

***“Uma mudança fundamental é necessária na forma como pensamos o papel da educação no desenvolvimento global, porque tem um enorme impacto no bem-estar dos indivíduos e no futuro do planeta. Agora, mais do que nunca, educação tem uma responsabilidade de estar alinhada com os desafios e aspirações, e dotada dos valores e habilidades que levarão ao crescimento inclusivo e sustentável, e a uma vida de paz para todos “.Irina Bokova, Director-General of UNESCO***.

Como atividade integrada do Rio Ethical Fashion, **MODA E ACADEMIA** reuniu educadores dos cursos de Moda no dia **06/06/19**, no IED-Rio, para discutir e compartilhar os conteúdos capazes de gerar a mudança na formação dos profissionais do futuro da indústria brasileira.

. De que forma a Educação pode contribuir para acelerar a transição para a Moda Sustentável?

. Quais competências e habilidades são necessárias para a abordagem da Sustentabilidade na Educação Superior?

. Como engajar os estudantes na transformação para uma moda responsável e limpa?

. Quais são os entraves e barreiras a abordagem da Sustentabilidade na Moda nos cursos de formação profissional?

. Que ações podem criar comprometimento nas instituições e organizações de ensino?

. De que formas a Academia pode se tornar um parceiro das marcas e da indústria nessa transformação rumo à Inovação?

A partir de uma análise SWOT, os grupos de trabalho apresentaram suas avaliações do momento atual da Educação para a Sustentabilidade na Moda.

**NOSSAS FORÇAS**

A “Brasilidade”:
- Talentos e características natos como criatividade, bom-humor, empatia, resiliência, sensibilidade, capacidade de encantamento, ser lúdico
- Recursos naturais e biodiversidade abundantes
- Diversidade cultural pode facilitar trabalho no pilar cultural da sustentabilidade

Consciência:
- Força jovem trazendo visão de futuro
- Criação de redes e aumento da colaboração / parcerias
- Tomada de consciência na sustentabilidade e na educação
- Busca pelo conhecimento / motivação pelo desafio

- Estudantes puxando as escolas e acelerando as mudanças

Design e Tecnologia:

- Pensamento de design crescendo pra ser um pensamento de mudança
- Mais informações disponíveis sobre formatos e processos de criação e produção
- Cada vez mais tecnologia sendo desenvolvida
- Cada vez mais profissionais com experiência real no assunto

Conteúdo Acadêmicos:

-Sustentabilidade já está sendo trabalhada de forma transversal nos curriculuns
- Referências teóricas dentro do país (cada vez mais acadêmicos brasileiros produzindo sobre o assunto)
- Linhas de pesquisa na academia voltadas para sustentabilidade; educação específica para a sustentabilidade crescendo
- Facilidade no acesso a conteúdo sobre moda sustentável, mais publicações e muitos sites com informação atualizada
- Eventos focados no assunto e articulando troca entre diferentes instituições

 **NOSSAS FRAQUEZAS**

Zeitgeist:
- Como sociedade trabalhamos pouco os valores não materiais como espiritualidade e empatia
- Falta de pensamento coletivo

Acesso:
- Centralização das discussões no sul e no sudeste. É preciso incluir mais instituições nesse diálogo
- Moda pouco diversa e representativa do nosso mercado consumidor
- Discussão não chega em todos os stakeholders sociais com o peso necessário (ex: economistas, jornalistas). É preciso buscar aliados fora da Academia.
- Acesso restrito a recursos sustentáveis (alunos precisam de materiotecas sustentáveis e acesso de fato a compra nos fornecedores de materiais limpos)
- Discussões no campo das ideias, pouco aplicáveis
- Pouco conhecimento da legislação e pouco apoio político nesse sentido

Velhos modelos:
- Crise da educação, conjuntura desfavorável
- Falta de visão estratégica e sistêmica das instituições, pensamento de longo prazo
- Sistemas burocráticos e engessados impedem a adaptação ágil de currículos (normas do MEC retardam mudanças ais urgentes e definitivas)
- Falta de engajamento das instituições e do mercado na transformação do ensino de Moda
- Olhar sobre o retorno financeiro ainda freia processos. Modelo de negócios das instituições de ensino visa resultado a curto prazo
- Resistência da indústria e do comércio às inovações desenvolvidas na academia
- Falta de verba para pesquisa
- Não conseguimos avaliar impactos porque não temos as métricas para medi-los ainda. Precisamos desenvolver métricas para a evolução dos processos dentro da Academia.

**OPORTUNIDADES** (fatores externos)

Colaboração:
- Aproximação entre Academia e outros players como indústria
- Colaboração entre instituições de ensino
- Mudar o paradigma de concorrência para complementaridade nas propostas
- Incentivo ao debate
- Criação de redes de produtores, makers, educadores, estudantes, pesquisadores.
- Quantidade cada vez maior de eventos e debates no espaço público

Cultura:
- Ativismo e engajamento em alta
- Entender que biomas e comunidades são oportunidades de desenvolvimento e trabalhar na sua preservação
- Repensar o modelo de negócios da Academia junto com a produção cultural em geral
- Entender moda como a mais poderosa das indústrias criativas
- Globalização / descolonização / Empoderamento negro, feminino, LGBT- temas essenciais para serem debatidos nas Instituições de Ensino.

Novos modelos:
- Mudança de comportamento do consumidor
- Interesse da indústria, curiosidade, busca por entender os novos padrões
- Marcas se preocupando em mudar internamente
- Desenvolvimento de tecnologia e processos mais avançados de produção
- Transversalidade do tema na grade curricular

**AMEAÇAS** (fatores externos)

Crise Política:
- Sistema político atual que gera clima de desconfiança e aumento da insegurança
- Corte de verbas da educação
- Aceleração de processos impactantes e predatórios
- Involução civilizatória

Crise de Recursos / Produtiva:
- Custo crescente e mau uso de recursos naturais
- Tecnologia para produção industrial em massa ameaçando empregabilidade

Crise econômica:
- Altos preços de produtos e serviços
- Instabilidade econômica
- Falta de investimento em pesquisa e tecnologia
- Sistema econômico individualista
- Alto custo da produção sustentável

Crise social:
- Desigualdade no acesso à educação
- Sistema de valores sociais falhando
- Superficialidade na abordagem de questões fundamentais para a compreensão da sustentabilidade
- Mentalidade colonizadora e que valoriza a ostentação do consumo
- Falta de diversidade social e racial
- Visão de sustentabilidade como marketing; greenwashing

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Abaixo um resumo cases apresentados por educadores iniciando as discussões nos Grupos de Trabalho:

1)**ELOISA ARTUSO**– Diretora educacional do Fashion Revolution Brasil

- Resistência de corpos docentes para trazer o assunto sustentabilidade na moda para dentro da sala de aula

- Gráficos na apresentação mostram o crescimento do engajamento de escolas e estudantes embaixadores (neste ano, mais de 130 atividades durante o Fashion Rev Week)

- Exemplos de atividades feitas em escolas / universidades: feira de trocas, oficinas, rodas de conversa, palestras, exibição true cost doc...

- Interessante: outros cursos não relacionados a moda mostraram interesse em trazer o assunto para debate. Exemplos nos slides da Elo.

- Fórum Fashion Revolution: 200 inscritos e 23 trab apresentados – trabalhos disponibilizados no site do Fashion Rev. 🡪 Inscrições abertas no momento.

2)**JULIA VIDAL**– educadora e pesquisadora, especialista em moda étnica

- De que forma trabalhar de forma ética com comunidades indíginas e africanas – para que regulações devemos estar atentos? Como trabalhar com respeito às propriedades culturais.

- Cuidado com estereótipos e racismos. Olhar crítico.

- Depoimentos de alunos sobre o curso – importância do resgate cultural / entendimento de questões de apropriação cultural.

3)**ALINE MONÇORES**– coordenadora do Design de Moda da Universidade Veiga de Almeida

- Tema de sustentabilidade na universidade desde 2011.

- Em 2018, o tema ‘’projetos sustentabilidade’’ foi retirado da grade – se tornou assunto tratado em todas as disciplinas de projeto.

- foi apresentado em video o projeto Denim Lab, conduzido pela Professora Eleonora Alves que investiga o jeanswear a partir da abordagem da sustentabilidade. Práticas de upcycling, redesign e reuso são incentivados como estratégias de design de produto.

- A marca Think Blue de upcycling nasceu nesse laboratório.

4)**LARISSA ROVIEZZO** – designer, consultora e co-fundadora da agencia re/Generate

- Como usar os ODS como um guia para trabalhar com design sustentável

- Moda sustentável a partir do design – entender como design pode ter um impacto. Encoraja usar os ODS como guia para design de moda.

- Apenas 10 escolas no mundo são focadas mesmo em design sustentável

- Até 80% do impacto ambiental de um vestuário é decidido na fase do design – pq designers não são/foram treinados para pensar em impacto ambiental.

- ODS como um guia para implementar a sustentabilidade.

- Metodologia do Re/generate em 3 etapas: 1) Explicar os ODS, o que são, como se relaionam à moda; 2) Estratégias e desenvolvimento de produto vinculados aos ODS 3) Como implementar a mudança na cadeia de valor.

- Jogo / ODS canvas desenvolvido pelo re/Generate

- Estudantes de Design de Moda do IED-Rio participaram de Workshop re/Generate na semana do REF.

5)**JULIA TORO**- do Instituto Ecotece e **GABRIELA MACHADO** do blog Roupartilhei:

- Inst.Ecotece – frentes: 1) capacitação de grupos vulneráveis (mulheres, periferia, saúde mental, presernação de cultura) 2) apoia marcas que queiram produzir suas peças com mais cuidado / resposabilidade, e ecotece insere esses grupos no desenvolvimento dos produtos; 3) xxx (ver slides)

- Projeto de criação de roupas com tecidos reciclados – criaram metodologia a partir disso. 5 Rs: Repensar, reduzir, reutilizar, reciclar e replicar. Projeto com alunos de escolas estaduais.

- Aplicação do jogo de tabuleiro desenvolvido: Fase do ‘’Repensar’’ (fase 1) da metodologia mencionada acima. Como repensar a moda; jogo traz algumas das problemáticas da cadeia da moda.

- ‘’Reduzir’’ (fase 2) – economia circular e novas formas de consumo. Ex feira de trocas realizada.

- ‘’Reutilizar’’ (fase 3) – uso de resíduos para criação de acessórios / roupas

- ‘’Reciclar’’ (fase 4)– soluções para reciclagem

- ‘’Replicar’’(fase 5) – como contar a história sobre moda sust para o mundo – cada aluno como agente de transformação.

6)**ANA CLAUDIA LOPES** e **AMANDA VASCONCELOS** – coordenadora e professora de graduação e pós-graduação de Design de Moda do Senai-Cetiqt.

- Redesenho da grade curricular – bacharelado a partir da formação de Comitês técnicos setoriais. Foi então definido o perfil do profissional de design.

- Unidades de competência: 1) Desenvolver Projetos 2) Gerenciar Processos 3) Promover a Comunicação. A partir dessas competências, definidas no comitê setorial, foi criada a nova grade curricular.

- Buscam sempre trazer para dentro da sala de aula o ‘’mundo do trabalho’’ que o estudante vai vivenciar na indústria têxtil.

- Na nova matriz curricular, a sustentabilidade aparece como transversal a todos os módulos / ao longo do currículo. Sustentabilidade deixa de ser uma matéria ‘’separada’’ no curso, e passa a ser de fato integrada ao ensino.

- Caminho trilhado para inovação e tecnologia – indústria 4.0: também é tratada transversalmente na nova grade curricular (que começou a vigorar em 2019.1). Ex. Estudantes ficarão a partir de agora um semestre macro, por ex, trabalhando questões de sustentabilidade e design colaborativo – ao invés de desenvolverem projetos mais pontuais – dada a transversalidade dos assuntos.

7)**IDILIA SEIXAS** – representante do SAP Next Gen:

- SAP é uma empresa de tecnologia alemã fundada em 1970 que trabalha com 35 industrias, incluindo a Moda, buscando criar conexões entre elas.

No plano educacional desenvolveram uma metodologia através de projetos com as ODSs, impressão 3D etc... –

- A SAP tem programas para rastreabilidade e sourcing para empresas de moda, experiência com produtos e serviços, sempre buscando a inovação através da tecnologia digital como prioridade.

8)**CONTEXTURA** – representada por Lilyan Berlim

- Contextura é uma empresa que atua como lab de pesquisa, um modelo híbrido entre centro de pesquisa e marca de moda - usa a pesquisa (aberta) para informar clientes sobre os processos sustentáveis da moda.
 Trabalha com resíduos, a partir de sobras indústriais. O trabalho é desenvolvido a partir de pesquisa da própria Contextura. Associa as dimensões de moda, arte, design e sustentabilidade, e promovem cursos para compartilhar os conhecimentos desenvolvidos.

- Recebeu o prêmio Ecoera em 2018.

9)**LILYAN BERLIM** - educadora e pesquisadora

 Sua trajetória. Trabalho com foco no modelo de negócios da moda sustentável. É autora do primeiro livro publicado sobre o assunto no Brasil, Moda e Sustentabilidade-uma reflexão necessária, 2012.

- Lugar de fala específico como pesquisadora, de um país sul em desenvolvimento, de onde saem os recursos.

- Mencionou pesquisadoras-referencia como p.ex. Kate Fletcher, da University of Arts London (Centre for Sustainable Fashion)

- Economia criativa fala de abundância e não de escassez! Precisamos pensar em moda enquanto abudância, criatividade...precisamos passar a entender o novo luxo como o luxo que está localizado no território da economia criativa. Fala de valores intangíveis, de resgate, circularidade, inclusão. Precisamos de inclusão, precisamos empoderar mulheres – não somos apenas consumidoras da moda (somos costureiras, educadoras etc.). Pensar na politização do consumo.

10)**ELAINE TAVARES** – co-fundadora da Casa Ibirapitanga

A Casa Ibirapitanga publicou um livro bilíngue, Guia do Design Consciente, mapeando os designers brasileiros de moda, arte e interiores, que produzem de forma consciente.

Realizou na 25 Bienal Internacional do Livro de SP o E-Ditando Moda Sustentável, um espaço com mobiliário de construção sustentável e responsável, que proporcionou uma programação com a presença de 34 palestrantes entre professores, designers, autores e pesquisadores. O objetivo do projeto é fomentar o conhecimento na área de moda e design, bem como estimular e engajar pessoas a práticas mais positivas para a sociedade e o meio ambiente.