e desenvolvimento de acessórios Computação gráfica aplicada à moda Design têxtil Projeto interdisciplinar</p>	<p>Metodologia de pesquisa/ projeto em design Desenho técnico do vestuário feminino História da moda - séc XIX à contemporaneidade Computação gráfica aplicada à moda Moulage Fundamentos da estamparia</p>	<p>Modelagem feminina Ilustração de moda Pesquisa de moda II Atividade prática integradora Eletiva Optativa</p>	<p>Comportamento do consumidor Ética e legislação em design História da moda II Inovação tecnológica Modelagem avançada Pesquisa e planejamento de coleção Processos produtivos e mercado de moda Propriedade intelectual, direito e ética Técnicas de representação do vestuário</p>
5º	<p>Produção de moda Consultoria de estilo Pesquisa de tendências Desenvolvimento de coleção Moulage Projeto interdisciplinar</p>	<p>Técnicas de expressão Desenho técnico do vestuário masculino Núcleo de projeto II Sustentabilidade e moda Atelier e estamparia - serigrafia Planejamento e desenvolvimento de coleção</p>	<p>Modelagem masculina técnicas de industrialização Eletiva Optativa</p>	<p>Criação e produção de moda Marketing e gestão de negócios em moda Modelagem digital Projeto de coleção em design de moda Tópicos em libras: surdez e inclusão</p>
6º	<p>Gestão de produtos e marcas de moda Moda contemporânea Empreendedorismo TCC projeto</p>		<p>Moulage Atelier de criação e projeto Atividade prática integradora Eletiva Optativa</p>	

Quadro 11: Aproximação das Matrizes Curriculares das IES A, B, C e D

	IES-A	IES-B	IES-C	IES-D
7 ^o	<p>Técnicas de apresentação</p> <p>Produção de conteúdo para mídias digitais</p> <p>Modelagem avançada</p> <p>TCC orientação</p>	<p>Supervisão de estágio</p> <p>Comportamento do consumidor</p> <p>Marketing digital, e-commerce e redes sociais</p> <p>Núcleo de projeto VI</p> <p>Produção de moda</p> <p>Prática da cor</p>	<p>Acabamento de confecção</p> <p>Atelier de criação: desenvolvimento</p> <p>Eletiva</p> <p>Optativa</p>	
8 ^o		<p>Moda e varejo</p> <p>TCC</p> <p>Gerenciamento de produção</p>	<p>TCC em design de moda</p> <p>Atividade prática integradora</p> <p>Eletiva</p> <p>Optativa</p>	

INSTITUIÇÃO A - Não foi possível acessar o PPP do curso de *design* de Moda da Instituição

A. Assim o único documento analisado foi a Matriz Curricular disponível no site da IES. Não foram encontradas disciplinas cujo nome tangencie diretamente o tema sustentabilidade, no entanto observa-se em algumas o potencial de trazer reflexões relativas ao tema como:

No primeiro período a disciplina '**Cultura, consumo e sociedade**' sugere o debate em torno de questões centrais no que tange a Moda e a sustentabilidade. Compreender as relações de consumo que se estruturam pelo sistema da Moda e situá-las no tempo e espaço contemporâneo é fundamental para uma percepção crítica sobre a condição insustentável do cenário atual. Ofertar essa disciplina logo no início do curso proporciona ao estudante uma percepção da realidade com a qual irá lhe dar daí para frente.

Também no primeiro período o aluno passa pela disciplina '**Identidade criativa e resolução de problemas**'. Entende-se que construir no estudante de Moda a perspectiva de solucionador de problemas é fundamental para que amplie sua criação para além do produto físico e passe a considerar outras demandas mais alinhadas às necessidades de seu tempo e sociedade.

INSTITUIÇÃO B – PPP de 2020 _ Três pontos se apresentam com maior destaque no

Projeto Político Pedagógico do curso de *design* de Moda da Instituição B: o desenvolvimento do empreendedorismo, a interdisciplinaridade (principalmente entre as especialidades do *design*) e o foco na área têxtil.

Possui uma disciplina específica obrigatória intitulada '**Sustentabilidade e Moda**' ministrada no 5º período com 60 horas distribuídas em 3 aulas semanais. A disciplina tem como objetivo introduzir ao aluno noções de sustentabilidade localizando a Moda neste contexto; reconhecendo a contribuição da área para a atual situação de insustentabilidade e refletindo sobre como um projeto de *design* de Moda pode atender a demanda do que é ser sustentável considerando os pilares político, econômico e ambiental. A autonomia do *designer* em relação às tendências e influências pré-determinadas é trabalhada a partir de técnicas que possibilitem sua criação autoral a partir do reaproveitamento de materiais, reuso de peças e customização. Segundo o PPP da instituição a disciplina permite ao *designer* "convergir

conhecimentos técnicos, teóricos e criativos aguçando a percepção e o fortalecimento do próprio processo criativo como fundamento para alcançar o domínio destas novas linguagens baseadas nos conceitos da sustentabilidade” (Retirado do PPP da Instituição).

Uma análise das ementas disciplinares revelou que embora não esteja explícito pelo nome da disciplina, a sustentabilidade é trabalhada em diversos âmbitos do setor: a disciplina **‘Tópicos em sociedade e cultura contemporânea’** traz a reflexão sobre o lugar do *designer* na contemporaneidade. A partir de conceitos básicos em sociologia e antropologia aborda temas como: cultura, identidade, racismo e antirracismo, sociedade em rede e consequências humanas da globalização. A disciplina **‘Empreendedorismo e inovação em Moda’** está voltada para formação do *designer* empreendedor superando a máxima da formação voltada unicamente para atender a demanda de mercado. Amplia, desta forma, a visão sobre as oportunidades de mercado, local e global, contribuindo para que o estudante reflita sobre novas formas de inserção de seus produtos e de si mesmo em sua carreira. Na disciplina **‘História da arte e da indumentária moderna’** são dedicados tópicos à história nacional: Arte e a indumentária brasileira 5.1. Viver no Brasil colonial 5.2. A arte brasileira do período rococó 5.3. A indumentária do homem colonial brasileiro. Na disciplina **‘Fibras, fios e têxteis’** são analisados os impactos ambientais relativos aos têxteis e seu processo produtivo e, por fim, na disciplina **‘Materiais têxteis, experimentação e aplicação’** aproxima-se o aluno do ambiente de laboratório onde pode experimentar corantes naturais e tecnologias de beneficiamento têxtil.

INSTITUIÇÃO C – PPP de 2019 _ Possui estreito diálogo com as Artes Visuais no que concerne à abordagem criativa, estando intimamente relacionada ao reconhecimento e desenvolvimento de uma linguagem autoral e crítica para formulação da identidade do *designer* e, em perspectiva mais ampla, para sua relação com a identidade brasileira. “Para atuar na área de *Design* de Moda, pressupõe-se uma formação que permita ao profissional se posicionar e se conhecer como elemento de vital importância para a construção da identidade brasileira e para o eficaz atendimento à sua comunidade” (trecho retirado do PPP).

Voltar o olhar para o Brasil no sentido de se construir enquanto profissional autêntico e que se referencia de sua própria história constitui um exercício de grande relevância para que a Moda nacional possa se libertar de tendências externas e se reconhecer culturalmente. Neste

sentido percebe-se algumas disciplinas que, apesar de ofertadas como optativas, contribuem substancialmente para a formação deste profissional. As concepções e manifestações artísticas na pré-história brasileira, na colonização portuguesa e no Brasil oitocentista são conteúdos trabalhados nas disciplinas **‘Artes visuais no Brasil I e II’**. Saberes tradicionais ligados à cultura nacional – tapeçaria, cestaria e papel artesanal - são abordados nas disciplinas **‘Artes da fibra I e II’**.

Oferecendo suporte à reflexão e percepção da Moda enquanto fenômeno cultural as disciplinas **‘Comunicação e cultura’** e **‘Cultura e Moda’**, também optativas, trabalham a experiência cultural na era da informação e da imagem e a antropologia como instrumento de estudo de Moda. Percebe-se em ambas a proposta de suscitar importantes reflexões sobre as transformações da Moda em função das mídias digitais. Por fim a optativa **‘Introdução à filosofia’** intercambia conceitos de ética e estética tão caros a realidade atual da Moda.

De acordo com a coordenadora do curso de *design* de Moda o PPP está sendo reformulado após 10 anos de prevalência. Quando as exigências do MEC passaram a valer o tema da sustentabilidade foi incluído no currículo através da disciplina **‘Atividades Práticas Integradoras’ (API)** – quatro disciplinas de 15 horas. A proposta era integrar conteúdos relativos as disciplinas daquele semestre e relacionar com temas da sustentabilidade, dos direitos humanos e das relações étnicos raciais.

A interdisciplinaridade é vivenciada através da possibilidade de aproximação entre a Moda e os diversos cursos oferecidos no campus através da **‘formação complementar aberta’**. Apesar de ser uma grande oportunidade de acordo com a coordenadora do curso, poucos alunos se aventuram em áreas muito diferentes como biologia, química, economia etc. “Existe um ‘preconceito’ internalizado de que a Moda é inferior as outras áreas, o que deixa os alunos tímidos e desestimulados a fazerem essa troca.” (fala de uma professora da instituição)

INSTITUIÇÃO D – PPP de 2016 _ A proposta do curso de *design* de Moda da Instituição

D se apresenta diretamente relacionada a sustentabilidade de forma que a Moda é contemplada na matriz curricular especificamente em relação ao tema como também em seu diálogo com outros sistemas semióticos. Objetiva-se formar profissionais que exerçam sua atividade - criação, produção, gestão e pesquisa na área do *design* de Moda - sem perder de vista questões voltadas para a arte, cultura e especificidade do *Eco Design* e *Eco Moda*.

“A organização do currículo obedece aos princípios de flexibilização, interdisciplinaridade, ação-reflexão-ação e contextualização” (Retirado do PPP). Por ação-reflexão-ação entende-se atividades que buscam estimular os alunos a refletirem, seja na ação, sobre a ação ou na reflexão sobre a ação. Neste sentido a reflexão sobre a prática ganha espaço o que é fundamental para o desenvolvimento crítica da própria profissão.

A contextualização refere-se “à busca de adequação do currículo às características dos alunos e do ambiente socioeconômico e cultural, permitindo relacionar atividades curriculares com o cotidiano dos alunos e com o contexto social” (Retirado do PPP). Este princípio faz todo sentido dentro da perspectiva sistêmica e tem o potencial de gerar um aprendizado mais efetivo por considerar e vincular a realidade do aluno ao seu estudo.

Além do substancial presença do tema sustentabilidade no PPP da IES D diversas disciplinas contemplam o assunto integrando-o ao seu conteúdo. No segundo período a aproximação entre o *design* de Moda e sustentabilidade é ministrada como conteúdo da disciplina **‘Fundamentos em *design* de Moda’** que, além deste conteúdo específico, propõe pensar os universos do *design* e da Moda, suas diferenças e intersecções e ainda o futuro da profissão e suas responsabilidades. Em **‘Materiais Têxteis’** também ofertada no segundo período a sustentabilidade é contemplada em relação à produção têxtil e tem como objetivo “estabelecer uma relação entre a produção de fibras naturais e químicas e suas consequências para o meio ambiente e estudar a nova corrente de Moda ecologicamente correta” (Retirado do PPP).

A disciplina **“Oficina de Criatividade e Moda”** ofertada no terceiro período abrange as questões de identidade e Moda autoral com o objetivo de desenvolver soluções inovadoras para uma Moda refletiva, sustentável e criativa. Ainda no terceiro período, observa-se as disciplinas **“Pesquisa de Moda”** como um subitem da Unidade III – Pesquisa de Materiais e **“Identidade Visual”** onde a Moda é abordada “como instância que, participando da criação do eu subjetivo, subvertem e/ou influenciam as ordens hegemônicas” (Retirado do PPP). Particularmente no que tange a relação entre Moda e sustentabilidade a perspectiva de subversão de uma ordem dominante é historicamente observada como por exemplo no movimento Hippie da década de 1960-70. Atualmente pensar a sustentabilidade na Moda requer inevitavelmente superar o *status quo* de seu sistema, ou seja, subverter a sua ordem.

No quarto período o contexto nacional de Moda é foco da disciplina **“Moda e Identidade Brasileira”**. Através da ementa observa-se extenso e interessante planejamento que contempla desde as influências étnicas na formação da Moda brasileira até a sua internacionalização. Neste caminho são referenciados artistas, estilistas, movimentos da música, brasileira e aspectos industriais e de mercado que influenciaram a história da Moda nacional.

O tema ainda aparece na disciplina do quinto período **“Tópicos Especiais em Design de Moda”** sob o enfoque de seus aspectos Sociais e Culturais. De acordo com a ementa são discutidas questões relativas à novos materiais com destaque para a região da Amazônia e estilistas que trabalham de forma sustentável sua riqueza natural. Por fim, também no quinto período, a **“sustentabilidade”** aparece como a disciplina específica onde são apresentados conceitos de desenvolvimento sustentável, educação ambiental e consumo consciente.

Além das disciplinas obrigatórias destaca-se a eletiva **“Cultura empreendedora”** que objetiva desenvolver no aluno a capacidade de entender a realidade e de nela intervir a partir da compreensão das novas relações que se estabelecem na sociedade atual no que tange a economia e o trabalho. A ementa refere-se aos vínculos existentes entre o empreendedorismo, sustentabilidade e inclusão social, como meio de propiciar uma formação que privilegie o protagonismo nas áreas individual, institucional e social.

Infelizmente a atual Matriz Curricular vinculada pelo website da IES diverge da Matriz presente no PPP disponibilizado à pesquisa. Neste sentido apenas a disciplina **“Ecodesign, sustentabilidade e inovação”**, ofertada no terceiro período, pôde ser identificada como específica do tema. Sua ementa, no entanto, não pôde ser verificada o que impossibilita tecer maiores apontamentos.

5.2. Das entrevistas

As entrevistas foram realizadas com dez professores, sendo que destes, um é também coordenador. Inicialmente as conversas foram presenciais e registradas em gravador. Porém, com a necessidade do isolamento social, se utilizou a plataforma Zoom para encontro virtual. As gravações totalizaram 9 horas e 40 minutos; cinco ocorreram em encontros presenciais e cinco em encontros virtuais.

As entrevistas com professores e coordenadores demonstram comprometimento, tanto na esfera acadêmica quanto no mercado, e se preocupam em instigar a reflexão em torno da profissão no contexto atual da Moda. Cada um, dentro de sua perspectiva particular contribui para a uma visão ampliada e mais clara sobre sustentabilidade e Moda, como peças de um quebra cabeça que aos poucos vão se encaixando e revelando uma imagem completa. Conhecer o conceito de sustentabilidade de cada um, bem como sua perspectiva em relação a Moda, é uma forma de identificar quais peças oferecem ao nosso quebra cabeça.

De maneira geral observou-se que o entendimento sobre o que seja a sustentabilidade está embasado na ideia de garantia de futuro para as próximas gerações - Tratado de Brundtland (1987) e no tripé social, ambiental e econômico proposto por Elkington (2013).

“sustentabilidade eu acho que é qualquer atitude que a gente tem que ter nesse momento em função de um futuro né?” Então eu penso que é uma atitude hoje em função de um amanhã” (Professora A)

“A questão da sustentabilidade.... eu parto daquele conceito básico mesmo né? Que fala da questão da gente desenvolver pensando nas gerações futuras terem os mesmos direitos... e sempre pensando nas questões ambientais, sociais, econômicas e culturais” (Professora B)

As questões relacionadas aos materiais como processo produtivo, reciclagem, otimização de recursos foram, também, muito recorrentes, principalmente quando relacionadas à Moda;

“O que eu entendo de sustentabilidade é assim, otimizar recurso. Tanto de tempo, quanto de energia, quanto de material” (Professora D).

Alguns demonstram certo desconforto em falar do tema por não fazer parte do seu repertório de pesquisa, o que, no entanto, não impediu que se expressassem. A definição de sustentabilidade baseada no tripé econômico, social, ambiental e cultural mesmo por aqueles que não se debruçam na literatura sobre o tema, demonstra o quanto este parâmetro faz parte de um senso comum;

“Eu nunca estudei sustentabilidade...eu nunca busquei livros ou estudos acadêmicos...a gente tem que fazer escolhas na vida e eu fiz a minha escolha e só estou conseguindo estudar dentro da minha escolha. Eu entendo no termo leigo... a sustentabilidade em termos sociais, econômicos e ecológicos. Mas me parece também que eles estão implicados obviamente , principalmente a sustentabilidade econômica voltada pro social. Então eu entendo a sustentabilidade como meios de produzir, criar, e sustentar algum tipo de ação ou talvez produto a um longo prazo com o mínimo de impacto sobre o meio ambiente de maneiras que a gente não esgote as nossas fontes e em termos sociais a gente fornecer meios de uma comunidade permanecer com a sua cultura local produzindo itens que fazem parte do cotidiano delas e não dependerem de grandes estruturas econômicas que sejam externas e que vão interferir na cultura local na economia local de maneira predatória às vezes.” (Professora C)

Moda e sustentabilidade são dois conceitos muitas vezes percebidos como opostos o que é razoável uma vez que os valores atuais da Moda se apresentam arbitrários frente às ideias de sustentabilidade: crescimento ilimitado, lucro e escala perpetuados pelo consumismo desenfreado. No entanto é pertinente ressaltar que esses atributos mais tem a ver com o sistema econômico vigente ao qual a Moda e demais setores estão subjugados. Neste sentido pensar a Moda para Sustentabilidade requer superar o *status quo* para então vislumbrar caminhos possíveis entre os dois universos. Essa percepção é compartilhada na fala da Professora D;

“É uma contradição a gente falar de Moda e sustentabilidade... porque o cerne da Moda é trabalhar com o efêmero né? Então é trabalhar com o descarte... os produtos perdem aí o seu valor, né? A partir do momento em que um novo surge né? então isso é super complicado e super desafiador para o campo.” “A Moda tem muito isso, a glamourização do designer, a glamourização das marcas, a efemeridade das coleções ...então quando eu penso numa Moda sustentável eu penso que é tudo o contrário disso...que não é o designer mais que vai fazer parte da história, é uma equipe que vai desenvolver um produto. E esse produto, não vai ser um produto que é usado por uma temporada porque tem a ver com tendências de consumo e de comportamento né? É um produto que de fato vai causar uma transformação ou vai beneficiar aquele que tá usufruindo daquele produto” “E aí tem que quebrar várias coisas por aí né? A própria noção de lucro, de sucesso de uma marca...” (Professora G).

O potencial desta relação deriva da compreensão da Moda enquanto propositora de valores e estilos de vida, e do reconhecimento de que, conforme Fletcher e Grose (2013), o que quer que seja alcançado na Moda será inevitavelmente disseminado e compartilhado. Neste sentido como apontado por Lima (2018) há que se aproveitar a relevância material e imaterial da Moda em relação aos indivíduos, suas possibilidades enquanto veículo de expressão e sua capacidade comunicativa. Esta compreensão se fez presente na fala da Professora C que referenciou os criadores no centro da reflexão;

“Como um grande potencial, inclusive nesses dois aspectos, porque a Moda ela como produtora, como desenvolvidora de produtos e que lança muitos produtos materiais no mercado para que eles sejam consumidos ...é... eu acho que ela deve ser uma propositora. A Moda enquanto os criadores né? Tem que ser propositores de formas mais acessíveis de bons produtos para a população porque a gente tem que tornar viável o consumo equilibrado.” (Professora C).

Transpor o âmbito do discurso principalmente aquele que reduz o entendimento a uma questão puramente ética é outro desafio verificado nas palavras de alguns professores. Sabe-se cada vez mais sobre os impactos ambientais, sociais e econômicos da Moda atualmente, porém a prática – ‘o que’ e ‘como fazer’ – é, na maior parte das vezes, um obstáculo pois o

modelo convencional de criação e atuação na área não abarca os conceitos sustentáveis. Este desafio é identificado pelos professores como demonstrado pela fala do Professor J;

“Eu vejo que a sustentabilidade e a Moda, elas funcionam muito discurso, mas que na prática elas ainda estão um pouco distantes” (Professor J).

“acho que eles esbarram em questões práticas que dificultam o processo... de conseguir material, ou de conseguir pensar um processo produtivo diferente” (Professor J).

A percepção das dificuldades dos alunos em propor novas abordagens na Moda que incluíssem uma perspectiva sustentável levou a Professora E a idealizar e concretizar um projeto de catalogação de “tecidos sustentáveis”. Percebe-se que esta iniciativa foi muito além da questão de acessibilidade material ao proporcionar a experiência da criação compartilhada como relatou a professora E;

“Eu acho que o que tem que ser feito, é mostrar possibilidades. Então eu trago essas possibilidades para os alunos.” “Eu sentia a angústia dos alunos em não saber quais materiais utilizar (...) Convidei alunos, a gente teve um grupo de 8 pessoas que participaram junto com a gente. Eles participaram na parte de catalogação de materiais...aí nós fizemos um micro coleção também... coletiva. Todo mundo desenhava, todo mundo criava, todo mundo costurava. E aí a gente fez uma exposição no Mumo” (Professora E).

Em sala de aula a abordagem e integração do tema varia conforme a disciplina que lecionam; professores da área têxtil – tecnologia têxtil, modelagem e estamparia - tendem a enfatizar questões ambientais relacionadas às sobras de tecido da modelagem, a reciclagem destes tecidos e ao impacto do tingimento. Neste contexto a perspectiva do ciclo de vida surge como uma abordagem inovadora como percebido pela professora D;

“quando eles percebem essa discussão do ciclo de vida parece que o mundo deles abre” (Professora D).

Professores de marketing e gestão focam nas relações de produção, distribuição e consumo. Enfatizam as realidades contrastantes; do marketing, que tem como objetivo a maximização da venda, e da realidade do consumismo, exacerbado e insustentável da nossa sociedade atual. A professora F problematiza o marketing de Moda ante um contexto saturado de marcas e produtos desconexos da realidade sustentável almejada;

“Como vou falar de marketing pros alunos, de consumo, comportamento do consumidor também é um assuntonum mundo caótico que não precisa de mais roupa e que tá numa lógica completamente a avessa do que o mundo precisa no futuro?” (Professora F)

O conhecimento de práticas de gestão e marketing voltados para a sustentabilidade é estimulado pela Professora F através de exemplos de marcas reais sobre as quais os alunos são convidados a se debruçar e identificar novos modelos de negócio.

“ eu uso n exemplos de várias outras marcas...aí eu uso lá o exemplo da Patagônia que fez uma campanha super famosa...’não compre essa jaqueta’... aí vou dar, sei lá os quatro p’s do marketing aí eu pego como estudo de caso a Flávia Aranha. ...E aí eles vão entrando no universo da marca, então é uma outra forma de você trabalhar também outros propósitos, outras formas de pensar” (Professora F).

Na área da linguagem visual a Professora C aborda a relação Moda e sustentabilidade em função da perspectiva de identidade e afirmação cultural ante um contexto político de reconhecimento dos valores e tradições periféricos;

“o tema da sustentabilidade e eu diria uma questão de identidade também.... mais que brasileira, uma identidade latina. Por uma questão política, por uma questão de resistência do periférico...do fortalecimento cultural a partir da Moda também” (Professora C).

Percebeu-se que a abordagem do tema não está necessariamente restrita a determinadas disciplinas aparentemente mais óbvias como as que trabalham diretamente o material têxtil. Uma vez engajado, o professor busca relacionar a sustentabilidade com todos os assuntos que ministra e esta atitude contribui para que os debates e possibilidades em torno do tema se ampliem, conforme demonstra a fala da Professora D;

“Eu sempre trago em todas...na moulage eu trouxe a questão do zero waste, blocos modulares... No visagismo por exemplo...trago as questões de conceitos de beleza, de padrões que tem que quebrar. Na linguagem e percepção visual da mesma forma, como a gente articula os elementos para criar projetos interessantes, mas que tenham um apelo sustentável. Criação e produção de Moda.... dessa criação de uma imagem que seja inclusiva, diversa, preocupada com as questões ambientais” (Professora D).

Apesar do empenho dos professores em trazer o tema para dentro da sala de aula, a integração da sustentabilidade nos cursos de Moda se faz de forma anexa, como um conteúdo extra. Este fato foi apontado na revisão de literatura internacional como um problema não só por se tratar de uma integração fragmentada, mas também por reduzir a motivação dos alunos em relação ao conteúdo que se apresenta como excedente a carga horária obrigatória.

“quando as determinações do MEC passaram a valer o que a gente pode fazer no momento foi acrescentar esses conteúdos à nossa carga horária” (professora/coordenadora C).

A estratégia utilizada para incorporar o tema no curso, apesar de na prática não ter funcionado tão bem como explica a Professora/coordenadora C, constitui uma proposta interessante pois tem o potencial de integrar a sustentabilidade à todas as disciplinas.

O que acontece hoje é que a professora das API (atividades práticas integradoras- 4 disciplinas de 15 horas) ela busca integrar temas relativos as disciplinas daquele semestre e relacionar com temas da sustentabilidade, dos direitos humanos e das relações étnicos raciais” (professora/coordenadora C).

Os desafios encontrados e percebidos pelos professores neste contexto são muitos e, de modo geral, percebe-se que se dividem em dois pontos: a dificuldade em incorporar um conteúdo ‘extra’ às suas disciplinas seja pela reduzida carga horária de que já dispõe ou pela falta de conhecimento em relação ao tema e, a necessidade de uma visão comum sobre o conceito de sustentabilidade e sua relação com a Moda principalmente no que tange a sua prática. As falas a seguir explicitam esta constatação;

“Falta consenso em relação aos conceitos relativos ao tema...em qual autores a gente vai se basear? Não existe isso” (Professora D).

“Fora essa estrutura da universidade a gente tem o peso do professor, no sentido assim estudar e se renovar a todo momento é muito custoso.... eu entendo a dificuldade em colocar esse conteúdo em outras disciplinas....eu acho que na minha é muito fácil” (Professora F).

“Corpo docente super reduzido e sobrecarga de professores...” (Professora G).

“Dada a carga horária da disciplina é uma discussão que não pode ser aprofundada” (Professora H).

“A gente estuda alguns textos, mas a gente ainda tem muita dificuldade de saber como aplicar isso...” (Professora I).

A Professora F destaca sua preocupação em relação ao mercado que seus alunos irão encontrar. Observa-se que o mercado vem mudando; incorporando algumas práticas como o uso de tecidos ‘avaliados’ como sustentáveis, buscando novas formas de produzir com impacto positivo. Trabalhar a sustentabilidade não é mais uma questão de escolha; diante de consumidores conectados e bem informados as empresas que não se reposicionarem e não adotarem a transparência em relação a suas práticas estão fadadas a morrer (Carvalho, 2016). Este movimento é claro em grandes marcas como a Nike e até em grandes varejistas *fast fashion* como a C&A e Renner. Nacionalmente marcas reconhecidas como a Osklen, Flávia Aranha, Natura, para citar algumas, desenvolvem produtos e projetos com o foco sustentável. No entanto ainda se trata de um mercado de nicho com produtos geralmente mais caros e pouco acessíveis à maioria do público que hoje consome *fast fashion*.

“O grande desafio que eu acho hoje é que elas continuam encontrando no mercado a mesma realidade que eu me decepcionei há 15 anos atrás” (Professora F).

O interesse do aluno é um fator primordial para que as ideias de sustentabilidade tenham espaço e sejam desenvolvidas. Este com certeza é um grande desafio uma vez que é necessário transpor preconceitos em relação à imagem limitante que se tem sobre algo sustentável e, ao mesmo tempo, trabalhar a motivação e comprometimento dos estudantes sem reduzir a discussão à uma questão moral ou ética. A percepção dos professores é que este movimento por parte dos alunos ainda é tímido e com baixa adesão;

“Poucos alunos se envolvem realmente a ponto de fazer e levar para a prática. Vejo que são poucos diante da quantidade de alunos que a gente tem” (Professora A).

“dentro da faculdade vai depender do interesse pessoal do aluno...” (Professor J)

Por outro lado, a Professora B percebe o conhecimento e questionamento por parte dos alunos e destaca que também é importante deixar que eles tomem a iniciativa de introduzir a perspectiva sustentável no conteúdo ministrado. É um modo de transferir a eles a responsabilidade sobre o assunto resultando em uma participação mais ativa do aprendizado.

“Muitas vezes eu espero que eles digam algo para que eu aborde o assunto...e acho que não teve nenhuma turma ainda que não se atentou para isso. Então eu acho que esse caminho deles falarem algo...isso é muito legal” (Professora B).

A percepção dos alunos, em relação as possibilidades de atuação da área escolhida, reflete na maior diversidade de projetos apresentados durante e no fim do curso. Esta é uma mudança relatada com unanimidade pelos professores;

“Felizmente eles entenderam que Moda é muito mais amplo.” Eles estão muito interessados em consultoria de estilo, em imagem, fazer styling para grandes marcas. A gente teve projetos incríveis ai de vídeo, de fashion filmes, revista, consultoria de Moda. Consultoria de Moda muito específica para pacientes oncológicos, para pessoas que passaram por cirurgia bariátrica...” (Professora C)

“A Moda é um campo muito amplo de atuação. eu sempre começo perguntando por que você escolheu a Moda e a maioria já tem uma história dentro de casa com costura” (Professora G)

Alguns pontos em particular chamaram a atenção. Pontos que não estavam necessariamente no roteiro da entrevista, mas que surgiram ou puderam ser percebidos durante a conversa. O entendimento quanto à importância do professor na formação de profissionais com um novo pensamento e consciência quanto ao seu papel transformador;

“eu acho que esse é meu papel dentro de sala de aula...trazer uma nova consciência. E é uma outra percepção...então eu sempre falo com eles em relação ao consumo...eles enquanto consumidores e eles enquanto designers (...) Eu falo muito

isso pra eles...que como designers eles têm que ter um compromisso com a transformação do cenário que a gente se encontra” (Professora G)

Às vezes, distante de definições e teorias, nem percebem que atuam de forma sustentável em seu trabalho. Este foi o caso da costureira e Professora X de modelagem. Inicialmente achou difícil encontrar palavras para conceituar sustentabilidade e falar do assunto na Moda, mas ao descrever seu trabalho como costureira foi revelando o quão íntimo e internalizados eram estes conceitos. Apresentou uma peça (belíssima) feita a partir de patchwork de retalhos de rendas, demonstrou a relação de afeto com roupas que contavam sua história, e das quais não se desfazia, e o quanto é valioso recuperar as roupas para preservá-las ao longo de gerações. Quando questionada se levava essa abordagem para a sala de aula, demonstrou ainda não ter pensado nessa possibilidade e lamentou a reduzida carga horária destinada à sua disciplina de modelagem.

Outras professoras foram sensibilizadas quando questionadas se abordam o assunto dentro de sala de aula e em relação às suas escolhas para estimular nos alunos um maior envolvimento com o tema.

*“eu acho que eu deveria incentivar mais...é até uma questão que me fez pensar”
(Professora C)*

“Eu me sinto sempre alguém”

Entre os entrevistados se encontrava a professora Tereza Cristina – permitiu divulgar sua identidade -, responsável pela disciplina **‘sustentabilidade e Moda’**. A disciplina é ofertada no quarto período e é dedicada especificamente ao tema, do ponto de vista de que é a Moda que deve ser colocada dentro da sustentabilidade e não o contrário. Por isso a palavra sustentabilidade vem primeiro, como enfatiza a professora. Esta foi a única professora de uma disciplina específica sobre o tema da pesquisa que foi possível entrevistar, assim dedicou-se maior espaço para descrever a didática e funcionamento das aulas.

Tereza Cristina participou ativamente da cena de Moda em Belo Horizonte nas décadas de 1980 e 1990, momento do GMM e da abertura do curso de estilismo da UFMG. Formou-se em comunicação visual pela antiga Fuma (1980) – atualmente UEMG, e atuou no mercado da Moda com seus desenhos para estamparia. Suas criações atenderam marcas importantes da época (e de hoje) como Triton, Hering, Art man, Patachou, Bárbara Bela entre outras.

Lecionou estamparia no curso de estilismo da UFMG na década de 1980 e relata o perfil dos alunos que já trabalhavam na área, mas que precisavam se qualificar como visto anteriormente na revisão bibliográfica.

“era muita gente que já tinha uma marca. Eu fui professora de uma menina que já era modelista, mas queria entender assim a Moda como um todo...”

Desde 2003 é responsável pelas aulas de estamparia no curso de *Design* de Moda da FUMEC e pela disciplina “reciclagem, moulage e customização” que a partir de 2017 (aproximadamente) recebeu o nome de Sustentabilidade e Moda. As aulas se dividem em uma abordagem teórica para sensibilização quanto a realidade da indústria da Moda atual e, uma parte prática como descreve a professora:

“Eu sempre dou um pouquinho a parte teórica. Então eu mostro estatísticas, mostro estudos de caso...é... várias confecções que já estão com esse pensamento sustentável, mostro quem realmente trabalha a sustentabilidade...os três pilares né?” “Passo filmes, documentários...”

“Minha referência foi a Lee Edelkoort que veio ao Brasil, da Bloom Brazil. ... Ela critica muito, são dez parâmetros...o que ela faz são críticas...primeiro ela começa lá no consumo, o consumo tem que ser realmente mais consciente (...)”

A professora contextualiza o consumo após a revolução industrial - o jeito americano de ser e a invenção do sistema de crediário. Esta abordagem histórica é fundamental para a compreensão dos hábitos de consumo da sociedade atual e para a reflexão sobre produtos feitos dentro da obsolescência programada – regra máxima da Moda atual - e produtos feitos para durar;

“ eles criam o crédito...ce compra mas ce paga depois...então isso eu mostrei isso pra elas. As estatísticas do americano, do jeito americano de ser, como nós somos americanizados... a europa também tem essa linha de consumo, mas bem diferente. Trouxe até estudo de caso meu, mostro uma americana e uma portuguesa, porque eu morei em Portugal, eu morei em Lisboa, então eu mostro uma amiga minha fazendo um comentário assim: a gente sai, tava chovendo, e ela: ‘ah minha meia está toda ensopada, meu pé está todo ensopado...tem um furo na minha bota!’ Aí ela vira pra mim e fala: ‘Nossa...mas eu comprei essa bota tem 12 anos... e ela já está com um furo!’.

A reflexão em torno da responsabilidade do *designer* de Moda que deve ir além da renovação de silhuetas é um ponto chave para que os estudantes busquem inovar em processos e serviços desfocando do tradicional consenso de que fazer Moda é fazer Roupas. Entende-se que somente quando os *designers* compreendem seu papel de agente transformador e modelador de comportamentos, principalmente no que se refere ao consumo, é que lhes é possível propor alguma mudança.

“Eu acho que uma vez fazendo o curso de design elas tem obrigação de criar...criar assim, não só desenhar.”

Em sua disciplina a professora busca trazer a experiência do fazer manual, da experimentação de novos materiais e diversas técnicas de costura, bordado, estamparia. O conhecimento de técnicas diversas amplia o universo da criação ao mesmo tempo em que contribui para despertar a empatia em relação aos tantos profissionais envolvidos na cadeia produtiva da Moda.

“A gente começa com os pontos dos bordados...são 5 aulas de bordado básico... umas com muita dificuldade... As turmas são muito heterogenias né? Outras com mais facilidade..., mas a maioria aqui nunca bordou absolutamente nada”

“eu sempre falo com elas...vocês não vão sair daqui exímias costureiras, ou bordadeiras, mas ces têm que saber...”

Os estudantes são convidados a criar a partir de resíduos de outras indústrias e, para além do desafio criativo que, segundo a professora tem gerado excelentes resultados, percebe-se que existe uma rede de relacionamentos em torno da aquisição destes recursos onde todos são beneficiados.

“Aqui eu tenho a vantagem de trabalharcom o Pierre, a sala ao lado é a sala de acessórios...ele dá bolsa, calçados e ele dá assessoria em Nova Serrana que é o polo calçadista aqui em Minas Gerais...Então o que ele me traz de resíduo...de couro sintético, de sola de sapato, então ele traz tudo pra mim ... Então elas têm isso tudo.... esse universo da indústria do calçado que elas podem aplicar... então dá coisas fantásticas.”

A relação com o entorno também ocorre através da valorização de saberes tradicionais desenvolvidos pela mão-de-obra local (entorno da IES) ;

“eu tenho usado muito pro bordado, pro TCC, um pessoal que tem aqui no cafezal elas chamam ‘Meninas do Cafezal’, são bordadeiras, bordadeiras a mão...”

A conclusão da disciplina é a confecção de uma peça que deve utilizar os trabalhos manuais aprendidos e tem como desafio a criação a partir dos resíduos disponibilizados. As alunas são estimuladas a pensarem desde a produção do próprio tecido com o qual trabalharão suas peças. Segundo a professora não é uma questão de simplesmente fazer uma roupa escolhendo materiais, mas um exercício de imaginar novas conformações que resultem em uma estética atraente a partir daquilo que consideramos como lixo. Este é um ponto fundamental para a Moda principalmente no que tange a sustentabilidade; a estética. Não é viável, tanto do ponto de vista econômico quanto sustentável, criar produtos que não sejam socialmente apreciados, aceitos e incorporados ao cotidiano dos indivíduos.

Tereza Cristina observa o resultado das discussões em sala de aula através dos Trabalhos de Conclusão de Curso que abordam o tema e propõem novas formas de fazer e ver a Moda. Ainda não são muitos diante da quantidade de alunos que formam, porém para a professora já apontam um caminho de renovação da Moda;

“O resultado eu tenho visto no TCC, porque até então...há uns três anos atrás eu nunca tinha visto TCC’s com reaproveitamento. Ano passado tiveram duas alunas; compraram em brechós chegaram aqui desmancharam toda a peça e ...construíram coisas novas e desfilaram isso.”

Descreve o trabalho de outra aluna que utilizou sobras de confecção em seu TCC:

“ela queria fazer beachwear e veio com um trabalho da Tailândia, ela trouxe muita coisa em macramê...eles usam muito macramê. Então...eu consegui...porque a Cila biquinis, a Tetê, filha da Cila, formou aqui com a gente. E a Tetê quando formou abriu a Jump, dentro da Cila essa linha mais sport wear...então eu liguei pra Tetê ...e ela me deu sacos de resto, as tirinhas que enrolam ...ela fez o macramê todo com o resto que a Tetê deu...ela não gastou um centavo e ficou muito legal!”

5.3. Do questionário

O questionário foi formulado com o intuito de verificar a percepção dos estudantes em relação a sustentabilidade em sua interface com a Moda e, por consequência, em sua relação a profissão escolhida. A pesquisa foi aberta a alunos de todos os períodos que foram agrupados em função de sua localização no curso; início, meio e fim.

A seleção do público específico da pesquisa foi feita através da primeira pergunta do questionário que era a única de cunho obrigatório; apenas alunos de graduação de cursos superiores de *Design* de Moda localizados em Belo Horizonte poderiam acessar o questionário. Optou-se pela liberdade do respondente em relação as demais perguntas para não forçar repostas ‘falsas’. Embora esta decisão tenha gerado variações percentuais para cada questão, o que foi considerado durante a análise, acredita-se que tenha contribuído para a maior legitimidade das repostas avaliadas.

Os dados foram organizados em função dos subgrupos ; IES, etapa do curso, envolvimento com o tema e Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) (Gonzalez, 2015). As IES – Instituição de Ensino Superior - estão representadas pelas letras A, B, C e D. Importante destacar que essa ordem não possui nenhuma relação com a ordem demonstrada anteriormente na tabela 2.

5.3.1. Subgrupo IES

A maior parte das respostas vieram de estudantes do curso **C** (58,82%) seguida pelo **A** (22,35%) e, **B** e **D** com igual porcentagem (9,41%).

O interesse pelo tema é sempre menor que o reconhecimento da sua importância para a área da Moda. Este dado sugere que a importância do tema – o reconhecimento dos inúmeros impactos negativos da Moda - não é o bastante para despertar o interesse e envolvimento dos estudantes.

Tabela 3- Sub grupo IES_ comparativo: interesse pelo tema - importância do tema para a Moda - envolvimento com o tema

	Interesse pelo tema	Importância do tema para a Moda	Envolvimento com o tema
A	89%	95%	60% bem envolvido
B	86%	89%	57,14% me envolvo pouco 42,86% bem envolvido
C	85%	95%	45,45 % me envolvo pouco 43,18 % bem envolvido
D	64%	76%	80 % bem envolvido

Fonte: Produzido pela autora.

A aproximação entre as respostas sobre a percepção do tema durante o curso e a principal fonte de informação apontou que apesar de perceber o tema em seu curso, as aulas ainda não são a principal fonte de informação. A análise também sugere que o esforço pessoal dos professores em trazer o tema para sala de aula é reconhecido pelos alunos.

Tabela 4 - Sub grupo IES_comparativo: percepção do tema durante os cursos e principal fonte de informação.

	Até o momento você percebe a sustentabilidade abordada em seu curso?	Onde você obtém a maior parte das informações sobre Moda e sustentabilidade?	Como você avalia a abordagem sobre sustentabilidade em seu curso de Moda?
A	80% sim	1° - nas aulas do meu curso 2° e 3° - blogs e sites especializados e em eventos de Moda.	60% - É abordada, mas não existe uma disciplina específica para o tema. Alguns professores adicionam o assunto em suas disciplinas.
B	100% sim	1° - Em eventos de Moda. 2° e 3° - blogs e sites especializados e nas aulas do meu curso.	57,14% O tema é abordado em uma disciplina específica, porém de forma isolada do restante das matérias e projetos do curso.
C	65,12% sim	1° - Em blogs e sites especializados 2° - Em filmes e documentários; 3° - Eventos de Moda	51,16% - É abordada, mas não existe uma disciplina específica para o tema. Alguns professores adicionam o assunto em suas disciplinas.
D	80 % sim	1° - Em blogs e sites especializados e nas aulas do meu curso; 2° - Em livros e revistas, e filmes e documentários; 3° - Em eventos de Moda.	40% - É abordado superficialmente.... 40% - É abordado, mas não existe disciplina específica...

Fonte: Produzido pela autora.

As disciplinas identificadas pelos estudantes como disciplinas que abordam a sustentabilidade também sugerem/ transparecem o esforço dos professores em trabalhar o tema mesmo quando este não se encontra presente no nome ou ementa da disciplina. Pela quantidade de disciplinas apontadas percebe-se também a transversalidade do tema.

Quadro 12- Sub grupo IES: relação de disciplinas onde o tema é percebido.

A Tecnologia têxtil; projeto interdisciplinar; cultura, consumo e sociedade; desenvolvimento de coleção; gestão de marcas; marketing de Moda e empreendedorismo; sintaxe visual; história da arte; laboratório de aprendizagem integrada.

B Sustentabilidade e Moda

C Conceitos, materiais e processos do *design* de Moda; ergonomia; panorama do vestuário moderno e contemporâneo; tecnologia têxtil; pesquisa de Moda I e II; Estamparia; tecelagem; técnicas de industrialização; materiais e processos de fabricação; impressão botânica; tópicos em Moda; moulage; tingimento natural; disciplinas optativas.

D *Draping*; processo produtivo; mercado de Moda; teoria do *design*; desenvolvimento de coleção; produção de Moda; materiais têxteis; *marketing* e oficina de criatividade,

Fonte 2: Produzido pela autora.

Em relação à área dentro do setor da Moda que pretendem trabalhar, percebeu-se que a quase unanimidade em ser estilista de uma grande marca divide espaço com o desejo de se tornar empreendedor do próprio negócio. Especificamente no caso da IES - C uma diversidade maior de áreas foi marcada provavelmente em função da maior quantidade de respondentes – neste caso específico seria necessário maiores avaliações.

O conceito de desenvolvimento sustentável perpassa, de maneira expressiva, a ideia de produzir sem causar danos ao meio ambiente. O Tratado de *Brundtland* e o tripé econômico, social e ambiental foram referenciados, porém de forma muito pontual. A ideia de consumo consciente também apareceu com certa frequência.

Quando questionados sobre a possibilidade de integrar a sustentabilidade ao trabalho de Moda independente da área em que escolham atuar as respostas, de modo geral, as repostas se voltam para questões relativas ao material, reciclagem, menor desperdício e cuidados com resíduos químicos provenientes da tinturaria e estamparia. Percebe-se, desta forma, que as ideias sobre a prática de uma Moda orientada pela sustentabilidade acompanham o conceito que se tem a respeito do que seja um desenvolvimento sustentável. Essa relação fica mais evidente quando aproximados os dois questionamentos, como demonstram as falas a seguir - o quadro completo pode ser consultado em anexo ao final deste documento:

Quadro 13- Subgrupo IES: compreensão do termo desenvolvimento e integração da sustentabilidade ao trabalho

O que você entende por desenvolvimento sustentável? Você acredita que é possível integrar a sustentabilidade em seu trabalho na Moda independente da área que escolha para atuar? Se sim, como? Se não, explique-nos o porquê.

A

“Tudo que for criado, pode ser reaproveitado ou quando descartado não agrida o ecossistema”

“Pensar em diminuir todo tipo de resíduo possível em toda a cadeia produtiva da Moda”

“O desenvolvimento não sei, mas entendo a necessidade das pessoas repensarem seus hábitos de consumo.”

“consumo consciente”

“Uma produção que englobe qualidade do meu produto, do meu funcionário e por um preço justo, mas de uma forma que não agrida o meio.”

Sim, sempre preocupar com a fibra do tecido (sempre natural) e cuidado com o resíduo.

sim, trabalhando com o slow fashion

B

“Tudo é reaproveitado, nada se joga fora”

“Entendo que seja um processo em que devemos acompanhar a produção dos produtos de Moda tendo consciência de cada parte e garantindo a responsabilidade social, oferecendo trabalho com boas condições para os colaboradores, e também, averiguar os materiais usados para que sejam de boa procedência e garantir que não haverá, por exemplo, poluição das águas dos rios com resíduos de tintas de estamperia!”

“Sim! A sustentabilidade sempre pode fazer parte, de maneira que na área que eu gostaria de trabalhar por exemplo, de criação, eu como a pessoa que cria posso encontrar matérias primas que não são agressivas ao meio ambiente, reciclar meu lixo têxtil e encontrar outros usos para ele.”

C

“Entendo que é todo trabalho gerado em harmonia com a natureza e trabalhadores, não trazendo prejuízos psicológicos e físicos”

“Práticas voltadas para um convívio menos depredativo com o ecossistema”

“aproveitar e reaproveitar ao máximo os materiais”

“Entendo por desenvolvimento sustentável a produção de mercadorias ou o fornecimento de serviços levando em consideração o uso responsável de recursos e seus impactos a nível ambiental e social.”

“Resignificar o uso dos resíduos que a indústria produz, ou, evitá-los já no processo de produção de alguns produtos”

“Um desenvolvimento que leve em consideração a degradação do meio ambiente e que leve em consideração a real necessidade da humanidade em relação à quantidade de produto que se produz.”

“m desenvolvimento baseado não somente sob aspecto ambiental, mas também sob aspectos sociais e econômicos.”

“Sim. Provocando uma maior relação da imagem com o ser do que o ter, incentivando um guarda roupa mais atemporal e funcional com peças chave e maior consciência para não gastar por consumismo e sim em itens que traduzem a essência do indivíduo e a mensagem que ele quer passar.”

“Sim, acredito que a sustentabilidade é um estilo de vida, então envolve todas as áreas de nossa vida uma vez que nos propomos a ele”.

“Sim acredito ser possível, porém vejo que sustentabilidade ainda é um tema muito recente no mundo da Moda. Levando isso em conta todos que estiverem dispostos e quiserem tratar sobre sustentabilidade dentro da área escolhida ainda é preciso ser pioneiro e inovador de certa forma. Mesmo já existindo pessoas que fazem isso, vejo que ainda é necessário muita busca e uma pesquisa aprofundada sobre o tema para trazer esse contexto em algumas das áreas da Moda.”

“sim. É possível integrar sustentabilidade em todas as áreas da Moda. Na produção de Moda é necessário dar visão e espaço para marcas que desenvolvem um trabalho com essa coerência”

“Acredito que já passa da hora de sustentabilidade ser uma pauta obrigatória e não uma opção ou "acessório". Sendo assim integrar esta pauta aos trabalhos deve ser algo automático, natural e não opcional. Neste caso pensar sobre o uso de matérias primas principalmente a reutilização de produtos têxteis.”

“Produzir, inovar, desenvolver, evoluir, sem deixar danos a natureza”.

“Sim. Com peças em tecidos sustentáveis.”

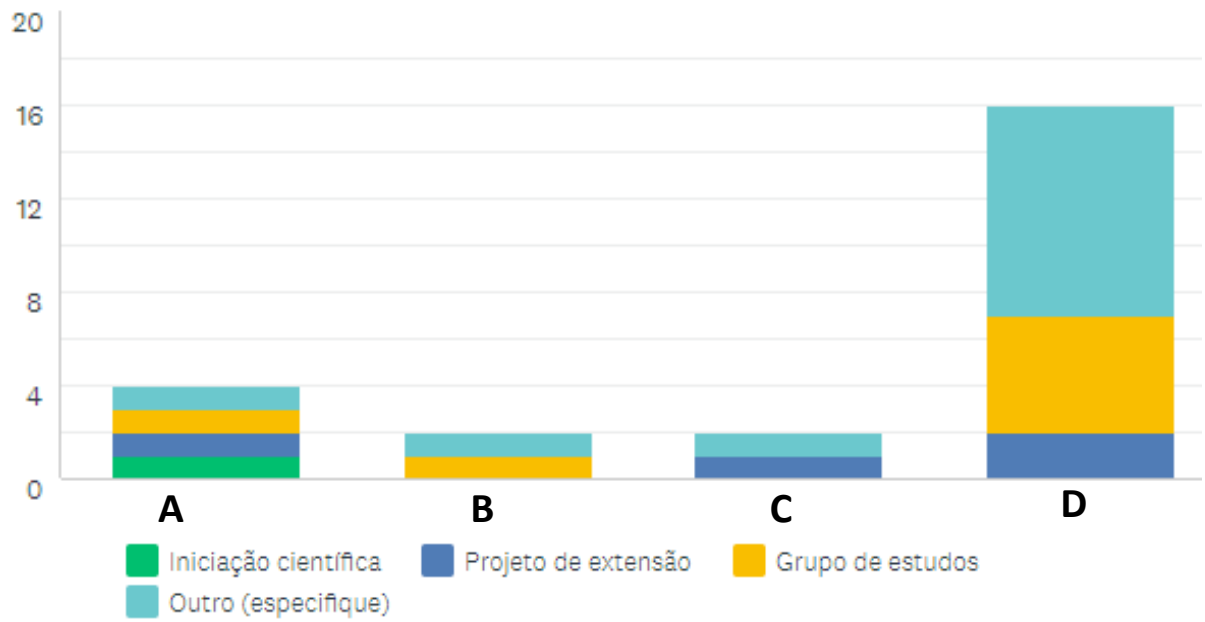
- “E a forma de desenvolver a Moda visando não só o lucro mas sim ..em usar de forma consciente o recursos q temos .”
- “Sim, podemos aproveitar tecidos bons, de roupas antigas oara poder criar uma nova peça, também transformar uma coisa em outra.”
- D** “Mínimo de perdas no processo, reaproveitamento de matéria prima e menor agressividade ao meio ambiente.”
- “Sim acredito, porém pessoalmente vejo pontos dificultadores, como material de custo mais elevado, formas de tratamento dos materiais serem mais exigentes e por isso maior investimento, e quando não se tem capital para investir em publicidade e alcançar o nicho de pessoas que realmente procuram consumir produtos sustentáveis.”

Fonte: Produzido pela autora.

Constatou-se o maior alcance de filmes e documentários em relação aos livros específicos sobre o assunto, com destaque para o documentário *“The true cost”*. Dentre os livros, alguns clássicos da área, principalmente nacionais, foram mais citados como: *Moda e sustentabilidade* – uma reflexão necessária da brasileira Lilian Berlim, *Moda com Propósito* de André Carvalhal também brasileiro, e *Moda e sustentabilidade - design* para mudança de Kate Fletcher e Linda Grose;

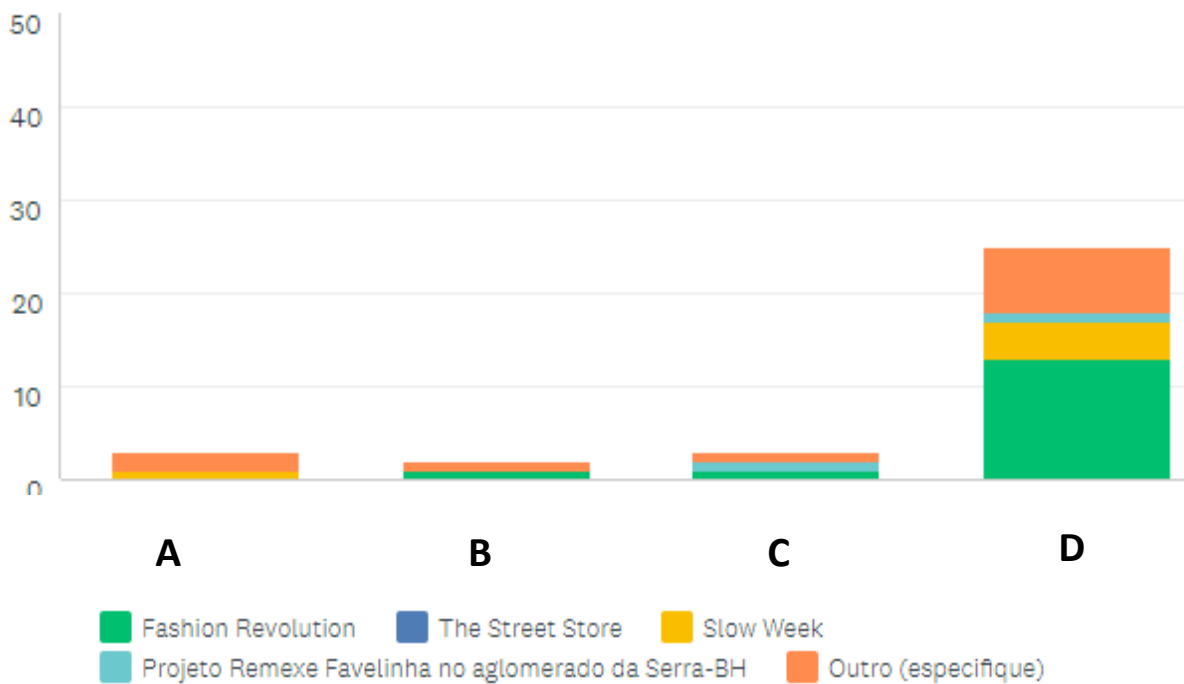
A participação em projetos relacionados à Moda e sustentabilidade acontece tanto vinculado às IES quanto externo ao meio acadêmico. Eventos como o *Fashion Revolution* e *Slow week* - que promovem uma semana de palestras e debates na capital mineira, foram os mais citados. No âmbito acadêmico a participação foi menor com pouquíssimas referências à projetos de extensão e iniciação científica que envolva o tema.

Gráfico 1: Subgrupo IES_ participação em projetos internos às IES



Fonte: Produzido pela autora

Gráfico 2: Sub Subgrupo IES_ participação em projetos externos às IES



Fonte: Produzido pela autora.

A reflexão crítica em torno da prática do *design* traz a consciência de sua responsabilidade diante do sistema de Moda e suas consequências. Para além do *designer* é importante reconhecer outros atores fundamentais nesse cenário: o consumidor, os empresários e as universidades. Quando questionados sobre qual destes recai a maior responsabilidade para a mudança por uma Moda mais sustentável apenas 9% (6 em 70) apontaram o *designer*. Os maiores responsáveis, segundo os resultados da pesquisa, seriam os empresários (29 em 70) e consumidores (19 em 70).

5.3.2. Subgrupo envolvimento com o tema

O envolvimento com tema pode ser medido em função do quanto o estudante incorpora a sustentabilidade em sua prática seja no âmbito acadêmico ou externo a ele e, ainda, o quanto se dispõe a buscar o conhecimento sobre o conceito. Assim na tentativa de mensurar o grau de envolvimento com o tema considerou-se quatro possibilidades:

- Aqueles que não se envolveram de nenhuma forma com a sustentabilidade em seus estudos de Moda.
- Aqueles que se envolvem pouco. (Leem e conversam com pessoas sobre o tema, mas nunca fizeram nada relacionado.)
- Aqueles que estão bem envolvidos. (Buscam se atualizar sobre o tema e relacionam seus trabalhos disciplinares à sustentabilidade, sempre que possível.)
- Aqueles que estão muito envolvidos. (A sustentabilidade é tema de pesquisa na faculdade. Participam de grupos de estudo, projetos de extensão e/ou iniciação científica sobre o tema.)

Os estudantes ficaram divididos entre os que se consideram pouco envolvidos (40,85%) e os que se consideram bem envolvidos (49,3 %).

Tabela 5: Envolvimento com o tema.

ANSWER CHOICES	RESPONSES
▼ Ainda não me envolvi de nenhuma forma com a sustentabilidade em meus estudos de moda.	5.63% 4
▼ Me envolvo pouco. (Leio e converso com pessoas sobre o tema mas nunca fiz nada relacionado.)	40.85% 29
▼ Estou bem envolvido. (Busco me atualizar sobre o tema e relaciono meus trabalhos disciplinares à sustentabilidade, sempre que possível.)	49.30% 35
▼ Muito envolvido.(A sustentabilidade é meu tema de pesquisa na faculdade. Participo de grupos de estudo, projetos de extensão e/ou iniciação científica sobre o tema.)	4.23% 3
TOTAL	71

Fonte: Questionário

Alguns pontos se destacam na análise em função do envolvimento:

- . Independente do grau de envolvimento considera-se que é possível trabalhar com a sustentabilidade independente da área em que se escolha atuar na Moda;
- . O grau de envolvimento parece ser proporcional à etapa do curso. A maior parte dos alunos envolvidos com tema estão no final do curso;
- . Quanto maior o envolvimento maior as chances de abordar o tema no TCC;
- . Não foi observada nenhuma diferença substancial em relação ao conceito de desenvolvimento sustentável e o grau de envolvimento;
- . Quanto maior o grau de envolvimento maior a percepção da responsabilidade do *designer*;
- . Mesmo os que se consideram não envolvidos com o tema acreditam que é possível integrar a sustentabilidade em todas as áreas da Moda.

“sim. É possível integrar sustentabilidade em todas as áreas da Moda. Na produção de Moda é necessário dar visão e espaço para marcas que desenvolvem um trabalho com essa coerência” (Estudante a).

“Sim. Independente da área, é importante fazer o reconhecimento de marcas, empresas e fornecedores que tenham como foco a sustentabilidade, até mesmo para que ganhem mais espaço no mercado, sejam mais procuradas e recebam a devida importância. Quanto mais o assunto é disseminado pelos profissionais da Moda, maior é a chance de conscientização dos consumidores para o tema” (Estudante b).

Outras respostas demonstram a necessidade da prática, de ferramentas que viabilizem o que na teoria muitos já sabem:

“Sim. Mas não sei como, gostaria de fontes confiáveis, um caminho para começar a trilhar” (Estudante c)

5.3.3. Subgrupo: trabalho de conclusão de curso (tcc)

Dentre os 86 estudantes que responderam ao questionário, 42 se encontram no final do curso – 7º ou 8º período. Deste total, 18 identificaram o tema da sustentabilidade em seus TCC's.

Quadro 14 - Proporção de estudantes que trabalham a sustentabilidade em seus tcc's

A	B	C	D
3 em 6	2 em 4	12 em 30	1 em 2

Fonte 3: Produzido pela autora.

Entre os que consideram a abordagem do tema em seus trabalhos de conclusão de curso, verificou-se que a maior parte deles estão ligados à dimensão ambiental, ou seja, são propostas que focam as questões materiais – resíduos da indústria têxtil, tinturaria, etc. Esta constatação foi feita a partir dos títulos dos TCC's apresentados, como listado abaixo:

“Upcycling”

“Tingimento têxtil natural com recursos minerais”

“Sustentabilidade - ainda não comecei mas tenho a ideia de reconstruir peças de bazar e criar uma nova "coleção" a partir delas.”

“Upcycling/tingimento natural”

“Técnica upcycling e zero waste em lingerie”

“Resíduos plásticos como base de acessórios”

“Upcycling/ tingimento natural”

“Estamparia e Tingimento natural”

Alguns sugerem pensar a sustentabilidade em outros ‘lugares’ mais incomuns, porém de grande potencial;

“Memória”

“Desenvolvimento de coleção”

“Como a Moda pode utilizar de seus artifícios para promover mudanças sociais”

“Divino maravilhoso, uma interpretação sob minha ótica da vida é obra de Remedios Varo”

“Dadaísmo”

“Um maluco no pedaço”

Observou-se que haviam TCC's cujos títulos apontam uma abordagem que se enquadra no tema e, no entanto, não foram considerados por seus autores. Tal fato sugere que o conceito sobre desenvolvimento sustentável predominantemente ligado às questões ambientais, como pode ser verificado anteriormente, acaba ofuscando a pluralidade de abordagens que a Moda para sustentabilidade pode expressar. Abaixo seguem os títulos de trabalhos que considerou-se como potenciais abordagens inseridas no tema:

“Roupas de santo (terreiro de umbanda)”

“Capulanas de Moçambique”

“análise de consumo de vestuário da população madura.”

“Lugares de memória de belo horizonte”

“ A dimensão política no figurino de Elke maravilha durante a ditadura militar no brasil”

6. ANÁLISES

Os resultados foram analisados em função da revisão bibliográfica e por meio de uma abordagem do *Design* Sistêmico. Em relação às informações levantadas pela revisão bibliográfica, a investigação realizada apresentou resultados que coadunam diversos estudos anteriores, sejam estes realizados no Brasil como, por exemplo Lima (2018) e Marques & Jocelise Jacques (2015) ou, no exterior, (ARMSTRONG; LEHEW, 2014; HUR; CASSIDY, 2019; PALOMO-LOVINSKI; HAHN, 2014; LANDGREN; PASRICHA, 2011; FIORENTINO, 2012; FLETCHER K, 2013). Desta forma, os principais aspectos revelados pela pesquisa foram:

- . A sustentabilidade é tratada como um conteúdo anexo através de uma disciplina específica;
- . O conceito perpassa o Projeto Pedagógico no que tange os objetivos do curso e perfil do egresso, porém se dilui substancialmente ao ser transferido para a matriz curricular;
- . De modo geral o eixo principal dos cursos se mantém, privilegiando a metodologia de criação tradicional;
- . Há a necessidade de um consenso em torno do conceito de sustentabilidade e sua relação com a Moda;
- . É importante a capacitação e atualização do corpo docente;
- . Há uma oportunidade no maior apoio das IES para que as iniciativas dos docentes encontrem espaço e subsídio.

A partir das informações coletadas através das entrevistas e do questionário percebeu-se que, embora haja exceções, em sua grande maioria, a abordagem do tema nos cursos de *design* de Moda ocorre mais de forma teórica que prática, sendo a aplicação dos conceitos da sustentabilidade na Moda um grande desafio para docentes e discentes.

A concepção da sustentabilidade apresentada pelos professores contempla os aspectos ambientais, sociais, econômicos e culturais e a ideia de garantia de futuro para as próximas gerações. Os estudantes também compartilham destes conceitos, porém prevalece a concepção da sustentabilidade em relação ao seu aspecto ambiental - uma busca por formas de produção menos danosas ao meio ambiente. Em relação à Moda, a preocupação com os materiais utilizados também supera as demais questões. Não foi observada de forma

consistente a percepção de que o problema da sustentabilidade na Moda é, na verdade, sistêmico, ou seja, depende de uma articulação adequada entre fatores ambientais, sociais e econômicos.

Esta constatação corresponde à tendência geral da maior parte das inovações sustentáveis na área e, parece reafirmar o desafio em trazer para a prática do *design* de Moda toda abrangência que o conceito sobre sustentabilidade abarca.

Embora a sustentabilidade não constitua o pensamento estruturante do curso a ponto de remodelar metodologias, percebeu-se o esforço dos professores que, independentemente de formalizações acadêmicas, trazem para sala de aula informações e questionamentos que tangenciam o tema em suas aulas. O conteúdo se apresenta, portanto, transversal a diversas disciplinas, porém ocorre de forma fragmentada e em função do entendimento que cada um possui acerca do assunto. Esse movimento não ocorre de maneira uniforme, visto que alguns professores são mais engajados que outros.

O resultado do empenho destas iniciativas particulares e pontuais pôde ser constatado através das respostas dos estudantes que reconhecem o assunto em diversas aulas; que manifestam seu interesse pelo tema e que o levam para seus projetos de conclusão de curso.

O foco no mercado, tão tradicional dos cursos de Moda, divide espaço com a proposta de uma formação reflexiva em relação à sua prática o que, aliado à cultura empreendedora, também identificada nos cursos, compõe um interessante substrato para a renovação da profissão. É necessário, no entanto, que os futuros *designers* se reconheçam dentro do cenário insustentável do sistema atual, reconheçam seu papel central, não só na escolha de materiais ou desenvolvimento de produtos ecologicamente e eticamente corretos, mas principalmente como propositores de novos comportamentos e estilos de vida. Como propositores da própria Moda que há alguns anos vem apresentando sinais de um modelo de sistema de produção e criação em decadência e desconexo de sua sociedade.

6.1. *Design* sistêmico

A metodologia de análise a partir do *Design* Sistêmico (Mendonça, 2014) consiste em identificar em cada etapa da pesquisa – análise documental, entrevistas e questionário – a presença, de um ou mais, dos cinco princípios descritos anteriormente.

O SER HUMANO no centro do projeto; a valorização das pessoas _ o projeto deve estar voltado para a qualidade de vida de todos os envolvidos no sistema, considerando o ser humano em seu próprio contexto ambiental, social, cultural e ético. Assim, é preciso ser inclusivo, em termos de capacidades físicas, mentais e econômicas, reconhecendo a importância dos valores culturais de cada indivíduo, desenvolvendo soluções para acesso amplo e disseminando informações para que o cidadão exerça seu direito de escolha consciente.

A percepção contextualizada do indivíduo faz parte da perspectiva do profissional de Moda. É fundamental que este profissional conheça e seja capaz de interpretar a cultura e os aspectos sociais relativos ao público para qual se destina seu projeto. No perfil do egresso encontram-se habilidades e competências relacionadas tanto a esta percepção contextualizada do ser humano como em relação a própria prática do *design* de Moda;

“desenvolver visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos socioeconômicos culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade” (Retirado do PPP).

“pensamento crítico ante o contexto atual das transformações sociais e culturais da sociedade” (Retirado do PPP).

A visão contextualizada e crítica quanto ao seu papel na sociedade é reforçada nos objetivos do curso que inclui a promoção da qualidade de vida como um fator da profissão;

“instrumentalizar o educando para que possa ser produtor de qualidade de vida, estimulador de novos comportamentos e aglutinador social” (Retirado do PPP).

Na fala dos professores este princípio aparece através da necessidade de repensar o impacto da Moda na qualidade de vida de seus consumidores; tanto através de seus produtos quanto através das imagens que veicula e comportamentos que estimula;

“E esse produto, não vai ser um produto que é usado por uma temporada porque tem a ver com tendências de consumo e de comportamento né? É um produto que de fato vai causar uma transformação ou vai beneficiar aquele que tá usufruindo daquele produto” (professor A)

“... criação de uma imagem que seja inclusiva, diversa, preocupada com as questões ambientais.” (professor B)

“... a Moda ela como produtora, como desenvolvedora de produtos e que lança muitos produtos materiais no mercado para que eles sejam consumidos...é... eu acho que ela deve ser uma propositora. A Moda enquanto os criadores né? Tem que ser propositores de formas mais acessíveis de bons produtos para a população porque a gente tem que tornar viável o consumo equilibrado. “(professor C).

Este princípio também foi identificado na participação dos estudantes que consideram a qualidade de vida de todos os envolvidos da cadeia produtiva da indústria da Moda como um aspecto da sustentabilidade no setor.

“Entendo que seja um processo em que devemos acompanhar a produção dos produtos de Moda tendo consciência de cada parte e garantindo a responsabilidade social, oferecendo trabalho com boas condições para os colaboradores” (estudante x).

INPUT/OUTPUT – Os processos devem otimizar recursos, analisando o fluxo de energia e matéria. Assim, os recursos escolhidos devem considerar esta otimização, incluindo a possibilidade da sua utilização integral no sistema, ao tratar a saída de um sistema (resultados, produtos parciais e resíduos) como entradas (recursos) para outro.

A consciência das implicações ambientais da profissão compõe o perfil do egresso – apresentado nos PPPs - em igual ou menor ênfase que os aspectos sociais, econômicos e culturais. No entanto, essa situação se inverte principalmente entre os estudantes que, em sua maioria, relacionam o conceito de desenvolvimento sustentável com a capacidade de reaproveitar e reciclar materiais.

O aproveitamento de resíduos pôde ser constatado na prática da disciplina ‘sustentabilidade e Moda’ que propõe aos alunos criar a partir de sobras recolhidas pela professora.

No entanto, é preciso recaptular que o termo “recursos” abrange muito mais do que matéria prima diretamente envolvida na fabricação de produtos. Ar, água, energia, comunicação (incluindo sua infra-estrutura física e digital), transporte e mobilidade, pessoas (como recursos humanos) também fazem parte desse contexto que deve avaliar, não só as quantidades envolvidas, mas também a sua qualidade.

Valorização dos recursos LOCAIS – É necessário reconhecer os recursos - humanos, culturais e materiais locais, que são determinantes para a solução de problemas contextuais.

A perspectiva local aparece pontualmente como objetivo do curso. Neste sentido se propõe a atender as necessidades locais, regionais e nacionais, o que demanda um reconhecimento deste território. Na prática, por meio das entrevistas, verificou-se a relação com o entorno, no que tange à utilização de serviços de comunidades próximas à instituição como das ‘Bordadeiras do Cafezal’, e na criação a partir de resíduos da indústria local proposta nas aulas de ‘sustentabilidade e Moda’.

Este princípio também aparece na definição de desenvolvimento sustentável dos estudantes no que tange a utilização de fornecedores locais e a utilização de mão de obra do entorno. No entanto, o reconhecimento do território local parece não constituir uma etapa de projeto dentro do *design* de Moda.

Fomento a uma rede de RELACIONAMENTOS – Para que todos os elementos do sistema interajam e se completem, é necessário que os relacionamentos que o compõem, internos ou externos, sejam estimulados. Assim oportunidades surgem pelo relacionamento entre pessoas e organizações, e a utilidade dos recursos surge do relacionamento entre diversos agentes e áreas de atuação.

No que tange a Moda, o princípio dos relacionamentos pode ser pensado em função da aproximação entre quem cria e quem produz, ou entre quem produz e quem consome, etc. Esta relação foi totalmente perdida no processo de globalização da indústria que deslocou a parte produtiva para os países do leste asiático em busca de menores custos. Os resultados deste movimento foram a exploração da mão de obra e aumento da degradação ambiental e social destes países.

Neste sentido, trabalhar com a mão de obra local – no entorno da instituição - como relatado por uma das professoras entrevistadas, é uma iniciativa que tem o potencial de promover relações de trabalho mais justas e éticas. Também é exemplo entre o potencial do estímulo aos relacionamentos entre a academia, a indústria e a sociedade. Ainda o governo pode ser incluído nesse aspecto na medida em que estimule esses relacionamentos, por exemplo, em programas de fomento que solicite o envolvimento de todas as esferas.

No contexto do ensino considerou-se que as iniciativas relacionadas a este princípio estão ligadas a interdisciplinaridade e integração das disciplinas, presente nos PPP's dos cursos. Na prática alguns professores observam a falta de integração entre as disciplinas e, especificamente em relação à sustentabilidade e Moda, enfatizam que não há um consenso em torno de conceitos básicos para atuarem mais próximos uns aos outros.

A consolidação da interdisciplinaridade ainda é um desafio, principalmente entre o *design* de Moda e áreas mais diversas como a biologia, a química e a economia por exemplo. Este fato pôde ser constatado na entrevista com a professora y que relatou perceber um certo incômodo entre os alunos para buscarem disciplinas em cursos muito diversos da Moda e na

entrevista com a professora x que apontou o desconhecimento de conteúdos básicos que subsidiem o estudante a integrar o conhecimento destes cursos em sua formação.

AUTOPOESIS ou autogeração – Para sua autonomia e sustentabilidade, é preciso que o próprio sistema, gere o sistema - ele está constantemente se autoproduzindo, autorregulando, sempre mantendo interações com o meio, onde este desencadeia mudanças determinadas em sua própria estrutura, e não através de um agente externo. A evolução, inovação, desenvolvimento, parcerias criadas por alguns elementos do sistema servem de estímulo para que outros também sigam os exemplos de sucesso e também evoluam e agreguem em uma rede onde os ganhos da colaboração suplantem as disputas da competição. Os exemplos e apoio dos pares para iniciativas de protagonismo são parte da energia que flui no sistema e o mantém.

A transformação do sistema de Moda depende de diversas frentes internas e externas a este sistema; modelos, fotógrafos, *designers*, costureiras, modelistas, empresários, professores, estudantes, consumidores etc.

Neste contexto amplo, pensar o sistema de ensino é como pensar o embrião desta transformação. É ali no espaço do pensar, refletir e propor que o novo pensamento deve ser reiteradamente criado para então se ampliar ao sistema de Moda como um todo. Neste sentido dois pontos se destacaram nos projetos pedagógicos dos cursos: o reconhecimento do papel central do *design* na promoção de mudanças da própria profissão e o incentivo ao empreendedorismo.

Reconhecer-se como propositor neste contexto de mudança é fundamental para que os estudantes possam, mais que criar produtos, criar a própria realidade que desejam em sua profissão. Neste sentido, o empreendedorismo surge como grande aliado uma vez que, não encontrarão 'lá fora' um mercado de portas abertas aos seus ideais. Assim, empreender a própria transformação se apresenta como um mecanismo de autogeração, um movimento fecundo de grande potencial.

Nas entrevistas com os professores, o reconhecimento do papel central do *design* ante um contexto de insustentabilidade foi identificado como algo necessário e trabalhado com os estudantes. No entanto, a participação dos estudantes sugere que estes ainda não se

reconhecem como principais agentes dessa transformação e consideram o mercado e os consumidores como maiores responsáveis.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS E PROPOSIÇÕES

Pensar a integração da sustentabilidade no Ensino superior de *Design* de Moda é tarefa árdua, porém fundamental. Diante da realidade do atual Moda percebe-se a urgência em rever a formação daqueles que virão a modelar o futuro da área e, portanto, constituem um grande potencial de transformação.

O contato com um grande número de pesquisas de diferentes países que buscavam levantar os desafios do ensino da Moda no que tange essa integração, trouxe o questionamento sobre como acontece este movimento no Brasil. Neste sentido encontrei poucos mas valiosos estudos dedicados a pensar o ensino de Moda no cenário nacional e, em menor número, no que tange a sua integração com a sustentabilidade. A visão geral daí obtida permitiu localizar o Brasil não tão distante da realidade apontada pelos estudos do exterior.

Os principais desafios se encontram na aplicação prática dos conceitos de sustentabilidade, na inconsistência e variedade dos conceitos relativos ao tema, na predominância do caráter profissionalizante do ensino tradicionalmente voltado para abastecer o mercado e na dificuldade, por parte dos educadores, em adaptar o tema ao conteúdo das disciplinas.

Especificamente no contexto nacional as pesquisas apontam a necessidade de ultrapassar o foco em materiais e produtos e superar o paradigma educacional da área que via de regra é orientado ao consumismo e desconexo dos problemas reais de sua sociedade.

Tomando Belo Horizonte como ponto central de investigação, considerando ser a capital da terceira região mais importante do país no setor, este trabalho focou nos seus cursos de graduação em *design* de Moda que ainda não haviam sido contemplados por tais pesquisas – os bacharelados em *design* de Moda das faculdades FUMEC, UFMG e UNA e o tecnólogo (graduação) da Faculdade Estácio.

Por meio da investigação empírica centrada nos olhares daqueles que compõem o cotidiano dos cursos – instituição, docentes e discentes – buscou-se compreender como a sustentabilidade é percebida e expressa por cada um especificamente em sua relação com a Moda.

Não se trata de uma avaliação da qualidade dos referidos cursos, tão pouco foi objetivo deste estudo fazer julgamentos de ordem ética ou moral. O propósito desta pesquisa foi relatar e,

desta forma, tornar acessível mais uma parte da história da Moda local no que tange a transformação do ensino superior de *design* de Moda em Belo Horizonte e seus desafios diante desta mudança.

7.1. Sobre o Ensino Superior de Moda

O ensino superior de *design* de Moda passa por visível transformação. A reflexão crítica sobre as implicações da profissão se faz presente tanto nas propostas pedagógicas dos cursos quanto em sala de aula. A consciência sobre seu papel social enquanto agente transformador da realidade é fundamental para que o estudante possa utilizar o espaço do ensino superior como o lugar de reflexão e experimentação que é.

Um fator chave dessa transformação se encontra na Resolução CNE/CES n.5 de 2004 a partir da qual a Moda é considerada no contexto do *design* sendo uma área específica deste. Para além de questões políticas em torno da autonomia da Moda no que se refere a sua constituição enquanto campo de conhecimento, percebe-se como positiva esta ‘aproximação’ com o *design* e, de grande valia para a Moda no contexto da sustentabilidade.

A perspectiva de projeto e metodologias de resolução de problemas, próprias do campo do *design*, em muito tem a contribuir para a prática da Moda que não mais pode se resumir a criação de coleções com fim em si mesmas. Assim as abordagens do *design*, principalmente em relação a sustentabilidade, são muito bem vindas por apresentar caminhos que possibilitem à Moda a sua aplicação prática. Neste sentido um bom exemplo provém da fala de uma professora entrevistada que transpareceu o quanto a perspectiva do ciclo de vida, metodologia de análise de impactos utilizada no *design*, contribuiu para a compreensão dos estudantes em sua abordagem sobre sustentabilidade na Moda.

7.2. Sobre a integração do tema sustentabilidade no ensino superior de Moda em Belo Horizonte

O reconhecimento local é um ponto recorrente em propostas sustentáveis. Dentro da metodologia do *Design* Sistêmico constitui um princípio de projeto, para o *Slow Fashion* compõe a mentalidade que faz frente à Moda globalizada que pasteuriza a diversidade. Assim,

naturalmente, esta pesquisa se voltou para o reconhecimento do ensino de *Design* de Moda em Belo Horizonte; origem do conhecimento e experiências que motivaram esta pesquisa.

Belo Horizonte possui rica história em relação à Moda tanto em sua tradição pelo fazer manual quanto pelo próprio desenvolvimento da cidade. É fundamental que esta história faça parte do repertório dos futuros profissionais, assim como o reconhecimento dos recursos e saberes tradicionais locais. No que tange o ensino, foi aqui onde a Moda nacional iniciou seu percurso na academia, em 1986, com o curso de extensão em Estilismo oferecido pela faculdade de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais. Iniciativa que foi o embrião da atual graduação em *design* de Moda da Universidade.

Atualmente a cidade dispõe de quatro cursos superiores na área, cada um com seu enfoque que, de certa forma considerando o tema deste estudo, se complementam. Assim, em Belo Horizonte é possível escolher uma formação voltada para o desenvolvimento da linguagem autoral, do empreendedorismo e tecnologia têxtil ou mais focada na gestão e tecnologias de comunicação como as mídias digitais. Esta conformação demonstra que diferentes histórias acadêmicas geram diferentes propostas pedagógicas e que, considerando Belo Horizonte como um Sistema, a colaboração e interação entre os cursos faz mais sentido do que a competição

7.3. Proposições

Assume-se que não há um modelo a ser seguido, uma vez que a sustentabilidade é um conceito relativo ao seu tempo e espaço e precisa ser pensada de maneira plural e singular ao mesmo tempo. Desta forma não é pretensão desta pesquisa determinar nenhum caminho, mas sugerir pontos que merecem atenção dentro do tema e recorte estudados.

A partir da análise documental propõe-se, no quadro 10, alguns conteúdos que se acredita contribuir para o sucesso de determinados objetivos do curso e perfil do egresso – habilidades e competências -.

OBJETIVOS DO CURSO E PERFIL DO EGRESSO**PROPOSIÇÃO**

Possuir uma visão sistêmica de projeto

Design sistêmico; perspectiva do ciclo de vida.

Apresentar soluções inovadoras e criativas

Trabalhar conceitos de inovação; apresentar a sustentabilidade como Plataforma para inovação;

Compreensão crítica quanto ao seu papel de agente transformador da realidade e como criativo solucionador de seus problemas

Identificar os problemas atuais relacionados à Moda para propor soluções. Uma boa fonte de dados que são anualmente atualizados se encontra na Agenda CEO – Eight sustainability priorities for the fashion industry, Pulse of the Fashion Industry e ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil).

Relacionar a Moda com os 17 ODS da Onu, buscando compreender como a Moda pode contribuir para o alcance de suas metas.;

Atender as necessidades locais, regionais e nacionais; contribuir para a criação de um diferencial competitivo no setor da Moda regional, incentivando sua melhoria e contribuindo para o desenvolvimento integrado, geração de riqueza, melhoria de qualidade de vida, considerando novas tecnologias e respeitando o meio ambiente;

Para atender as necessidades é necessário antes reconhecê-las. Neste sentido o mapeamento do território é fundamental e pode ser feito através do *Design* e território e da metodologia do *Design* sistêmico;

É pertinente que a história da Moda brasileira, o reconhecimento das artesanias e especificidades culturais de cada região bem como a história da Moda local (estado e cidade) faça parte do conteúdo das disciplinas dedicadas a Cultura e História da Moda;

Conscientizar quanto ao seu papel social e desenvolvimento do espírito crítico e da ética profissional

Sensibilizar quanto à responsabilidade do profissional de *Design* de Moda ante o contexto insustentável do Sistema e refletir sobre seu potencial enquanto propositor de um novo cenário onde a Moda possa ser instrumento na promoção de qualidade de vida.

Instrumentalizar o educando para que possa ser produtor de qualidade de vida, estimulador de novos comportamentos e aglutinador social.

Refletir sobre a transformação da prática do *Designer* de Moda proposta por Fletcher, K e Grose (2013): - o *designer* como educador-comunicador; - o *designer* como facilitador: - o *designer* como ativista; - o *designer* como empreendedor.

Outras sugestões se fazem pertinentes a partir da análise das entrevistas e questionário:

- É necessário ampliar o conceito de sustentabilidade para uma concepção sistêmica; a abordagem sistêmica foi identificada no ProNEA, na revisão de literatura nacional e internacional, nas DCN's bem como nos PPP's analisados. No entanto o resultado do questionário sugere que esta perspectiva ainda não faz parte do repertório dos alunos;
- Reforçar os pilares social e econômico do tripé da sustentabilidade;
- Destacar o papel central do *Design* ante um contexto de insustentabilidade e de transformação;
- Estimular a percepção da sustentabilidade como Plataforma para inovação;
- Apresentar a sustentabilidade como o diferencial que representa para o profissional atualizado;
- Estimular projetos de extensão;
- Incluir as perspectivas e realidades dos estudantes nas atividades propostas;

8. CONCLUSÃO

Esta pesquisa se propôs traçar o panorama do Ensino Superior de *design* de Moda em Belo Horizonte no que se refere à integração do tema sustentabilidade a área. Para tanto reuniu diferentes perspectivas – coordenadores, docentes e discentes - que foram analisadas em relação à literatura nacional e internacional sobre o assunto e à luz do *Design* Sistêmico.

Constatou-se que o Ensino de *design* de Moda em Belo Horizonte não está a parte das questões sustentáveis de seu contexto. O momento atual é de transição entre o já estabelecido *status quo* da Moda e os novos pensamentos que reformulam e ampliam os horizontes da área para além da criação de coleções em um ritmo sazonal de tendências.

Neste sentido percebe-se que, em sua maioria, trata-se de um movimento endógeno de iniciativa particular dos professores que de forma mais dinâmica e orgânica reestruturam o conteúdo ministrado pelos cursos.

A etapa de campo, momento de realizar as entrevistas com professores e coordenadores, foi interrompida pela pandemia do Covid-19 que impôs, a partir de março deste ano, uma realidade de distanciamento social sem precedentes. O distanciamento veio justamente no momento de maior contato com os professores e estudantes; almejava-se apresentar projetos desenvolvidos na disciplina “**sustentabilidade e Moda**” os quais conheci na entrevista *in loco* com a professora Tereza Cristina que abriu as portas de sua aula para a pesquisa.

Estava animada com as possibilidades vislumbradas quando, na semana seguinte tudo parou. Os cursos foram interrompidos e os professores e coordenadores ficaram sobrecarregados diante da necessidade de readaptar toda a estrutura do curso para o Ensino remoto.

Também readaptamos nossa metodologia para entrevistas online. A plataforma digital possibilitou a continuidade da pesquisa, mas é necessário ressaltar que não a substituiu sem ônus. Algumas entrevistas presenciais ocorreram nas próprias faculdades, o que, além de abrir novos contatos – com professores e alunos - permitia conhecer trabalhos e projetos realizados no local como mencionado acima. Esta interação foi perdida com o distanciamento social reduzindo a quantidade potencial de participantes.

A despeito de toda intercorrência continuamos o estudo focados em alcançar o objetivo proposto com as ferramentas disponíveis. Para além de questões técnicas reconhece-se que esta etapa de campo somente se realizou graças ao empenho de muitos – equipe da pesquisa, professores, coordenadores e estudantes.

Para a Moda o contexto pandêmico significou por um lado grandes perdas em vendas, desemprego e falência de empresas, mas, por outro, acelerou o processo de integração da sustentabilidade na área. Com certeza este será um tema de pesquisa com inúmeras abordagens daqui para frente.

O cenário traçado por esta pesquisa não reflete a realidade particular de cada um dos cursos, mas constitui -se em um primeiro levantamento sobre o ensino de *design* de Moda em Belo Horizonte. Seria interessante uma abordagem focada em um único curso para contemplá-lo com maior profundidade e proximidade, construindo sua rede sistêmica de relacionamentos. Outros temas referentes à Moda local também se apresentam pertinentes como a história do curso de extensão em Estilismo da faculdade de Belas Artes da UFMG e a influência do Grupo Mineiro de Moda para a composição do Ensino e da Moda em Belo Horizonte.

REFERÊNCIAS

Assunto: Proposta de Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental, 26.

Aguiar, G. C. O. de. (2015). CURSOS SUPERIORES DE MODA NO BRASIL: regulamentações, evoluções e perspectivas. *11º Colóquio de Moda*, 1–15. http://www.coloquioModa.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/ARTIGOS-DE-GT/GT01-EDUCACAO-TEORIA-E-PRATICA-EM-MODA/GT-1-CURSOS-SUPERIORES-DE-MODA-NO-BRASIL.pdf

Ali Khan, S. (1995). *Taking Responsibility-Overview: Promoting Sustainable Practice Through Higher Education Curricula (Environmental Agenda)*. Pluto Press.

Amorin, W. (2016). *Moda Ornamento : singularidades do design mineiro*. Univesidade do Estado de Minas Gerais.

Armstrong, C., & LeHew, M. (2014). Barriers and Mechanisms for the Integration of Sustainability in Textile and Apparel Education: Stories from the Front Line. *Fashion Practice*, 6(1), 59–85. <https://doi.org/10.2752/175693814x13916967094830>

Association of University Leaders for a Sustainable Future. (1990). Association of University Leaders for a Sustainable Future The Talloires Declaration. *The Talloires Declaration*.

Barcelos, A. (2013). *A China na cadeia têxtil – vestuário : impactos após a abertura do comércio brasileiro ao mercado mundial e do final dos Acordos Multifibras (AMV) e Têxtil Vestuário (ATV)*. 9–44.

Berlim, L. (2012). *Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária*.

Bisneto, J., & Pereira, S. (2013). Gestão Ou Design De Vestuário? O Ensino Da Moda Na Bahia. *Gestão & Planejamento - G&P*, 14(1), 157–176.

Bistagnino, L., & Campagnaro, C. (2014). Systemic Design. In *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_4033

Borges, M. D. S. (2017). Problematizando a formação superior em Moda. *dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, 10(21), 111. <https://doi.org/10.26563/dobras.v10i21.557>

- Bowers, C. A. (2007). Challenges in Educating for Ecologically Sustainable Communities. *Educational Philosophy and Theory*. <https://doi.org/10.1111/j.1469-5812.2001.tb00267.x>
- Brasil. (2004). Resolução CNE/CES nº 5, de 8 de março de 2004. Aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em *Design*. *Diário Oficial da União - DOU, Seção 1*, p. 24, 1–5. http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf
- Brown, S., & Small, G. B. (2010). *Eco Fashion*. Laurence King Publishing.
- Capra, F. (1996). A teia da vida: Uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. *Cultrix*, 249.
- Capra, F. (2002). *Ciência para uma vida sustentável*. Cultrix.
- Capra, F., & Luigi Luisi, P. (2014). *A visão sistêmica da vida: uma concepção unificada e suas implicações filosóficas, políticas, sociais e econômicas*. (A. Ramachandra, D. Delela, R. Ferraz, I. Kaio, & J. Bureau (orgs.); 1º). Editora Pensamento Cultrix.
- Cardoso, R. (2012). *Design para um mundo complexo* (1º ed). Cosac Naify.
- Carvalho, A. (2016). *Moda com Propósito. Manifesto pela grande virada* (1º). paralela.
- Cietta, E. (2012). A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. In *São Paulo: Estação das letras e cores* (Número January 2012). <https://doi.org/10.1002/ana.410290219>
- DeLong, M., Casto, M. A., Min, S., & Lee, Y. K. (2016). Education for apparel sustainability from perspectives of *design* students from differing cultural contexts. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 9(3), 248–260. <https://doi.org/10.1080/17543266.2016.1173234>
- Dewberry, E. (2002). Demi: Linking *Design* with Sustainability. *International Journal of Sustainability in Higher, May*, 1–10. <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Demi+:+linking+design+with+sustainability#0>
- Edelkoort, L. (2017). *Li Edelkoort Reads Her Anti-Fashion Manifesto*. Bof Team. <https://www.businessoffashion.com/videos/news-analysis/video-li-edelkoort-reads-her-anti-fashion-manifesto>

- Ehrman, E., & Watson, E. (2018). *Fashioned from nature* (1°). Victoria & Albert Museum.
- Elkington, J. (2013). Enter the triple bottom line. *The Triple Bottom Line: Does it All Add Up*, 1(1986), 1–16. <https://doi.org/10.4324/9781849773348>
- FIEMG. (2018). *Panorama de inteligência competitiva para o setor da Moda em Minas Gerais: vestuário* (p. 213).
- Fiorentino, C. (2012). *Designa 2012. FRAGMENTATION, EDUCATION ON DESIGN FOR SUSTAINABILITY: FOCUS VS.*, 89–93.
- Fletcher, K; Grose, L. (2013). Fashion & sustainability: *design* for change. In *Choice Reviews Online*. <https://doi.org/10.5860/choice.50-3061>
- Fry, T. (2008). *Design Futuring: Sustainability, Ethics and New Practice* . (English Ed). Berg Publishers.
- Gonzalez, R. S. (2015). *O Método Comparativo e a Ciência Política O Método Comparativo e a Ciência Política. December 2008*. <https://doi.org/10.21057/repam.v2i1.1464>
- Gwilt, A. (2014). A Practical Guide to Sustainable Fashion. In *A Practical Guide to Sustainable Fashion*. <https://doi.org/10.5040/9781474218559>
- Hermes, C., & Júnior, J. (2018). O curso de *design* de Moda da faculdade SENAI CETIQT: uma leitura curricular. *Arte, Moda e design*, 1, 29–55.
- Hur, E., & Cassidy, T. (2019). Perceptions and attitudes towards sustainable fashion *design*: challenges and opportunities for implementing sustainability in fashion. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 12(2), 208–217. <https://doi.org/10.1080/17543266.2019.1572789>
- Jardim, J. (2013). O uso da etnografia na pesquisa em educação. *Educere*.
- Kolb, S., Kozlowski, S., Mcneil, C., Fairhurst, K., & Soto, S. (2017). *Guide to Sustainable Strategies*.
- Kozlowski, A., Searcy, C., & Bardecki, M. (2018). The reDesign canvas: Fashion *design* as a tool for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 183, 194–207. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.014>
- Landgren, T. M., & Pasricha, A. (2011). Transforming the fashion and apparel curriculum to

- incorporate sustainability. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 4(3), 187–196. <https://doi.org/10.1080/17543266.2011.613856>
- Laver, J. (1989). *A roupa e a Moda*. Companhia das letras.
- LEI N° 9.795, DE 27 DE ABRIL DE 1999., (1999).
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9795.htm
- Lima, V. (2018). *Ensino superior em design de moda no Brasil: Práxis e (in)sustentabilidade*. Universidade de São Paulo.
- Lipovetsky, G. (2009). O Império de Efêmero: A Moda e seu destino nas sociedades modernas. In *Companhia de Bolso*.
- Liz, C. (2015). *A MODA COMO INSTITUIÇÃO SOCIAL NO CONTEXTO ! BELO-HORIZONTINO NA DÉCADA DE 1980 A MODA COMO INSTITUIÇÃO SOCIAL NO CONTEXTO ! BELO-HORIZONTINO NA DÉCADA DE 1980*.
- MacArthur, E. (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. In *Ellen MacArthur Foundation*. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/a-new-textiles-economy-redesigning-fashions-future>
- Marinho, M. G. S. M. . (2005). Ensino Superior de Moda: condicionantes sociais e institucionalização acadêmica em São Paulo. In *Moda, comunicação e cultura - um olhar acadêmico*. Art e Ciência.
- Marques, D., & Jocelise Jacques. (2015). O ensino do *design* e sustentabilidade nos cursos de Moda no Brasil. *11º Colóquio de Moda*, 1–12.
http://www.coloquioModa.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO8-SUSTENTABILIDADE/CO-8-O-ENSINO-DO-DESIGN-E-SUSTENTABILIDADE-NOS-CURSOS-DE-MODA-NO-BRASIL.pdf
- Mattos, C. L. G. de, Castro, P. A. de, & Mattos, C. L. G. de. (2011). A abordagem etnográfica na investigação científica. In *Etnografia e educação: conceitos e usos*. <https://doi.org/10.7476/9788578791902.0003>
- Mendes, F. D. (2017). Educação de Moda para o futuro. In *Portal de Livros Abertos da USP*. <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/130/109/552-1>
- Mendonça, R. (2014). *Torino* (Número September) [Politecnico di Torino].

<https://doi.org/10.6092/polito/porto/2534088>

Morgan, A. (2015). *The True Cost*. Life Is My Movie Entertainment Bullfrog Films (home media).

Niinimäki, K. (2013). Sustainable Fashion: new approaches. In *Just-Style* (Vol. 459, Número June). <https://doi.org/10.1038/459915a>

Okada¹, R. A., & Berlim², L. (2014). DESIGN DE MODA: POSSIBILIDADES DE INOVAÇÃO SOCIAL E SUSTENTABILIDADE Fashion *Design*: Possibilities for social innovation and sustainability. *Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística*.

Oliveira, A. (2013). *Etnografia e pesquisa educacional : por uma descrição densa da educação* *Ethnography and educational research : For a thick description of education*. 17(3), 271–280. <https://doi.org/10.4013/edu.2013.173.11>

ONU. ([s.d.]). *Objetivos do desenvolvimento sustentável no Brasil*. Recuperado 24 de abril de 2020, de <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

Palomo-Lovinski, N., & Hahn, K. (2014). Fashion *Design* Industry Impressions of Current Sustainable Practices. *Fashion Practice*, 6(1), 87–106. <https://doi.org/10.2752/175693814x13916967094911>

Paula, A., Siena, P., Da, M., Morais, S., Ferreira, O., & Neto, D. M. (2000). *Uni – FACEF – Centro Universitário de Franca*. 140–160.

Perez, I. U., & Santos, A. dos. (2016). *Lacunas De Pesquisa Em Design De Moda Para a Sustentabilidade Em Sua Dimensão Ambiental*. 1987–1998. <https://doi.org/10.5151/despro-ped2016-0169>

Pires, D. B. (2007). *Design de Moda: uma nova cultura*. *dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*. <https://doi.org/10.26563/dobras.v1i1.404>

PIRES, D. B. (2002). A História dos cursos de *design* de Moda no Brasil. *Estudos em Comunicação e Educação: Especial Moda/Universidade Anhembi Morumbi*, IV(9), 112. <https://docplayer.com.br/2989098-A-historia-dos-cursos-de-design-de-Moda-no-brasil-the-history-of-the-courses-of-fashion-design-in-brazil.html>

Prado, L. A. do, & Braga, J. (2019). *História da Moda no Brasil: das influências às autorreferências*. (2°). Disal.

Educação Ambiental. Por um Brasil Sustentável., 104 (2018).

Puppim, R., Mendes, L. A., & Broega, A. C. (2018). *Sustentabilidade No Colóquio De Moda : 1–17*.

Rana, M. R. I., & Ha-Brookshire, J. (2019). New conceptual framework for fashion business ideation, negotiation, and implementation undergraduate curricula for sustainable development. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 12(2), 140–148. <https://doi.org/10.1080/17543266.2018.1534003>

Remy, N., Eveline, S., & Swartz, S. (2016). *Style that's sustainable: A new fast-fashion formula*. Mckinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula#>

Rissanen. (2018). Possibility in Fashion *Design* Education—A Manifesto. *Utopian Studies*, 28(3), 528. <https://doi.org/10.5325/utopianstudies.28.3.0528>

Salcedo, E. (2014). Moda ética para un futuro sostenible. In *GG Moda*.

Santos, A. dos, & Perez, I. U. (2017). Ensino de Moda para atuação em novos contextos de *design* e de produção: sustentabilidade, open *design* e fabricação digital. *Revista de Ensino em Artes, Moda e Design*, 1(1), 149–174. <https://doi.org/10.5965/25944630112017149>

Schefer, M. C., & Knijnik, G. (2015). Construindo uma pesquisa do “Tipo Etnográfico” na educação. *Revista Principia - Divulgação Científica e Tecnológica do IFPB*, 1(28), 104. <https://doi.org/10.18265/1517-03062015v1n28p104-110>

Simmel, G. (2001). *La Moda* (1°). MONDADORI.

Sousa, C. S. M., Neira, L. G., & Bastian, W. (2010). Regulação do ensino do *design* de Moda – para quem ? *9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*.

Tärneberg, S., Lehmann, M., EderHansen, J., Kruse, E., & Chalmer, C. (2019). *Ceo agenda 2019*. 24.

Thomas, S. (2008). From “green blur” to ecofashion: Fashioning an eco-lexicon. *Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture*, 12(4), 525–540. <https://doi.org/10.2752/175174108X346977>

Tomaney, M. (2005). The Elephant in the Room: Contextualizing the Ethical within Fashion Excellence. *Parker and M. Dixon*.

Vezzoli, C., & Manzini, E. (2008). *Design for environmental sustainability*. In *Design for Environmental Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/978-1-84800-163-3>

Williams, D. (2014). Fashioning the Future. *The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry* ISSN:1756-9370, 9370. <https://doi.org/10.2752/175693814X13916967095118>

Yin, R. K., & K.Yin, R. (2011). Qualitative Research from Start to Finish. In *The Guilford Press*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

ANEXOS

A) - ESCOPO DA ENTREVISTA - PROFESSORES E COORDENADORES

Nome:

Idade:

Sexo: feminino () masculino ()

Formação e experiência:

1. O que você entende por sustentabilidade?
2. Como você percebe a relação Moda e sustentabilidade?
3. Quais disciplinas leciona atualmente?
4. Você aborda o tema sustentabilidade em suas disciplinas? Se sim. Como? Quais os resultados? Se não. Porque
5. À qual bibliografia recorre para tratar do tema em sua(s) disciplina(s)?
6. Como percebe o envolvimento do curso com o tema sustentabilidade e Moda?
7. Como percebe o envolvimento dos alunos com o tema sustentabilidade e Moda? Qual ou quais os maiores desafios encontrados?
8. Como você percebe a motivação dos alunos em relação ao tema? Qual ou quais os maiores desafios encontrados?
9. Quais as competências e habilidades você considera importante para a abordagem da Sustentabilidade na educação superior de *design* de Moda?
10. Como engajar estudantes na transformação para uma Moda mais sustentável?
11. Que ações podem criar comprometimento nas instituições e organizações de ensino?

B) - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS

Ensino de moda em Belo Horizonte

“ Is our design education part of the problem or part of the solution? ”

Como pensar a moda no contexto da sustentabilidade?

O tema tem feito parte da formação dos futuros profissionais da área?

Essas e outras questões incitaram minha pesquisa de Mestrado da qual faz parte este questionário.

Com intuito de perceber localmente este tema que é global, a investigação volta-se para a cidade de Belo Horizonte, buscando o ponto de vista dos estudantes de Moda (coordenadores e professores também participam da pesquisa, porém em outro momento).

O objetivo é traçar um panorama local que esboce iniciativas e expectativas e, possa contribuir para ações futuras (nem tão futuras assim) no ensino da Moda. Por isso sua participação é importante! E não se preocupe; não existem respostas certas ou erradas.

Para participar deste estudo você:

1. não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira;
2. não estará sujeito a nenhum risco ou ônus;
3. terá sua identidade resguardada.

Como responsável pela condução desta pesquisa, tratarei os seus dados com o devido profissionalismo e sigilo, garantindo a segurança da sua privacidade. Os dados coletados serão utilizados somente para a pesquisa e os resultados deverão ser veiculados por meio de artigos científicos em revistas especializadas e/ou em encontros científicos e congressos, sempre tomando-se os devidos cuidados para que não sejam identificados os respondentes.

Esta pesquisa está sendo desenvolvida Programa de Pós-graduação da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) sob a orientação do Professor Eduardo Romeiro Filho e co-orientação da Professora Rosângela Míriam.

Agradecemos a sua contribuição!

Atenciosamente,
Sandra Maia, Mestranda
Professor Eduardo Romeiro Filho
Professora Rosângela Míriam

Caso tenha alguma dúvida ou comentário entre em contato conosco pelos emails: sandra.maia@gmail.com | edu.romeiro@gmail.com

Ensino de moda em Belo Horizonte

* 1. Você é estudante de graduação em moda em Belo Horizonte?

- sim
 não

2. Qual é a sua idade?

- Entre 18 e 24 anos
 Entre 25 e 34 anos
 Entre 35 e 44 anos
 Acima de 45 anos.

3. Qual cor/raça você se declara?

- Branca
 Parda
 Negra
 Indígena

4. Qual é o seu sexo?

	Feminino (Biológico)	Masculino (Biológico)
Mulher (como você se identifica)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Homem (como você se identifica)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agênero (como você se identifica)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Você desenvolve alguma atividade remunerada?

- Sim
 Não

6. Sua atividade remunerada é na área da moda?

- Sim
 Não

7. Qual a carga horária dedicada à essa atividade?

- 20 horas por semana
- 30 horas por semana
- 40 horas por semana
- Outra

8. Qual é a renda da sua família?

- Até 2 salários mínimos (Até R\$ 2.090,00)
- De 2 a 4 salários mínimos (De R\$ 2.090,00 até R\$ 4.180,00)
- De 4 a 6 salários mínimos (De R\$ 4.180,00 até R\$ 6.270,00)
- Acima de 6 salários mínimos (Acima de R\$ 6.270,00)

9. Quantas pessoas dependem dessa renda?

10. Em qual instituição você estuda?

- Centro Universitário Una
- Estácio de Sá
- Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC)
- Universidade Federal do Estado de Minas Gerais (UFMG)

11. Você possui alguma(s) das formações abaixo?

- Técnico na área da moda
- Técnico em outra área
- Graduação
- Pós-graduação
- Não possuo nenhuma das formações elencadas.

* 12. Em qual etapa do curso de moda você está?

- Início do curso
- Meio do curso
- Final do curso

13. Qual o tema de seu projeto de conclusão de curso?

14. Você aborda a sustentabilidade em seu projeto de conclusão de curso?

Sim

Não

15. O que você entende por desenvolvimento sustentável?

16. Você se interessa pelo tema sustentabilidade na moda?

não me interesse me interesse me interesse muito

17. Qual o grau de importância você confere à sustentabilidade na moda?

Pouco importante Fundamental

18. Qual o seu envolvimento com a sustentabilidade enquanto estudante de moda?

- Ainda não me envolvi de nenhuma forma com a sustentabilidade em meus estudos de moda.
- Me envolvo pouco. (Leio e converso com pessoas sobre o tema mas nunca fiz nada relacionado.)
- Estou bem envolvido. (Busco me atualizar sobre o tema e relaciono meus trabalhos disciplinares à sustentabilidade, sempre que possível.)
- Muito envolvido.(A sustentabilidade é meu tema de pesquisa na faculdade. Participo de grupos de estudo, projetos de extensão e/ou iniciação científica sobre o tema.)

19. Onde você obtém a maior parte das informações sobre moda e sustentabilidade?

- Em blogs e sites especializados
- Em eventos de moda. (fashion revolution, MTP, SPFW....)
- Nas aulas em meu curso de Moda.
- Em livros e revistas.
- Filmes e documentários.
- Outro (especifique)

20. Até o momento você percebe a sustentabilidade abordada no seu curso?

- Sim
- Não

21. Como você avalia a abordagem da sustentabilidade em seu curso de moda?

- É abordada superficialmente. O tema é citado de vez em quando em alguma disciplina, sem bibliografia sugerida e pouco tempo dedicado.
- É abordada mas não existe uma disciplina específica para o tema. Alguns professores adicionam o assunto em suas disciplinas.
- O tema é abordado em uma disciplina específica, porém de forma isolada do restante das matérias e projetos do curso.
- O tema aparece praticamente em todas as disciplinas e projetos da faculdade de moda. Sempre muito debatido embora não exista uma disciplina nem bibliografia específica sobre o assunto.
- O tema possui uma disciplina específica e é bastante abordado durante o curso.

22. Entre as disciplinas que você já cursou qual (quais) aborda(m) o tema sustentabilidade?

23. Em qual área da Moda pretende trabalhar?

- Ainda não pensei a respeito.
- Marketing e publicidade de moda.
- Acadêmica; pretendo lecionar e fazer pesquisa.
- Administrativo, gestão de empresas de moda.
- Design e criação; estilista de uma marca.
- Confecção; modelagem e costura.
- Produção de moda; editorial.
- Tecnologia Têxtil; indústria têxtil.
- Consultoria de imagem.
- Figurino; teatro, televisão e dança.
- Empreender meu próprio negócio.
- Outro (especifique)

24. Você acredita que é possível integrar a sustentabilidade em seu trabalho na moda independente da área que escolha para atuar? Se sim, como? Se não, explique-nos o por que.

25. Das alternativas abaixo qual você considera possuir maior responsabilidade na mudança para uma moda mais sustentável?

- Designer/Estilista
- Consumidor
- Empresários; donos das marcas
- Universidades; centros de ensino

26. Você conhece algum livro específico sobre o tema? Se sim, qual (quais)?

27. Você conhece algum filme ou documentário que trate do assunto? Se sim, qual (quais)?

28. Fora da instituição acadêmica, você participa , ou participou, de algum projeto relacionado à moda e sustentabilidade? Se sim, conte-nos qual.

- Fashion Revolution
- The Street Store
- Slow Week
- Projeto Remexe Favelinha no aglomerado da Serra-BH
- Outro (especifique)

29. Você participa ou já fez parte de algum projeto acadêmico relativo ao tema da sustentabilidade na moda? Em caso positivo, conte-nos qual.

- Iniciação científica
- Projeto de extensão
- Grupo de estudos
- Outro (especifique)

30. **Gostaria de ver os resultados desta pesquisa?**

Deixe seu e-mail.

OBRIGADA!

Gostou do tema?
Caso afirmativo,
você encontra mais informações em meu instagram.

Será um prazer tê-lx por lá.
[@maia.sandra](#)

APÊNDICE

C) Matriz Curricular do curso D

1°	História da arte	Cultura, consumo e sociedade	Pensamento lógico	Tecnologia têxtil	Desenho	Identidade criativa e resolução de problemas
2°	Estudos da imagem	Sintaxe visual	Métodos de análise, investigação e síntese.	Fotografia	Comunicação, diversidade e pensamento crítico	
3°	História da Moda	Desenho técnico analógico e digital	Modelagem	Ilustração de Moda	Projeto interdisciplinar	
4°	Marketing de Moda	Laboratório de criação e desenvolvimento de acessórios	Computação gráfica aplicada à Moda	Design têxtil	Projeto interdisciplinar	
5°	Produção de Moda	Consultoria de estilo	Pesquisa de tendências	Desenvolvimento de coleção	Moulage	Projeto interdisciplinar
6°	Gestão de produtos e marcas de Moda	Moda contemporânea	Empreendedorismo	TCC projeto		
7°	Técnicas de apresentação	Produção de conteúdo para mídias digitais	Modelagem avançada	TCC orientação		

Fonte - Website do curso

D) Matriz Curricular do curso B

1º	Estudo da forma	Tópicos em sociedade e cultura contemporânea	Teoria da cor	Desenho livre	Estética	História da arte e da indumentária	
2º	Moda, semiótica e comunicação	Desenho livre II	Desenho e projeto – acessórios de Moda	História da arte e da indumentária moderna	Modelagem I	Fibras, fios e têxteis	Costura industrial básica
3º	Representação gráfica para croqui de Moda	Modelo Vivo	Núcleo de projeto e pesquisa	Modelagem II	Materiais têxteis, experimentação e aplicação	Prática projetual/ Acessórios de Moda	Costura industrial aplicada
4º	Metodologia de pesquisa / projeto em <i>design</i>	Desenho técnico do vestuário feminino	História da Moda – séc XIX à contemporaneidade	Computação gráfica aplicada à Moda	Moulage	Fundamentos da estamparia	
5º	Técnicas de expressão	Desenho técnico do vestuário masculino	Núcleo de projeto II	Sustentabilidade e Moda	Atelier e estamparia – serigrafia	Planejamento e desenvolvimento de coleção	
6º	Moda e texto	Empreendedorismo e inovação em Moda	Arte e Moda	Núcleo de projeto III	Fotografia/ Moda		
7º	Supervisão de estágio	Comportamento do consumidor	Marketing digital, e-commerce e redes sociais	Núcleo de projeto IV	Produção de Moda	Prática da cor	
8º	Moda e varejo	TCC	Gerenciamento de produção				

Fonte – Website do curso

E) Matriz curricular do curso C

1º	Forma, cor e composição	Desenho técnico	Conceitos materiais e processos	Panorama do vestuário	Ergonomia		
2º	Pesquisa de Moda I	Desenho técnico II	Desenho da figura humana	Atividade prática integradora	Metodologia do <i>design</i> I	Optativa	Eletiva
3º	Modelagem básica	Desenho básico de vestuário	Estamparia	Eletiva	Optativa		
4º	Modelagem feminina	Ilustração de Moda	Pesquisa de Moda II	Atividade prática integradora	Eletiva	Optativa	
5º	Modelagem masculina	Técnicas de industrialização	Eletiva	Optativa			
6º	Moulage	Atelier de Criação e Projeto	Atividade prática integradora	Eletiva	Optativa		
7º	Acabamento de confecção	Atelier de Criação: desenvolvimento	Eletiva	Optativa			
8º	TCC em <i>design</i> de Moda	Atividade prática integradora	Eletiva	Optativa			

Fonte - Website do curso

F) Matriz Curricular do curso C

1º	Desenho de Observação	Fundamentos do <i>design</i>	Língua portuguesa	Linguagem visual e percepção	Teoria e prática da cor				
2º	<i>Design</i> , sociedade e cultura	Metodologia e projeto e <i>design</i>	Representação gráfica digital em Moda	Semiótica aplicada ao <i>design</i>	Técnicas de costura				
3º	Cultura brasileira	<i>Design</i> de padronagens e superfícies	Ecodesign , sustentabilidade e inovação	Ergonomia e modelagem do vestuário	Estética e história da arte contemporânea	História da cultura e sociedade no mundo contemporâneo			
4º	Comportamento do consumidor	Ética e legislação em <i>design</i>	História da Moda II	Inovação tecnológica	Modelagem avançada	Pesquisa e planejamento de coleção	Processos produtivos e mercado de Moda	Propriedade intelectual, direito e ética	Técnicas de representação do vestuário
5º	Criação e produção de Moda	Marketing e gestão de negócios em Moda	Modelagem digital	Projeto de coleção em <i>design</i> de Moda	Tópicos em libras: surdez e inclusão.				

Fonte - Website do curso

G) SBGRUPO IES_REPERTÓRIO EM RELAÇÃO AO TEMA.

Você conhece algum livro específico sobre o tema? Se sim, qual (quais)?

Você conhece algum filme ou documentário que trate do assunto? Se sim, qual (quais)?

D

Moda Com Propósito, Eco chic, Moda e sustentabilidade uma reflexão necessária, Moda e sustentabilidade Design para a mudança, Moda Sustentável.

Cradle to cradle

The True Cost; River blue

B

The True Cost

A

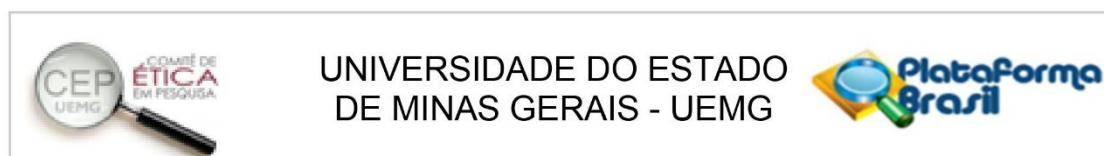
Eco chic, Moda e sustentabilidade, Moda com propósito, Meio Ambiente Sustentável da Moda no Brasil, Mundo e Moda e Sustentabilidade, Cradle to Cradle; Moda ética para um futuro sustentável

Amazon fashion; The True Cost; Unravel; The Story of stuff; Luxury: behind the mirror of high-end Fashion; Brazil: slaves to fashion; Latim América Investigates; Minimalism, Living on One Dollar; Sweatshop; Traceable; China Blue; A Plastic Ocean; Cidade das Flores; Estou me guardando para quando o carnaval chegar.

C

The Corporation; The True Cost; Made in Bangladesh; Desacelerando a Moda.

H) PARECER Comitê de ética



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Sustentabilidade e ensino superior de moda em Belo Horizonte

Pesquisador: Sandra Maia Rodrigues Pereira

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 27147419.3.0000.5525

Instituição Proponente: Escola de Design

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.440.216

Apresentação do Projeto:

A integração da sustentabilidade no sistema de ensino é uma prerrogativa contemporânea. A insustentabilidade da indústria fashion é indiscutível. Sua atividade tem destruído o meio ambiente, aumentado a desigualdade econômica além de causar grandes danos sociais e culturais. Assumindo o ensino como uma poderosa ferramenta para a mudança desse quadro, esse estudo dedica-se a compreender como o tema tem sido abordado na formação dos novos profissionais da área. Para tanto, pretende-se pesquisar os cursos superiores de moda das quatro universidades da cidade de Belo Horizonte - MG.

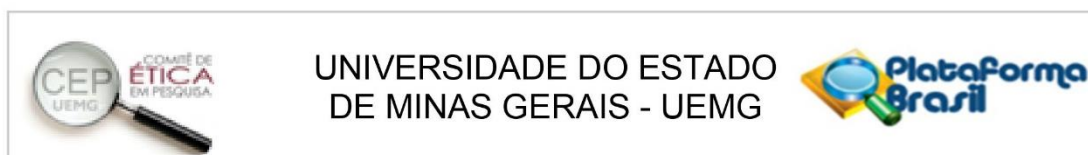
Objetivo da Pesquisa:

- . Objetivo Primário: - Propor diretrizes para o desenvolvimento de projetos pedagógicos que integrem a sustentabilidade ao curso superior de moda.
- . Verificar a abordagem sobre sustentabilidade no ensino de design de moda, traçando seu cenário especificamente em Belo Horizonte;

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Embora a pesquisa não aborde nenhum assunto de natureza particular e pessoal, o participante pode se sentir constrangido diante de algum questionamento que esteja fora de seu conhecimento. **Benefícios:** Contribuir para a integração da sustentabilidade no ensino de moda, relativizando os conceitos sustentáveis à teoria e prática formadora dos profissionais de moda.

Endereço: Rodovia Papa João Paulo II nº 4143 - Ed. Minas - 8º andar Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves
Bairro: Serra Verde **CEP:** 31.630-900
UF: MG **Município:** BELO HORIZONTE
Telefone: (31)3916-8660 **Fax:** (31)3330-1570 **E-mail:** cep.reitoria@uemg.br



Continuação do Parecer: 4.440.216

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa qualitativa que pretende verificar como o tema sustentabilidade tem sido abordado na formação dos novos profissionais de moda. Para tanto, será realizada uma análise documental em arquivos não sigilosos e disponibilizados pelas instituições participantes como grade curricular, ementas disciplinares e projetos pedagógicos, e pesquisa em campo, momento em que serão realizadas entrevistas com professores e coordenadores e, questionário online aplicados aos estudantes dos cursos superiores de moda no referido

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

A folha de rosto devidamente assinada foi apresentada.

O Tcle com a inserção dos riscos e das técnicas de coleta de dados foi apresentado.

O termo de uso de imagem e depoimento também foi apresentado.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Este foi o item listado no parecer consubstanciado número : 4.285.182

1. É necessário apresentar os roteiros das entrevistas com os coordenadores e professores, bem como o questionário a ser aplicado junto aos estudantes. estes roteiros das entrevistas e dos questionários ainda não foram apresentados.

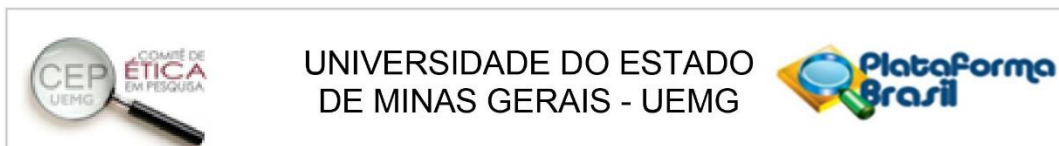
Os roteiros das entrevistas e do questionário foram apresentados.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1459723.pdf	18/09/2020 14:16:26		Aceito
Outros	questionario.pdf	18/09/2020 14:11:00	Sandra Maia Rodrigues Pereira	Aceito
Outros	entrevista_coordenadores.pdf	18/09/2020 14:09:52	Sandra Maia Rodrigues Pereira	Aceito
Outros	entrevista_professores.pdf	18/09/2020 14:08:50	Sandra Maia Rodrigues Pereira	Aceito
Declaração de concordância	AUTORIZACAO_USO_DE_IMAGEM_E_DEPOIMENTO.pdf	19/06/2020 13:15:39	Sandra Maia Rodrigues Pereira	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura	PROJETO_DETALHADO.pdf	19/06/2020 12:54:23	Sandra Maia Rodrigues Pereira	Aceito

Endereço: Rodovia Papa João Paulo II nº 4143 - Ed. Minas - 8º andar Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves
Bairro: Serra Verde **CEP:** 31.630-900
UF: MG **Município:** BELO HORIZONTE
Telefone: (31)3916-8660 **Fax:** (31)3330-1570 **E-mail:** cep.reitoria@uemg.br



Continuação do Parecer: 4.440.216

Investigador	PROJETO_DETALHADO.pdf	19/06/2020 12:54:23	Sandra Maia Rodrigues Pereira	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	18/06/2020 22:02:34	Sandra Maia Rodrigues Pereira	Aceito
Cronograma	CRONOGRAMA.pdf	18/06/2020 21:36:16	Sandra Maia Rodrigues Pereira	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto.pdf	02/11/2019 17:06:50	Sandra Maia Rodrigues Pereira	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

BELO HORIZONTE, 04 de Dezembro de 2020

Assinado por:
Wânia Maria de Araújo
(Coordenador(a))

Endereço: Rodovia Papa João Paulo II nº 4143 - Ed. Minas - 8º andar Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves
Bairro: Serra Verde **CEP:** 31.630-900
UF: MG **Município:** BELO HORIZONTE
Telefone: (31)3916-8660 **Fax:** (31)3330-1570 **E-mail:** cep.reitoria@uemg.br