

## O VESTUÁRIO COMO UM MEIO PARA PROMOVER REFLEXÕES

### *Clothing as Means to Promote Reflections*

Müller, Victoria; Mestranda; Universidade do Vale dos Sinos, [vivimuller@hotmail.com](mailto:vivimuller@hotmail.com)<sup>1</sup>  
Scaletsky, Celso; PhD, [c.scaletsky@gmail.com](mailto:c.scaletsky@gmail.com)<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo busca investigar a atuação do designer como ativista, e como ele pode promover uma reflexão sobre a moda, por meio do vestuário, projetando utilizando abordagens do design crítico. Para isso é investigado a atuação do designer de moda para desenvolver um vestuário que carrega um discurso ativista, buscando promover um pensamento crítico reflexivo no espectador.

**Palavras chave:** Design crítico; ativismo; moda.

**Abstract:** This paper searches the role of designer as activist, and how they can promote a reflection about fashion, using critical design approaches through clothing. For this we investigate the role of fashion designer to develop clothes which carries an activism discourse to promote a reflexive critical thinking.

**Keywords:** Critical design; activism; fashion.

### Introdução

O design como ativismo, tem o objetivo de despertar interesse e gerar uma reflexão sobre determinado assunto, não trazendo soluções prontas, mas incentivando um pensamento crítico (MANZINI, 2017). Os ativistas praticam ações para alcançar fins sociais e políticos, considerando questões econômicas, ambientais e sociais, frequentemente associados a sustentabilidade (FLETCHER e GROSE, 2011). Nesse sentido, o designer ativista pode atuar para gerar conscientização e promover debates sobre diferentes situações que necessitam de mudanças em prol da sustentabilidade. Esse artigo discute a possível relação entre o design crítico como ativismo e o mundo da moda.

---

<sup>1</sup> Victoria Müller é mestranda em Design pela Unisinos, especialista em Design Estratégico pela Unisinos (2019) e bacharel em Design de Moda pela UniRitter (2017).

<sup>2</sup> Doutor em Architecture, no Institut National Polytechnique de Lorraine, França (2003). Graduação em Arquitetura pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1982), Especialização em Projeto de Arquitetura pela mesma Universidade, Especialização em Design Estratégico pela Unisinos. Com o apoio da CAPES-Estágio Sênior-realizou um pós doc no Institute of Design do Illinois Institute of Technology, Chicago, Fevereiro/Julho de 2014.

A indústria da moda está, frequentemente, relacionada à várias práticas sociais e ambientais criticáveis. Questões ambientais, como a utilização de materiais não renováveis e nocivos ao meio ambiente, assim como questões sociais e econômicas, como o caso de trabalhadores da indústria em situações análogas à escravidão, são exemplos de posturas com forte impacto negativo e global. O designer de moda, atuando como ativista, poderia ser um meio para transformar esta realidade? Este artigo busca investigar a atuação do designer como ativista, e como ele pode promover uma reflexão sobre a moda, por meio do vestuário utilizando abordagens do design crítico para projetar.

Segundo Manzini (2017), o designer ativista pode agir de forma paradoxal ou provocativa, para despertar o interesse do público sobre diferentes situações. Nesse caso o designer não projeta com o intuito de propor soluções, mas buscando originar um pensamento crítico. Esse conceito de designer ativista tem relação com as práticas críticas reflexivas do design, como o design especulativo e o design crítico.

O design crítico é um meio de atuação do design conceitual e das práticas especulativas, que busca materializar o pensamento crítico, projetando artefatos para promover reflexões e utilizando o design para engajar o público (DUNNE e RABY, 2013). O design crítico e o design ativista possuem semelhanças, considerando que ambos apresentam um tom polêmico em seus projetos (MALPASS, 2017).

Este trabalho é resultado de uma dissertação de mestrado que investiga práticas experimentais no desenho do vestuário e a sua relação com o ativismo. Para isso, é apresentada uma revisão sistemática da literatura em relação ao conceito do design crítico e como ele se aplica à moda para projetar um vestuário crítico, carregado de um discurso ativista com intuito de despertar um pensamento reflexivo no público. É importante ressaltar que os casos apresentados ao longo do artigo foram escolhidos por se enquadrarem nos conceitos de design crítico e design especulativo, eles não foram necessariamente projetados e apresentados pelos designers como práticas do design crítico reflexivo.

### **O Design Crítico**

O design crítico transita no âmbito ficcional, se afastando do design industrial, atuando de forma mais conceitual e não voltado para o mercado (DUNNE e RABY, 2013). Esse meio de projetar busca



desenvolver artefatos sem priorizar quesitos tradicionais do design industrial como a usabilidade e funcionalidade (MALPASS, 2017). Embora o design crítico não priorize esses fatores, não devemos considerar que essa abordagem de design não possui uma funcionalidade. Ser funcional não está, necessariamente, ligado a uma função técnica e utilitária. Nesse caso a sua função está relacionada ao ato de despertar um pensamento crítico reflexivo no espectador (MALPASS, 2015).

Atuar no âmbito do design conceitual possibilita uma maior liberdade ao projetar, sem permanecer atrelado às demandas do mercado e possibilitando explorar diferentes estéticas, utilizando o design para levantar questionamentos e provocações (DUNNE e RABY, 2013). No caso da moda, projetar por meio de uma abordagem do design crítico pode significar pensar a moda sem estar atrelada às formas de produção massificadas de uma indústria com problemas ambientais, econômicos e sociais, e que precisa suprir uma demanda de consumo excessivo. A moda pensada por meio do design conceitual, mais precisamente pelo design crítico, pode ser uma maneira não só de projetar o vestuário sem seguir as pressões do mercado, mas uma forma de levantar questionamentos sobre a atual indústria da moda.

Os problemas que permeiam a indústria da moda atualmente são problemas complexos, que não podem ser facilmente resolvidos. Eles atingem desde os processos de projeção e fabricação do vestuário, até a conscientização em relação ao uso e a compra de novas peças. Dunne e Raby (2013), consideram o design especulativo como um meio de atuação do design para pensar alternativas para esses problemas (*wicked problems*), utilizando a especulação para propor diferentes perspectivas e incentivar a discussão e o debate. Nesse caso, esse artigo propõe a utilização de abordagens do design especulativo para despertar um pensamento crítico reflexivo sobre a atual indústria da moda, não buscando propor uma solução imediata para esses problemas, mas levantando um questionamento e abrindo espaço para uma discussão. Trazendo visibilidade para os problemas atuais da moda, conscientizando os consumidores e estimulando um pensamento crítico reflexivo para que mais pessoas possam começar a se conscientizar e pensar soluções.

### **Práticas Críticas e o Consumo**

O design crítico é um meio de atuação do design especulativo que busca levantar questionamentos sobre o papel dos produtos no nosso cotidiano, sendo o oposto do design afirmativo que reforça o *status quo* (DUNNE e RABY, 2013). Ao projetar artefatos considerando uma abordagem do design crítico, a



intenção não está em desenvolver um vestuário que atenda às demandas do mercado massificado, mas em despertar um questionamento no espectador que pode acarretar mudanças na atual forma de produzir e consumir.

Dunne e Raby (2013) também apresentam o conceito de *critical shopping* (compra crítica), quando compradores manifestam seus ideais por meio das suas escolhas de compras, impactando na realidade do mercado. Casos de consumidores críticos, ocorrem cada dia mais, relacionados à indústria da moda, influenciados por movimentos como o *Fashion Revolution*. Nos últimos anos mais consumidores começaram a questionar os meios de fabricação das peças e fazer escolhas conscientes, exigindo maior transparência em relação à fabricação dos produtos, resultando em uma mudança no mercado de marcas *fast fashion* que precisaram se adaptar a políticas mais sustentáveis. Segundo o *Fashion Revolution* (2020), em 2019 mais de 2,5 milhões de pessoas ao redor do mundo utilizaram meios digitais para se manifestar e questionar as marcas sobre a mão de obra utilizada na produção das suas roupas, resultando em um maior número de inspeções nas fábricas e uma indústria da moda mais transparente em relação aos seus processos produtivos. No Brasil, o índice de transparência de grandes varejistas apresentou um crescimento médio de 39% entre 2018 e 2019 (FASHION REVOLUTION, 2020). Após serem pressionadas por consumidores mais conscientes, muitas marcas têm se mostrado abertas a se adaptar a práticas mais transparentes e sustentáveis.

O movimento *Fashion Revolution* promove a conscientização em relação a indústria da moda por meio de ações ativistas desenvolvidas por voluntários ao redor do mundo para promover uma conscientização sobre os impactos causados pela indústria da moda. Algumas vezes, fazendo uso de artefatos para promover essas reflexões, como as bandeiras produzidas com retalhos de tecido que carregam o slogan “Quem fez minhas roupas?”. Nesse caso pode-se interpretar que as bandeiras assumem a função de um artefato crítico para promover um discurso ativista com o intuito de despertar um pensamento reflexivo sobre a indústria da moda, os processos de produção do vestuário, a mão de obra e o desperdício de matéria-prima gerado pela indústria. A funcionalidade das bandeiras está em promover um debate sobre as práticas atuais de produção e consumo na moda com o intuito de gerar consumidores mais conscientes sobre o que está por trás das suas escolhas de compra.

Em uma sociedade voltada para o consumo, uma forma dos consumidores apresentarem seus valores pode ocorrer por meio das suas escolhas. Segundo Dunne e Raby (2013) ao comprar, tornamos as



coisas reais, concretas, construindo a nossa realidade por meio do que escolhemos consumir, uma realidade não só física, mas psicológica, ética e comportamental.

Pensando nisso, ao utilizar uma abordagem do design crítico ao projetar, os designers de moda podem incentivar mudanças em relação aos nossos hábitos de consumo. Grande parte dos impactos gerados pela indústria da moda estão relacionados à etapa do uso das peças, não apenas a fabricação, como os processos de lavagem e o descarte precoce das peças que ocorre devido à falta de cuidado e manutenção com as roupas (GWILT, 2014). Consumidores críticos, conscientes das suas ações, são de extrema importância para garantir uma indústria da moda com menor impacto. O design crítico não propõe uma mudança específica, mas abre caminho para que esses assuntos sejam discutidos. Estimular o diálogo e o pensamento crítico pode ser o primeiro passo para a mudança em busca de uma indústria da moda mais sustentável, apoiada por consumidores conscientes das suas escolhas e hábitos.

### **Vestuário Crítico Reflexivo**

Segundo Dunne e Raby (2013) o design crítico na moda pode se manifestar em peças de alta costura, em coleções apresentadas nas passarelas e em roupas mais acessíveis, produzidas em maior escala. Um caso de ativismo na moda que podemos identificar como um design crítico são as criações da designer Katherine Hamnett, que desenvolve peças como camisetas com frases que despertam pensamentos reflexivos no público. A designer utiliza a moda para promover um discurso ativista por meio de suas criações que estimulam reflexões sobre questões relacionadas ao meio ambiente e aos direitos humanos (GWILT, 2014). Desde 1983, Hamnett possui como marca registrada nas suas criações a presença de slogans como forma de manifestar um protesto por meio da moda e promover discussões (GWILT, 2014). A intenção do vestuário, nesse caso, está em promover um discurso ativista e incentivar um pensamento crítico reflexivo. No caso da camiseta apresentada na figura 1 a frase “*climate action now*” abre muitos caminhos para serem discutidos, desde a situação climática atual até especulações sobre os impactos que esses poderiam causar no futuro.



Figura 1: Camiseta da designer Katherine Hamnett.

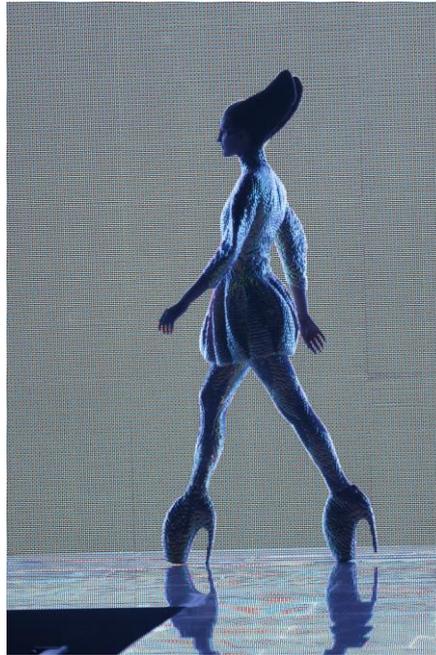


Fonte: <https://katharinehamnett.com/gbp/activist-t-shirts>, 2022.

O design especulativo é um meio para pensar diferentes possibilidades, estimulando o público a imaginar novas perspectivas sobre como as coisas poderiam ser no futuro e sobre como as coisas são atualmente (DUNNE e RABY, 2013). Para Dunne e Raby (2013), pensar futuros é um meio para auxiliar a imaginação, não é sobre projetar algo para ser planejado e alcançado ao longo dos anos, mas um meio para estimular reflexões sobre o mundo em que vivemos e como ele poderia ser.

Um caso que propõe uma especulação de futuro por meio do vestuário é a coleção apresentada por Alexander McQueen, *Plato's Atlantis*, primavera verão 2010. A coleção apresenta uma visão de futuro no qual as calotas polares derreteram deixando o mundo submerso e obrigando os seres humanos a viverem sob as águas (BOLTON, 2011). Por meio dessa coleção, McQueen faz uma crítica aos fatores que levaram à crise climática que vivemos e nos transporta para um cenário futuro no qual os seres humanos tiveram que se adaptar e evoluir para conseguir sobreviver como seres aquáticos. Por meio do vestuário o designer propõe uma visão de futuro chocante, provocando reflexões nos espectadores sobre a situação ambiental que o nosso planeta se encontra.

Figura 2: *Plato's Atlantis*, primavera/verão 2010, Alexander McQueen



Fonte: Victoria and Albert Museum, The Museum of Savage Beauty, disponível em:

<https://www.vam.ac.uk/museumofsavagebeauty/rel/on-the-catwalk-armadillo/>

A ação crítica especulativa, presente na coleção de McQueen, atua trazendo visibilidade para uma pauta ambiental importante, estimulando a discussão, assim como as criações de Hamnett. As práticas críticas no design são um meio para trazer visibilidade para pautas sociais, ambientais e culturais, incentivando o pensamento crítico reflexivo do espectador. Essas práticas críticas também se assemelham a ações ativistas, no momento em que o designer projeta com o intuito de propor uma discussão e despertar o interesse do público.

### Considerações Finais

Quando o designer atua por meio das práticas críticas para pensar o vestuário, deixando de projetar somente sob as demandas do mercado, ele expande a sua atuação para além do desenvolvimento de produtos. O designer de moda pode passar a assumir um papel de ativista, incentivando os expectadores a refletirem sobre assuntos críticos, despertando um interesse ou trazendo visibilidade para questões que

antes eram ignoradas. Nesse caso o vestuário também assume um papel diferente, quando a sua função se destina principalmente ao ato de despertar uma reflexão crítica.

As práticas críticas especulativas se mostram relevantes para o surgimento de mais consumidores críticos, o que é de extrema importância para pensar processos de produção e consumo mais sustentáveis. Como foi possível observar com o caso do movimento *Fashion Revolution*, que está ocasionando uma mudança na indústria da moda devido aos questionamentos feitos pelos consumidores sobre a origem e os impactos das suas roupas.

Pensando nisso, a atuação do designer de moda por meio das práticas críticas de design pode ser uma abordagem para a sustentabilidade, trazendo visibilidade para questões ambientais, sociais e econômicas. A prática convida os espectadores para uma reflexão crítica, como foi apresentado nesse artigo, o que pode ser um primeiro passo para uma mudança em direção a práticas mais sustentáveis. É possível observar que abordagens do design crítico se mostram presentes na moda, embora poucas vezes o termo design crítico ou design especulativo é mencionado para designar essas criações. Um próximo passo para a pesquisa seria testar protótipos de um vestuário crítico-reflexivo, projetado utilizando abordagens das práticas críticas de design, por meio de processos de experimentação.

## Referências

BOLTON, A. **Alexander McQueen Savage Beauty**. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2011.

DUNNE, A; RABBY, F. **Speculative Everything: design fiction and social dreaming**. Cambridge: MIT Press, 2013.

FASHION REVOLUTION, A Revolução da moda será coletiva ou não será. Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/brazil-blog/a-revolucao-da-moda-sera-coletiva-ou-nao-sera/>, acesso em set/2022.

FLATCER, K; GROOSE, L. **Moda e Sustentabilidade: design para a mudança**. São Paulo: Senac, 2011.

GWILT, A. **Moda Sustentável: um guia prático**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

MALPASS, M. **Between Wit and Reason: defining associative, speculative, and critical design in practice**. *Design and Culture*, 5 (3), pp 333 – 356. March 2016.



MALPASS, M. **Criticism and Function in Critical Design Practice.** Design Issues, 31 (2). pp 59 – 71. Spring 2015.

MANZINI, E. **Design Quando Todos Fazem Design: uma introdução ao design para inovação social.** São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017.

