

**Educação para a moda sustentável no município de Blumenau/SC
com o uso de tecnologias acessíveis**

*Education for sustainable fashion in the city of Blumenau (Brazil)
with the use of accessible technologies*

Bruna José FONTOURA¹
Rafael José BONA²

Resumo

A sustentabilidade, atualmente, é das prioridades na indústria da moda e se torna importante a sua conscientização, principalmente para os futuros profissionais que atualmente são estudantes. Nesse contexto a finalidade deste artigo é descrever uma pesquisa-ação que teve como objetivo propor técnicas de produção de mídia audiovisual acessíveis, com ênfase na sustentabilidade da moda, para professores de ensino superior de um curso de Moda, de uma universidade do município de Blumenau/SC. Além disso, é analisada a opinião dos docentes envolvidos sobre a atividade realizada, assim como, suas percepções acerca do mercado de moda sustentável e o uso de tecnologias acessíveis.

Palavras-chave: Educação. Moda. Sustentabilidade. Audiovisual.

Abstract

Now, sustainability is a priority for the fashion industry, and it is important for its awareness, especially for future professionals who are studying. This is the context for the purpose of this article and to disseminate an action-research that aims to make accessible audiovisual media production techniques available, with an emphasis on fashion sustainability, to higher education teachers of a Fashion course at a university in the city of Blumenau (south of Brazil). In addition, the opinion of two teachers involved in the activity was analyzed, as well as their perceptions about the sustainable fashion market and the use of accessible technologies.

Keywords: Education. Fashion. Sustainability. Audiovisual.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Regional de Blumenau (Furb). E-mail: brunaj@hotmail.com.br

² Doutor em Comunicação e Linguagens (UTP). Professor do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Regional de Blumenau (Furb). E-mail: bona.professor@gmail.com

Introdução

O mercado de moda apresenta sempre novas peças em cada estação, por isso o ciclo de vida de seus produtos possui um tempo curto e acabam sendo logo descartados. Por ser uma das indústrias que mais poluem o meio ambiente, a moda tem diferentes etapas para o desenvolvimento de seus produtos (roupas e acessórios) e, nos últimos anos, tem se buscado algumas alternativas para que não se acometa tanto a natureza (SUÇUARANA, 2020). Toda essa discussão ambiental tem promovido debates nas mais diversas esferas da moda e no que diz respeito ao futuro do mercado.

Com diferentes práticas de sustentabilidade, é possível criar produtos de moda a partir de projeções que possam demonstrar consciência mediante às questões socioambientais que podem iniciar desde a concepção de algo. Berlim (2020) ressalta que a moda não é um espelho do ser humano, mas uma expressão que está cheia de valores e, na contemporaneidade, tem se expressado em diferentes aspectos que impactam diretamente o meio ambiente, o que permite uma reflexão e discussão sobre esse cenário.

Blumenau, município do estado de Santa Catarina, possui uma população estimada em 361.855 habitantes de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020). A cidade é conhecida nacional e internacionalmente por ser palco da segunda maior festa de cerveja do mundo, a Oktoberfest, e se destaca no setor têxtil a qual é sede de empresas como a Hering, Dudalina, Karsten, Altenburg, entre muitas outras. Por ser uma região que produz muitos produtos de moda, algumas empresas de Blumenau também se preocupam com a sustentabilidade pensando na reutilização de materiais, no consumo consciente, produção com tecidos biodegradáveis etc.

Uma das formas de ensinar e, ao mesmo tempo, conscientizar sobre a sustentabilidade na moda é a mídia audiovisual. E não somente para os consumidores, mas para os produtores de moda que iniciam o processo de concepção de roupas e acessórios. Nesse sentido, as tecnologias acessíveis como *smartphones* e *tablets* têm facilitado a produção de vídeos por parte dos atores sociais que estão cada vez mais conectados digitalmente. Assim, a educação tem encontrado novas formas de subsídios pedagógicos nos seus mais diferentes níveis de ensino.

Mesmo com os impactos no setor de suprimentos devido a pandemia da covid-19, a sustentabilidade continua sendo uma das prioridades na indústria da moda e se torna

importante a sua conscientização, principalmente para os futuros profissionais que atualmente são estudantes. Dessa forma, o objetivo deste estudo³ é descrever uma pesquisa-ação que teve como objetivo propor técnicas de produção de mídia audiovisual acessíveis, com ênfase na sustentabilidade da moda, para professores de ensino superior de um curso de Moda, de uma universidade do município de Blumenau/SC. Além disso, é analisada a opinião dos docentes envolvidos sobre a atividade realizada, assim como, suas percepções acerca do mercado de moda sustentável e o uso de tecnologias acessíveis.

Mercado de moda sustentável

Todo o desenvolvimento da indústria dos últimos dois séculos tem provocado uma série de questões ambientais que impactaram todo o planeta ocasionando mudanças climáticas, desperdício de recursos naturais, excesso de resíduos etc. São situações que mudaram o conceito de sustentabilidade com o decorrer dos anos fazendo com que parte das pessoas e corporações começassem a tomar mais consciência sobre os danos causados ao meio ambiente (BERLIM, 2020).

Quando se pensa em moda, automaticamente se pensa em roupas sendo que essa é um dos maiores símbolos da moda. É notável que o crescimento industrial, principalmente do século XX, concretizou a indústria têxtil como uma das mais promissoras criando tendências e produzindo em larga escala. Foi somente nas últimas décadas do século XX que a produção têxtil começou a direcionar seus processos para materiais mais ecológicos (BERLIM, 2020).

Os materiais utilizados na indústria têxtil são associados aos mais diferentes tipos de impactos ambientais principalmente devido aos resíduos químicos que são utilizados nas fibras das vestimentas. Em todo o ciclo de produção e consumo de um produto de moda, geralmente, são as pessoas que trabalham nas corporações que mais entendem e desempenham as funções de responsabilidade social acerca dos impactos ecológicos do que o consumidor final (FLETCHER; GROSE, 2019).

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), o Brasil é o 4º maior produtor de malhas do mundo. O faturamento da cadeia têxtil e de confecção em dezembro de 2020 chegou a R\$ 185,7 bilhões. Para

³ Estudo financiado por edital interno de pesquisa da Universidade Regional de Blumenau com apoio do CNPq (2020-2021). Uma versão do texto foi apresentada no 16º Colóquio de Moda.

Fronzaglia *et al.* (2020), a cadeia têxtil contempla todos os processos que fazem parte da produção de qualquer peça, desde o processamento de matérias-primas até o varejo de peças de cama, mesa, banho, roupas em geral e artigos técnicos.

Ainda sobre a representatividade do setor no país, mais de 9 bilhões de peças foram produzidas pela indústria de confecção, empregando cerca de 1,5 milhão de pessoas diretamente e 8 milhões indiretamente; destes cargos, 75% são ocupados por mulheres. O Brasil segue como a maior cadeia têxtil completa do Ocidente, produzindo desde fibras até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo (ABIT, 2020).

Com uma representatividade tão expressiva, fomentar a importância da sustentabilidade na moda se faz cada vez mais necessária. Com esse objetivo, *players* de mercado criaram em 1999 a Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), com o propósito de “promover a moda sustentável, tornando-a mais acessível a partir do desenvolvimento de uma cadeia produtiva ética, responsável, inovadora, competitiva e transparente” (ABVTEX, 2021, s/p.). Atualmente, 87 marcas são signatárias da instituição, entre elas, grandes varejistas nacionais e internacionais.

Promover o conhecimento sobre a sustentabilidade na moda faz parte de um processo de educação, no qual o maior objetivo deve ser conscientizar e educar para a transformação, trazendo os desafios relacionados ao meio ambiente para o centro das discussões de forma global e integrada (BOFF, 2015).

Mesmo com iniciativas tão relevantes sobre o tema é possível observar que temos ainda um longo caminho a percorrer, principalmente quando observamos as iniciativas relacionadas com a educação superior. Segundo Berlim (2020), são poucas as disciplinas que contemplam a sustentabilidade e a moda no meio acadêmico. Por isso, projetos e iniciativas que promovam o tema são necessários.

O conceito de sustentabilidade foi evidenciado pela Organização das Nações Unidas pela primeira vez em 1992, durante a Conferência conhecida como “Rio 92” realizada no Brasil. Durante o evento, foi constituído um programa com intenções baseadas em um novo modelo de desenvolvimento para o século XXI. Essa formalização foi a tentativa mais abrangente já realizada com esforço global para o desenvolvimento sustentável.

A sustentabilidade parte do princípio de que uma organização para que se perpetue deve ser financeiramente viável, socialmente justa e ambientalmente responsável. Esses

três pilares constituem o *triple bottom line* (ELKINGTON, 1998). A sustentabilidade visa garantir que as ações e decisões realizadas no presente não possam inviabilizar a existência saudável de uma empresa no futuro.

O mercado da moda apresenta sempre novas peças em cada estação, por isso o ciclo de vida de seus produtos possui um tempo curto e acabam sendo logo descartados. Por trás desse processo produtivo existe uma longa e complexa cadeia, na qual estão envolvidos grande volume de matéria-prima e alto índice de mão-de-obra (ANDRADE; BEZERRA; LANDIN, 2015).

A moda sustentável simboliza que durante o desenvolvimento e uso de uma peça de roupa, as pessoas ou o planeta não foram prejudicados, e que podem até melhorar o bem-estar dos outros que interagem com eles e também no meio ambiente em que foram desenvolvidos e são usados. (GARDETTI, 2018, p. 35 *apud* BARREIRO, 2021, p. 4).

Mesmo sendo uma das indústrias que mais gera emprego e renda no mundo, a cadeia da moda é responsável por impactos profundos em toda a sua extensão, desde a extração de diversas matérias primas que fazem parte do seu desenvolvimento até o descarte. Nesse processo também deve-se incluir o consumo e as condições de trabalho com que é produzida (SAFATLE, 2017).

Segundo Mora *et al.* (2014, *apud* BARREIRO, 2021), atualmente, as estratégias desenvolvidas por empresas e instituições que atuam na área de Moda se baseiam em dois grupos: aqueles que utilizam como referência a inovação tecnológica e os demais que focam no design como um fator de mudança social. A abordagem da educação com foco no desenvolvimento sustentável visa transformar o setor têxtil e da moda para que os estudantes possam liderar e participar ativamente desse processo de transformação.

Mídia audiovisual educativa

A concepção de diferentes materiais educativos com o uso de tecnologias acessíveis tem se tornado essencial na contemporaneidade. É nesse contexto que entram os vídeos educativos e as videoaulas como forma de subsidiar e complementar o ensino presencial. A equipe de produção de mídia educativa é, quase sempre, multidisciplinar, por envolver diferentes áreas que vão desde os profissionais da educação produtores de conteúdos a roteiristas e produtores de audiovisual. É importante que todos os envolvidos na produção de mídia audiovisual estejam por dentro da evolução das tecnologias que

envolvam a parte de vídeo e áudio para que possa sempre dar uma potencialidade no processo de ensinar e aprender (SPANHOL; SPANHOL, 2009).

A utilização de vídeo em sala de aula ou para complementar o ensino presencial tem sido uma atividade cada vez mais constante entre os professores da educação básica ao ensino superior. O cenário da pandemia da covid-19 reforçou essa questão. Almeida, Iannone e Silva (2012), dizem que não se deve atrelar hegemonia aos aparatos tecnológicos, mas sim, é importante que se conheçam todas as possibilidades, limites e modo de produção tecnológica para haver uma integração mais coerente e crítica nos processos de ensinar e aprender de acordo com a intencionalidade de cada contexto educacional que tem se transformado constantemente.

A função didática de uma videoaula é praticamente uma condição sine qua non da constituição da videoaula enquanto gênero audiovisual. Ela, de maneira geral, estandariza uma intenção pedagógica, que em algum nível ou grau, tanto estrutura um conteúdo, uma metodologia e um objetivo, como também deflagra, inevitavelmente, uma expectativa de reciprocidade e conhecimento (DOTTA; LE, 2019, p. 59).

Conforme Mendonça (2016, s/p.), as videoaulas podem ser consideradas como subsídios importantes e eficazes para transmitir conteúdos oriundos de aulas (presenciais ou não) de uma forma mais dinâmica e clara que possibilita uma interatividade com o estudante que, atualmente, segundo Bona (2021), está inserido num contexto repleto de dispositivos tecnológicos e se faz cada vez mais necessário o domínio de técnicas básicas de produção audiovisual com tecnologias acessíveis por parte dos professores.

Início das etapas do projeto

A pesquisa aqui apresentada se classifica como uma pesquisa-ação que, segundo Thiollent (2000, p. 14), é aquela que tem por base o empirismo e sua metodologia que é “concebida a partir de uma estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo”.

O intuito da pesquisa foi aplicar um material/conteúdo didático sobre tecnologias acessíveis, o qual chamamos de projeto audiovisual educativo, com ênfase sobre o mercado de moda sustentável, para professores de um curso de graduação em Moda, de uma universidade do município de Blumenau, assim como, analisar a percepção dos

envolvidos na atividade. Para melhor visualização de todo o processo, apresentamos o quadro a seguir com as referidas etapas do projeto:

Quadro 1: etapas das atividades do projeto audiovisual educativo

Etapas	Atividades
Planejamento Fev./mar. 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Produção de conteúdo a ser ofertado (sobre tecnologias acessíveis e dados sobre o mercado sustentável de Blumenau); - Seleção dos professores para participação na atividade; - Reserva do laboratório de vídeo; - Confecção do roteiro de vídeo; - Confecção do questionário a ser aplicado para os professores de Moda; - Envio de e-mail convite aos professores.
Execução Abr. 2021	- Gravação de vídeo, no laboratório de vídeo, explicando uma prévia do projeto sobre produção de conteúdo com tecnologias acessíveis em sala de aula para os professores.
Aplicabilidade Mai. 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Apresentação do conteúdo do projeto para os professores de forma presencial. A atividade também foi transmitida pela plataforma <i>Teams</i> para os que não puderam estar presentes; - Agendamento de horário para entrevista on-line via plataforma <i>Teams</i> de forma individual.
Percepção dos docentes Jun. 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas com os docentes do curso de graduação em Moda; - Análise e tratamento das respostas dos docentes.

Fonte: os autores.

Para participarem das atividades foram selecionados sete docentes por meio de uma amostra não probabilística, por julgamento, de forma intencional, no qual optamos por escolher subáreas do ensino de moda como: produção gráfica digital, estilismo, modelagem, desenho, tecnologia da confecção, história da indumentária, modelagem e produção de mídia. Com abordagem qualitativa, este trabalho foi construído utilizando como referência os autores da revisão de literatura, assim como, o tratamento analítico das respostas dos docentes que fizeram parte dessa prática educativa. Essa formação contemplou a elaboração de roteiro e produção de vídeos educativos, propondo a conexão das tecnologias acessíveis com a sustentabilidade na moda.

Planejamento da atividade

Inicialmente, os envolvidos na proposta iniciaram reuniões sobre a dinâmica da atividade, assim como, foi pesquisado conteúdo para a prática educativa a ser ofertada. A produção de conteúdo do material didático e do questionário a ser aplicado com os docentes se deu também nessa primeira etapa. Ao partir do pressuposto que, talvez, alguns

docentes poderiam se recusar a participarem presencialmente devido às questões sanitárias relacionadas à pandemia da covid-19, os responsáveis também elaboraram um roteiro de um vídeo de mais ou menos dez minutos explicando todo o projeto educativo aos docentes e os incentivando a participar, mesmo de forma remota.

O convite para participação no nosso projeto para os docentes foi formalizado e enviado por e-mail após a seleção da amostra. Seguindo as orientações e as normas sanitárias (covid-19) da universidade para a realização da atividade, foi feito contato com o técnico responsável pelo laboratório de vídeo que, após alinhamento prévio reservou o local para a apresentação do conteúdo do projeto aos professores. Paralelo a esse processo, dados do mercado regional foram localizados e preparados cuidadosamente para que a formação contemplasse informações relevantes sobre a moda e a sustentabilidade, principalmente no município de Blumenau.

A capacitação aconteceu no laboratório de vídeo da universidade, um espaço tecnológico desenvolvido para produção audiovisual. Integrar tecnologias no dia a dia envolve mudanças significativas na rotina dos professores. Essa evolução também está relacionada com uma importante mudança de pensamento: “rever crenças, observar as mudanças e abrir-se para o novo, com pensamento crítico e inovador deverão ser atitudes cada vez mais adotadas por um educador do século XXI” (GIRAFFA, 2015, p. 10).

Execução e aplicabilidade da proposta

Após a elaboração do roteiro, desenvolvido a partir de pesquisas e coletas de dados locais sobre a sustentabilidade na cadeia de moda, foi realizada a captação do vídeo. Para essa gravação foram utilizados um aparelho celular, um tripé para dar estabilidade à imagem e microfones para que a captação do áudio ficasse adequada.

Nessa etapa os dois envolvidos no projeto gravaram um vídeo no laboratório no qual constavam todas as informações relacionadas a todo o conteúdo educacional sobre tecnologias acessíveis e moda sustentável a ser aplicado aos professores. Normalmente associado ao lazer e entretenimento, a produção de vídeos pode ser vista como grande potencial educacional que pode ser explorado por docentes e profissionais da área de educação e moda (VARGAS; ROCHA; FREIRE, 2007).

O processo de produção de vídeos possui três etapas principais: pré-produção, produção e pós-produção. A pré-produção consiste na preparação, planejamento e projeto

do vídeo a ser produzido. Uma das principais etapas da pré-produção é constituída pela elaboração do roteiro que é constituído pela forma escrita de um projeto audiovisual. O roteiro tem como objetivo orientar a equipe de produção nas filmagens e divide o vídeo em cenas com o propósito de informar o leitor a respeito daquilo que será visto. (VARGAS; ROCHA; FREIRE, 2007).

Com a conclusão da captação do vídeo, foram realizadas edições no material utilizando um software apropriado para que o conteúdo contemplasse cortes dinâmicos, *lettering* e fossem incluídas as referências utilizadas para o desenvolvimento do roteiro do vídeo. Com a conclusão dessa etapa, o vídeo foi hospedado na plataforma *YouTube* e enviado aos professores do curso de Moda por meio de ferramentas digitais como o e-mail e por meio do *WhatsApp*.

Com as confirmações e o agendamento efetuado, a apresentação completa do projeto aconteceu nas dependências do laboratório de vídeo, durante três tardes. O conteúdo tratava sobre dados do cenário da moda e a sustentabilidade de Blumenau e técnicas sobre produção de vídeo com o uso de tecnologias acessíveis. A atividade também foi transmitida pela plataforma *Teams* aos que não puderam estar presentes. Todos eles também já tinham acesso ao vídeo explicativo sobre a atividade. No último dia foi feito um agendamento de horário para entrevista on-line via plataforma *Teams*, de forma individual.

Percepção dos docentes envolvidos

Todas as entrevistas individuais com os professores aconteceram na semana seguinte ao encerramento da apresentação do projeto educativo e foram gravadas pelo *Teams*. As respostas dos docentes foram analisadas de forma qualitativa. Por questões éticas chamaremos os entrevistados pelo número de ordem das entrevistas não mencionando o nome dos professores. Apresenta-se, a seguir, um quadro com o roteiro das questões debatidas com os docentes:

Quadro 2: roteiro da entrevista

Roteiro da entrevista realizada individualmente com os docentes	
1.	Ao longo da sua trajetória profissional, você já teve proximidade com o tema moda e sustentabilidade em Blumenau?
2.	Na sua opinião, qual é a importância da sustentabilidade para a formação dos alunos do curso de Moda?
3.	Você conhece alguma iniciativa de outras empresas que estejam na nossa região e que atuem com moda sustentável?
4.	Caso a resposta seja afirmativa, de que maneira o assunto é debatido entre os alunos?
5.	Professor, você participou recentemente do nosso projeto educativo sobre técnicas audiovisuais com o uso de tecnologias acessíveis e sustentabilidade na moda, o que você achou da atividade?
6.	Na sua percepção, há aplicabilidade dessas técnicas em sala de aula?
7.	Você pretende utilizá-las em sua disciplina lecionada no curso de Moda?

Fonte: os autores.

Quando questionados sobre o conhecimento relacionado ao tema moda e sustentabilidade em Blumenau, cinco dos sete docentes afirmaram que já tiveram proximidade com o assunto ao longo da sua carreira profissional, seja por meio da academia ou atuando em empresas da região do Vale do Itajaí.

O entrevistado 6 complementa que abordará o tema sustentabilidade na disciplina Fundamentos Criativos para a Moda que será ministrada no semestre seguinte a essa entrevista. Já a entrevistada 7 relata que o seu primeiro contato com a sustentabilidade aconteceu a partir de uma visita acadêmica de uma universidade parceira da instituição de ensino localizada na Suíça. Durante essa visita conheceu o tema de doutorado de uma professora que utilizava como referência a reutilização de roupas usadas transformando-as em novas peças.

Em seguida, perguntamos aos entrevistados se é importante incorporar o tema sustentabilidade aos alunos no curso de Moda da instituição e todos os envolvidos destacaram que o assunto é extremamente relevante, já que muitos deles irão atuar em postos estratégicos das empresas na região e que essa consciência é muito importante. Entre os sete entrevistados, cinco deles evidenciam a sustentabilidade atrelando o tema apenas a causas ambientais. O *triple bottom line* que destaca a importância da atuação conjunta do viés social, ambiental e econômico é citado apenas por dois docentes.

Seguindo a condução da entrevista, perguntamos aos docentes se conhecem iniciativas que remetam a moda sustentável na cidade de Blumenau e, dos convidados, seis contextualizaram práticas realizadas pelo mercado ou por alunos que durante a graduação desenvolveram projetos e trabalhos de conclusão (que se refere a um estágio

supervisionado em Moda) abordando temas como o *slow fashion*, criação de brechós e projetos que tenham foco na reutilização de materiais.

A entrevistada 3 destacou uma empresa no estado que reutiliza materiais como pneus, guarda-chuvas, entre outros e que a partir disso desenvolve e comercializa on-line outras peças como cintos e bolsas.

Ainda sobre práticas do mercado, a entrevistada 7 relata a importância da atuação do projeto SCMC – Santa Catarina Moda e Cultura, composto por grandes *players* da região que disseminam práticas relacionadas com o universo da moda integrando indústria, varejo, academia e comunidade. Entre uma das bandeiras instituídas pelo projeto é a sustentabilidade. A docente inclusive relata que a universidade anteriormente já fez parte desse projeto.

Ao seguir o roteiro constituído para a condução das entrevistas questionamos sobre a forma em que o tema sustentabilidade é abordado atualmente aos estudantes do curso. O entrevistado 1 comenta que o curso tem como prática desenvolver uma coleção com os alunos e que os resíduos têxteis dessa atividade são destinados para uma empresa especializada em reaproveitamento de resíduos de diversas indústrias de Blumenau e região.

Os entrevistados 2 e 3 relatam que não abordam o assunto ou que tratam o tema de forma superficial em suas disciplinas principalmente por não terem uma formação aprofundada sobre a temática. O entrevistado 4 destaca um projeto realizado na universidade que reaproveita banners já utilizados transformando-os em bolsas. Esses itens são disponibilizados como brindes para as visitas e atividades realizadas pela universidade.

Quando questionados sobre o nosso projeto educativo (uso de tecnologias acessíveis e a moda sustentável), seis dos sete entrevistados comentaram que o conteúdo abordado em nosso projeto é muito importante e que contribuiu positivamente para a formação profissional. O entrevistado 5 relata que é muito admirável capacitações do gênero para os docentes. A entrevistada 3 destaca que vê muita aplicabilidade da formação no dia a dia dos docentes e que em sua opinião todo professor deveria aprender a produzir um vídeo e falar confortavelmente em frente à câmera. Durante o período da pandemia da covid-19, a entrevistada observou uma certa relutância por parte de alguns colegas docentes pela aula on-line, mas a entrevistada acredita que quanto mais prática e

conhecimento, mais fácil será esse processo e que o uso de mídias audiovisuais na educação é um caminho sem volta.

A última pergunta da entrevista questionou sobre o uso de videoaulas sobre o tema moda e sustentabilidade e se práticas do gênero serão utilizadas para complementar o ensino das disciplinas. O entrevistado 1 relata que a universidade já vem caminhando para práticas do gênero e que, em 2020, devido ao período da pandemia, a semana acadêmica do curso de Moda foi realizada na modalidade on-line e que, na sua percepção, um dos grandes ganhos foi a participação da comunidade, o que nem sempre é possível nos eventos presenciais.

A entrevistada 5 destacou que desenvolveu alguns vídeos logo no início da pandemia, em 2020, e ao longo do curso. Por não ter muita habilidade e conhecimento sobre o desenvolvimento de vídeos, acabou optando por não desenvolver novos conteúdos via vídeo e que, mesmo assim, vê a utilização deles como uma importante atividade complementar nas aulas assíncronas.

A disciplina da entrevistada 3 atua com o conceito de produção de vídeo no curso de Moda e aborda a linguagem audiovisual e produção experimental. A professora complementa que a partir da formação disponibilizada sobre moda sustentável percebe uma grande oportunidade de atuar com o tema em sua disciplina.

Ao observar a atividade de uma forma geral, todos os docentes envolvidos refletiram ou identificaram a importância de atuar com o tema sustentabilidade em sala de aula, por meio de novas atividades ou de projetos interdisciplinares. Práticas como essa destacam a importância de formações constantes e do debate frequente sobre como incorporar a sustentabilidade no dia a dia.

Considerações finais

Com a atividade educativa foi possível observar que o tema sustentabilidade precisa ser incorporado de maneira mais efetiva nas disciplinas do curso de Moda da instituição estudada. Alguns professores atuam com o tema de maneira superficial e outros tem pouco conhecimento sobre as iniciativas realizadas pela própria universidade sobre a questão ambiental.

Outra constatação relevante é que o tema sustentabilidade muitas vezes é visto apenas pelo viés ambiental. Dos entrevistados apenas dois destacaram o tripé da

sustentabilidade a partir do *triple bottom line*, que aborda a sustentabilidade de uma maneira mais ampla trazendo também o aspecto econômico e social.

As principais descobertas da pesquisa estão na abordagem escassa dos docentes acerca das questões que se referem a moda e a sustentabilidade em suas aulas, assim como, o pouco uso de tecnologias acessíveis para produção de conteúdo audiovisual. Entretanto, o resultado foi bastante positivo tendo em vista que a maioria dos professores envolvidos pretendem aplicar as ferramentas aprendidas com a atividade educativa em suas aulas da graduação.

A partir desse contexto identifica-se a oportunidade de trazer o tema sustentabilidade de forma mais sistemática e constante na formação dos estudantes do curso de Moda, desenvolvendo novas formações aos docentes, oportunizando práticas que possam ser incorporadas no dia a dia e de maneira interdisciplinar. Por esse motivo, sugere-se a continuidade desse estudo a partir também da perspectiva dos alunos contribuindo com a graduação em Moda e fomentando o importante debate sobre a sustentabilidade.

Referências

ABIT - Associação Brasileira de Indústrias Têxteis. [2020] Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 16 mai. 2021.

ABVTEX - Associação Brasileira de Varejo Têxtil. Disponível em: <https://www.abvtex.org.br/sobre-a-abvtex>. Acesso em: 16 mai. 2021.

ALMEIDA, M. E.; IANNONE, L.; SILVA, M. G. Educação a distância: oferta, características e tendências dos cursos de licenciatura em Pedagogia. **Estudos e Pesquisas Educacionais**, v. 3, p. 279-354, 2012.

BONA, Rafael José. **Comunicação e educação**: intertextos, reflexões e propostas. Curitiba: Appris, 2021.

DOTTA, S.; LE, L. Aula-ensaio: produção de um discurso audiovisual nas videoaulas de um curso a distância. **São Cristóvão (SE)**, v.19, n.1, p. 58-72, jan./abr. 2019.

ANDRADE, R.; BEZERRA, F.; LANDIM, P. Cadeia Produtiva da moda: panorama e descrição. **Projética**, Londrina, v. 6, n. 2, p. 87-104, jul./dez. 2015.

BARREIRO, A. La Sostenibilidad em los estudios de moda. **Athenea Digital**, 21(1), p. 1-19, mar. 2021.

BERLIM, L. **Moda e sustentabilidade**: uma reflexão necessária. São Paulo: Editora Estação das Letras e Cores, 2020.

BOFF, L. **Sustentabilidade**: o que é, o que não é. Petrópolis, Editora Vozes, 2015.

ELKINGTON, J. Accounting for the triple bottom line. **Measuring Business Excellence**, v. 2, n. 3, p. 18-22, 1998.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & sustentabilidade**: design para mudança. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2019.

FRONZAGLIA, M.; MACIEL, V.; ORLANDI, K.; SILVA, H. A percepção dos empresários da cadeia têxtil sobre sua relação com o estado brasileiro. **Brazilian Journal Business**. Curitiba, v. 2, n. 3, p. 3002-3022, jul. /set. 2020.

GIRAFFA, L. M. M. Educação apoiada por tecnologias digitais: perspectivas relacionadas à educação em larga escala. In: LIMA, M. S. L. [et al.]. (Org.). **Didática e a prática de ensino na relação com a escola**. Fortaleza: EdUECE, p. 1914-1925, 2015.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 20 nov. 2020.

MENDONÇA, B. **Videoaulas**: o guia completo para o seu EAD. 2016. Disponível em: <https://www.edools.com/videoaulas-ead/>. Acesso em: 14 ago. 2021.

SPANHOL, G.; SPANHOL, F. Processos de produção de vídeo-aula. **RENOTE. Revista Novas Tecnologias na Educação**, v. 7, p. 1-9, 2009.

SUÇUARANA, M. S. **Moda sustentável**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/ecologia/moda-sustentavel/>. Acesso em: 22 jun. 2020.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa ação**. 9ª ed. São Paulo: Cortez, 2000.

SAFATLE, A. **Cultura de consumo**: o grande nó da sustentabilidade na cadeia da moda. [2017]. Disponível em: <http://www.p22on.com.br/2017/10/31/cultura-de-consumo-o-grande-no-da-sustentabilidade-na-cadeia-da-moda/>. Acesso em: 14 ago. 2021.

VARGAS, A.; ROCHA, H. V.; FREIRE, F. M. P. Promídia: produção de vídeos digitais no contexto educacional. **Renote - Revista Novas Tecnologias na Educação**, v. 5, n. 2, p. 1-13, 2007.