



Editorial V.16 N.40

Dra. Ana Mery Sehbe De Carli

Doutora, Universidade de Caxias do Sul / sdecarli@terra.com.br

Orcid: 0000-0002-9168-0018/ [Lattes](#)

Dra. Suzana Barreto Martins

Doutora, Universidade Estadual de Londrina / suzanabarreto@uel.br

Orcid: 0000-0002-4574-2441/ [Lattes](#)

Edição Dossiê — Julho/2023

Dossiê Moda, Sustentabilidade e Inclusão

Em primeiro lugar, agradecemos a todos os pesquisadores que enviaram artigos para o dossiê Moda, Sustentabilidade e Inclusão, que nós tivemos o privilégio de organizar. Recebemos quinze artigos de elevado nível de conhecimento, tivemos que selecionar seis para esta edição e confessamos que não foi tarefa fácil, dado o amadurecimento de pesquisas em Moda, Sustentabilidade e Inclusão, no nosso país. Em segundo lugar, agradecemos também ao Conselho Editorial do Modopalavra e-periódico a oportunidade de abrir espaço para a discussão da sustentabilidade, como um tema contemporâneo, ambivalente, que “sacode” valores centenários e constitutivos da própria moda, exigindo novos e urgentes posicionamentos.

O Grupo de Trabalho “Moda, Sustentabilidade e Inclusão” iniciou há quatorze anos no Colóquio de Moda. Nos anos de Colóquio presencial, 2009 a 2019, constatamos o aumento exponencial na submissão de artigos para o GT e nos pôsteres para a Iniciação Científica, quando o número total de trabalhos selecionados, para a apresentação, cresceu onze vezes nesse período, consolidando assim a adesão ao tema.

Há mais de uma década, portanto, a sustentabilidade atua como um ímã, atraindo inquietações da academia, constrangimentos em relação aos desperdícios, aos exageros, às impetuosas extravagâncias estéticas, numa tentativa de educar a moda, sem jamais inibir a alegria da sua criatividade. Quanto à inclusão, há que se insistir neste território, porque os padrões estéticos - com raízes seculares - constituem as mais fortes barreiras para a disseminação da moda universal. No período em questão, acompanhamos mestrados, doutorados e pós-doutorados; organizamos e publicamos livros com predominância de artigos e/ou capítulos sobre sustentabilidade e inclusão; participamos de mesas-redondas, palestras; inscrevemos artigos em congressos e periódicos, os quais contribuíram para o debate da sustentabilidade na moda, bem como para que jovens pesquisadores ampliassem sua visão, em relação à sustentabilidade, ao considerarem nela as dimensões ambiental, social e econômica.

Tudo isso constituiu um grande desafio e, neste momento de “colheita”, é imensa a nossa satisfação em apresentar os seis artigos deste dossiê, que seguem duas configurações-mestras: modos de fazer e modos de pensar. Os quatro primeiros artigos integram os modos de fazer, como o próprio verbo sinaliza, e trazem projetos, ações e soluções encaminhadas e testadas, que podem ser replicadas em outros contextos. Os dois últimos configuram os modos de pensar e são relativos às mensagens de sustentabilidade, em trânsito nos meios de comunicação, em revistas, sites e nas redes sociais mais democráticas e interativas. Para dar comodidade ao leitor, sinalizamos a seguir uma pista sobre artigos aqui apresentados.

Na categoria “modos de fazer”, ordenamos os artigos em sequência, na qual as áreas e os agentes envolvidos vão sendo ampliados em forma estelar. O primeiro trata da sustentabilidade nas pequenas e médias empresas têxteis e de confecção; o segundo envolve empresas, pessoas físicas, Poder Público e novos negócios cooperativados de reciclagem; o terceiro mostra projetos criativos compartilhados entre o grande designer e comunidades de artesãos, buscando sustentabilidade e inclusão na moda; o quarto pesquisa a utilização de novas matérias-primas em acessórios de moda - trata-se de processo criativo sem fronteiras. Na categoria “modos de pensar”, o quinto e o sexto artigos analisam como se dá a comunicação da sustentabilidade na moda. Na sequência, apresentamos resumos e comentários:

O artigo “Sustentabilidade industrial: manual de apoio à transição e adequação de pequenas empresas” sinaliza que, apesar de as mudanças ocorridas no setor têxtil, desde a Revolução Industrial, alguns paradigmas – como o privilégio da produção em escala, em detrimento da redução da qualidade e do tempo de vida dos produtos – continuam muito fortes, no meio empresarial. Desta forma, os autores orientam os empresários para iniciarem a transição à sustentabilidade com um manual de apoio, que visa otimizar a gestão de resíduos e contribuir na adoção de processos ecológico-eficientes e circulares, a fim de promover a redução dos impactos ambientais gerados pela moda. Julgamos esse manual de apoio bem-vindo no meio empresarial, pois é uma maneira prática de incentivar mudanças necessárias para a implantação da produção sustentável na moda.

A pesquisa de mais de cinco anos, na busca de solução sustentável

– nas dimensões ambiental, social e econômica, para os descartes têxteis industriais e no pós-consumo, na região de Londrina-PR, apresenta exemplar resultado no artigo “Sistema socioambiental para a revalorização de resíduos têxteis: histórico de desenvolvimento de um Banco de Resíduos Têxteis (BRT)”. Esse sistema considera a gestão dos descartes têxteis industriais e no pós-consumo; prevê a implementação de cooperativa de catadores de materiais recicláveis, que “abre portas” para a oferta de produtos e serviços no seu modelo de negócio, propiciando a geração de trabalho e renda. Os resultados integram as contribuições das diferentes etapas de pesquisa e são apresentados cronologicamente – o que favorece o desenvolvimento de sistemas como BRT, para serem replicados por outras instituições, nas demais regiões do País. Parabenizamos os autores pela integração dos agentes: universidades, Poder Público, empresas e empreendedores cooperativados, na solução de problemas complexos.

O artigo “A valorização e a inclusão de comunidades em projeto de moda: coleções de Ronaldo Fraga” dá ênfase à dimensão social da sustentabilidade. Os autores analisam duas coleções de Ronaldo Fraga, com o objetivo de investigar como o designer valoriza e inclui comunidades de artesãos em seus projetos de moda. A partir desta análise, demonstram como o designer insere, em suas criações, discussões relevantes para a sociedade, ao debater o modo de dar significado à produção de moda, ao mesmo tempo em que promove o consumo consciente e a valorização cultural do próprio país, sendo a cultura considerada também a quarta dimensão da sustentabilidade.

A investigação por materiais sustentáveis, em detrimento dos convencionais, tem motivado pesquisadores mais inquietos, que buscam inovação nas matérias-primas e nos processos. Exemplo contundente deste fato está no artigo “Bolsa produzida a partir da casca do melão amarelo tratada por via biotecnológica”. No contexto de soluções sustentáveis, considerando a grande quantidade de descarte da agroindústria e as pressões por mudanças, nas cadeias da indústria da moda, os autores apresentam um novo material advindo das cascas do melão amarelo, que recebem tratamento biotecnológico, com enzima celulase. As características de maleabilidade e resistência, bem como a possibilidade de costura, permitiram o desenvolvimento de um projeto de bolsa feminina. Esse artigo

recebeu nosso destaque pela inovação.

O quinto artigo, "A influência das tendências de moda na aquisição de artigos têxteis sustentáveis", constrói ótima base teórica sobre atributos do design, sustentada por referenciais reconhecidos. Os autores salientam neste cruzamento de ideias a característica polisensorial do design contemporâneo, onde as qualidades percebidas, além de provocarem os cinco sentidos, costumam as relações cognitivas com pitadas de emoção. O objeto de estudo para análise dos atributos do design é o birô da revista UseFashion, inverno de 2022. O birô apresenta tecidos de várias tecelagens, classifica-os em quatro tendências, salientando os principais atributos estéticos para serem aplicados em projetos de design para a moda. Esse estudo teve como premissa verificar o aproveitamento e oferecer suporte teórico para auxiliar os designers no processo de seleção de materiais, ecologicamente sustentáveis. A preocupação não é apenas motivar o uso de materiais sustentáveis no projeto de moda, mas disseminar entre o público consumidor sua parcela de responsabilidade na escolha de marcas e roupas, compromissadas com a diminuição dos impactos negativos na saúde do Planeta.

No sexto artigo, "O discurso da sustentabilidade em sites de grifes brasileiras, sob o olhar do design contemporâneo", os autores analisam a comunicação de duas grifes brasileiras e a apresentação de duas coleções em cada uma delas. O foco da análise é compreender como as duas marcas se apropriam e difundem a mensagem da sustentabilidade. Na conclusão, os autores apontam que há uma diferença entre os estudos sobre Design de Moda para Sustentabilidade e o que as empresas comunicam, institucionalmente, sobre os atributos sustentáveis dos seus produtos. É visível que há conhecimento e aplicação dos conceitos em certos níveis, mas as informações disponibilizadas se mostram incompletas. Os autores salientam a necessidade de alinhar o discurso à prática, no que se refere à sustentabilidade na moda. É certo que os vieses da sustentabilidade na moda, aqui apresentados, são importantes mas não têm a pretensão de esgotar o tema. A sustentabilidade na moda requer atitudes como consciência, abertura para mudanças e persistência. Este dossiê chega no momento certo e mostra ações e discursos que impulsionam novas criações e disseminações. Vamos aproveitá-lo.

Desejamos a todos uma boa leitura.

Ana Mery Sehbe De Carli

Suzana Barreto Martins



Editorial V.16 N.40

Dra. Ana Mery Sehbe De Carli

PhD, Universidade de Caxias do Sul / sdecarli@terra.com.br
Orcid: 0000-0002-9168-0018/ [Lattes](#)

Dra. Suzana Barreto Martins

PhD, Universidade Estadual de Londrina / suzanabarreto@uel.br
Orcid: 0000-0002-4574-2441/ [Lattes](#)

Dossier Edition - July/2023

Fashion, Sustainability and Inclusion Dossier

First of all, we would like to thank all the researchers who submitted articles for the *Fashion, Sustainability, and Inclusion* dossier, which we had the privilege to organize. We received fifteen highly knowledgeable articles and had to select six for this edition. We confess it was not an easy task, given the maturity of research in *Fashion, Sustainability, and Inclusion* in our country. Secondly, we would like to express our gratitude to the Editorial Board of ModaPalavra e-periodical for providing the opportunity to discuss sustainability as a contemporary and ambivalent topic that challenges long-standing values and demands new and urgent perspectives in the fashion industry.

The “Fashion, Sustainability and Inclusion” Working Group began fourteen years ago at the Fashion Colloquium. During the face-to-face years of Colloquium, from 2009 to 2019, we witnessed an exponential increase in article submissions to the working group and posters for the Scientific Initiation program. The total number of selected works for presentation grew elevenfold during this period, solidifying the adherence to the theme.

For over a decade, sustainability has acted as a magnet, attracting the concerns of academia, addressing issues of waste, excesses, and impulsive aesthetic extravagances, all in an attempt to educate the fashion industry without stifling the joy of creativity. Regarding inclusion, it is necessary to emphasize this territory because aesthetic standards, deeply rooted in tradition, present the strongest barriers to the dissemination of universal fashion. During this period, we witnessed the completion of master’s, doctoral, and post-doctoral degrees. We organized and published books predominantly focused on sustainability and inclusion. We participated in panel discussions, lectures, and submitted articles to conferences and journals, contributing to the sustainability discourse in fashion and expanding the perspectives of young researchers by considering its environmental, social, and economic dimensions.

All of this has posed a significant challenge, and at this “harvest” moment, we are immensely pleased to present the six articles in this dossier,

which are divided into two main configurations: modes of doing and modes of thinking. The first four articles fall under the modes of doing, as the verb itself suggests, presenting projects, actions, and tested solutions that can be replicated in other contexts. The last two articles represent the modes of thinking and focus on the messages of sustainability conveyed through various media, such as magazines, websites, and more democratic and interactive social networks. To facilitate the reading experience, we will provide a brief summary of the articles presented here.

In the “modes of doing” category, we have arranged the articles in a sequence that progressively expands the areas and agents involved, forming a stellar pattern. The first article discusses sustainability in small and medium-sized textile and clothing companies. The second article involves companies, individuals, the government, and new cooperatively organized recycling businesses. The third article showcases creative projects shared between renowned designers and artisan communities, seeking sustainability and inclusion in fashion. The fourth article explores the use of new raw materials in fashion accessories, representing a creative process without borders. In the “modes of thinking” category, the fifth and sixth articles analyze how sustainability is communicated in the fashion industry. Below, we provide summaries and comments on each article:

The article “Industrial sustainability: support manual for the transition and adaptation of small businesses” indicates that despite the changes that have occurred in the textile sector since the Industrial Revolution, some paradigms, such as the emphasis on mass production at the expense of product quality and lifespan, remain strong in the business environment. Therefore, the authors provide guidance to entrepreneurs on initiating the transition to sustainability through a support manual aimed at optimizing waste management and promoting the adoption of ecologically efficient and circular processes to reduce the environmental impacts generated by the fashion industry. We believe that this support manual is welcomed in the business community as a practical way to encourage necessary changes for the implementation of sustainable production in fashion.

The research conducted over five years in search of sustainable solutions, addressing environmental, social, and economic dimensions of industrial textile waste and post-consumer phase in the Londrina-PR

region, presents exemplary results in the article "Socio-environmental system for the valorization of textile waste: development history of a Textile Waste Bank (TWB)". This system considers the management of industrial textile waste and post-consumer waste and proposes the implementation of a cooperative for recyclable materials collectors, which opens doors for the provision of products and services through its business model, thereby generating employment and income. The results encompass the contributions of different research stages and are presented chronologically, favoring the development of systems like BRT that can be replicated by other institutions in different regions of the country. We congratulate the authors for the integration of various stakeholders, including universities, the government, companies, and cooperative entrepreneurs, in solving complex problems.

The article "The valorization and inclusion of communities in fashion projects: collections by Ronaldo Fraga" emphasizes the social dimension of sustainability. The authors analyze two collections by Ronaldo Fraga to investigate how the designer values and includes communities of artisans in his fashion projects. Through this analysis, they demonstrate how the designer incorporates relevant social discussions into his creations, promoting conscious consumption, cultural appreciation, and the meaningful production of fashion, with culture considered as the fourth dimension of sustainability.

The search for sustainable materials, as opposed to conventional ones, has motivated researchers who seek innovation in raw materials and processes. A striking example of this is found in the article "Bag produced from yellow melon peel treated by biotechnological means." Within the context of sustainable solutions and considering the significant amount of agricultural waste and pressures for change in the fashion industry's supply chains, the authors present a new material derived from yellow melon peels that undergo biotechnological treatment using cellulase enzymes. The malleability, strength, and sewing capabilities of this material have allowed the development of a women's bag project. This article stands out for its innovation.

The fifth article, "The influence of fashion trends on the acquisition of sustainable textile products," establishes a strong theoretical foundation

on design attributes, supported by recognized references. The authors highlight the multisensory nature of contemporary design, where perceived qualities not only engage the five senses but also connect cognitive relationships with emotional aspects. The study focuses on analyzing the design attributes of the UseFashion magazine's winter 2022 bureau. The bureau showcases fabrics from various textile manufacturers, classifying them into four trends and emphasizing the key aesthetic attributes to be applied in fashion design projects. The premise of this study is to assess the utilization and provide theoretical support to assist designers in the process of selecting ecologically sustainable materials. The goal is not only to encourage the use of sustainable materials in fashion projects but also to disseminate among the consumer public their share of responsibility in choosing brands and clothing committed to reducing negative impacts on the planet's health.

In the sixth article, "The discourse of sustainability on websites of Brazilian fashion brands from the perspective of contemporary design," the authors analyze the communication of two Brazilian fashion brands and the presentation of two collections by each brand. The focus of the analysis is to understand how these brands appropriate and disseminate the message of sustainability. In their conclusion, the authors point out that there is a difference between studies on Fashion Design for Sustainability and what companies communicate institutionally regarding the sustainable attributes of their products. It is evident that there is knowledge and application of these concepts to some extent, but the information provided appears incomplete. The authors emphasize the need to align discourse with practice when it comes to sustainability in fashion.

It is certain that the biases of sustainability in fashion presented here are important but do not intend to exhaust the topic. Sustainability in fashion requires attitudes such as awareness, openness to change, and persistence. This dossier arrives at the right time and showcases actions and discourses that drive new creations and disseminations. Let's make the most of it.

We wish you all great reading.

Ana Mery Sehbe De Carli
Suzana Barreto Martins