

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN  
NÍVEL MESTRADO**

**DEISE DA LUZ SANTOS**

**ECOSSISTEMAS CRIATIVOS E INOVAÇÃO SOCIOCULTURAL:  
Uma Cartografia dos Processos de Difusão da Cultura da Sustentabilidade na  
Moda**

**Porto Alegre**

**2019**

DEISE DA LUZ SANTOS

**ECOSSISTEMAS CRIATIVOS E INOVAÇÃO SOCIOCULTURAL:  
Uma Cartografia dos Processos de Difusão da Cultura da Sustentabilidade na  
Moda**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design Estratégico, pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientadora: Profa. Dra. Karine de Mello Freire

Porto Alegre

2019

S237e Santos, Deise da Luz  
Ecosistemas criativos e inovação sociocultural : uma cartografia dos processos de difusão da cultura da sustentabilidade na moda / por Deise da Luz Santos. – 2019.

147 f. : il., 30 cm.

Dissertação (mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design, 2019.  
Orientação: Profa. Dra. Karine de Mello Freire.

1. Design estratégico. 2. Ativismo de design. 3. Inovação sociocultural. 4. Moda sustentável. 5. Comunicação digital.  
I. Título.

CDU 7.05:391

Catálogo na Fonte:

Bibliotecária Vanessa Borges Nunes - CRB 10/1556

DEISE DA LUZ SANTOS

**ECOSSISTEMAS CRIATIVOS E INOVAÇÃO SOCIOCULTURAL:  
Uma Cartografia dos Processos de Difusão da Cultura da Sustentabilidade na  
Moda**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design Estratégico, pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Aprovado em \_\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Componente da Banca Examinadora – Instituição a que pertence

---

Componente da Banca Examinadora – Instituição a que pertence

---

Componente da Banca Examinadora – Instituição a que pertence

Esse trabalho é dedicado a todos os atores do Ecosistema da Moda Sustentável do RS, que de uma forma ou de outra, contribuem para a difusão da cultura da sustentabilidade na moda por acreditarem num futuro sustentável para os seres humanos e para o planeta.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à professora, mentora e ativista inspiradora Karine de Mello Freire, por me acolher e me orientar ao longo desses dois anos de pesquisa acadêmica. Mas não apenas por isso, agradeço também pelo seu carinho e dedicação para com o Ecosistema da Moda Sustentável do RS, pois, sem ele, esta pesquisa não teria existido, muitas pessoas não teriam descoberto novas formas de mudar a moda e outras tantas não estariam, nesse momento, dedicadas a um trabalho colaborativo, evoluindo como pessoas, profissionais e principalmente como cidadãos. A ela e a todos os professores do PPG em Design da UNISINOS, por terem nos instigado a ter pensamento crítico e transmitido seus conhecimentos.

Ao meu marido, Fernando Schwedersky, por ter me acompanhado e enfrentado junto comigo o turbilhão que é passar pelo processo de mestrado. Por estar compreendendo a minha mudança de comportamento e posicionamento para com questões sociais e ambientais emergentes. E por ter participado de alguns momentos decisivos, desde a escolha sobre qual programa de pós-graduação escolher. Aos meus pais e irmão, por sempre me incentivarem em ir a diante. Aos amigos, que já estão acostumados, mas que mais uma vez entenderam a frase *não posso, estou estudando*.

Agradeço também, assim como dedico, a todos os atores do Ecosistema, suas motivações e inspirações. Atores que colaboram através de diferentes níveis de vínculos, mas que sempre demonstram seu real interesse em transformar o sistema da moda através de micro revoluções. Em especial, agradeço a Cacá Camargo, Janine Ledur e Liege Massi, especialistas em design e ativistas da moda sustentável, por terem dividido de perto encontros colaborativos e me inspirado para que essa dissertação pudesse ganhar vida.

Aos meus colegas de turma, que foram mágicos ao desdobrarem-se para dar conta das demandas do trabalho e da vida junto com o mestrado. Agradeço em especial ao meu grupo de projeto Ornitorrinhas. Aline Roque, Barbara Arena e Débora Kryvoruchca, obrigada pela intensidade, pela troca de experiências e aprendizados

## RESUMO

Esta pesquisa aborda o mapeamento dos processos de difusão da cultura da sustentabilidade na moda ocorridos no Ecosistema da Moda Sustentável do RS. O ecossistema em questão é um movimento ativado por especialistas em design que operam à luz do design estratégico, desenvolvendo estratégias que buscam promover a inovação sociocultural na moda. A difusão da cultura da sustentabilidade é entendida, nesta pesquisa, como promotora de conexões e relações sociais capazes de ampliar o alcance das inovações. O mapeamento de processos foi realizado através de um trabalho cartográfico que envolveu uma pesquisa-intervenção. A pesquisa-intervenção teve como recurso a cocriação de artefatos projetados por meio do ativismo de design com o objetivo de gerar engajamento e participação social. As ativações e intervenções ocorreram em três territórios principais: Virada Sustentável 2018, Semana Fashion Revolution 2018 e hashtag #modamudamundo no Instagram. A partir dessas ativações e da circulação dos artefatos projetados, foi observado o fluxo das conexões. Com base nos fluxos observados em campo, foram desenhadas tramas processuais. Através dessas tramas, são discutidos os conceitos de ativismo de design, coalizão de design e colaboração, bem como sugerido um mapa dos processos da difusão da cultura da sustentabilidade na moda, tendo como base esses conceitos. Nossos achados indicam que o processo de difusão perpassa a recombinação de recursos existentes, que pode ser operada pelas habilidades de design. A recombinação de recursos contempla o uso de ferramentas de comunicação digital, como as redes sociais da internet, que por sua característica de rede distribuída, oferece a possibilidade de que diferentes níveis de vínculos sociais aconteçam e gerem temáticas emergentes em relação à moda sustentável, contribuindo para a ampliação dos nós nas redes e da difusão de cultura.

**Palavras-chave:** Design Estratégico, Ativismo de Design, Inovação Sociocultural, Moda Sustentável, Comunicação Digital.

## ABSTRACT

This research approaches the mapping of sustainability culture diffusion processes in fashion that occurs in the *Ecossistema da Moda Sustentável do RS*. The ecosystem in question is a movement activated by design specialists who operate according to the strategic design, developing strategies that seek to promote socio-cultural innovation in fashion. In this research, the sustainability culture diffusion is understood as a promoter of connections and social relations, capable of extending the innovations reach. The processes mapping was done through a cartographic work that involved an intervention research. The intervention research had, as a resource, the co-creation of artifacts projected through the design activism in order to generating engagement and social participation. Activations and interventions took place in three main territories: *Virada Sustentável 2018*, *Semana Fashion Revolution 2018* and hashtag *#modamudamundo* on Instagram. From these activations and also from the projected artifacts propagation, the connections flux was observed. Based on the fluxes observed in the field, procedural plots were drawn. Through these plots, the concepts of design activism, design coalition and collaboration are discussed, as well as a map of the processes of the sustainability culture diffusion in fashion is suggested based on these concepts. Our results point the diffusion process runs through the recombination of existing resources, which can be operated by design skills. The resources recombination consider the use of digital communication tools, such as the internet social networks, which, because of their distributed network characteristics, offer the possibility that different levels of social ties occur and generate emerging themes in relation to sustainable fashion, contributing for the expansion of social network nodes and also for the culture diffusion.

**Keywords:** Strategic Design, Design Activism, Socio-cultural Innovation, Sustainable Fashion, Digital Communication.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Design Orienting Scenarios (DOS)</i> .....	20
Figura 2 - Ativismo e Capital Social.....	40
Figura 3 - Tipos de Laços e Interações nas Redes Sociais .....	43
Figura 4 - Laços Fracos como Conectores de Laços Fortes.....	44
Figura 5 - Manifesto do Ecossistema da Moda Sustentável do RS.....	58
Figura 6 - Pistas Cartográficas .....	63
Figura 7 - Ativação na Virada Sustentável 2018 .....	64
Figura 8 - Frente e Verso do Postal Colaboração .....	65
Figura 9 - Frente e Verso do Postal Mude o Mood.....	66
Figura 10 - Ativação na Semana Fashion Revolution 2018 .....	69
Figura 11 - Frente e Verso do Postal Indagações sobre a Moda .....	70
Figura 12 - Ativistas e Diálogos Estratégicos .....	80
Figura 13 - Questionamento e Conscientização.....	86
Figura 14 - Reaproveitamento e Coalizão de Design.....	92
Figura 15 - Mapa de Atores do Ecossistema da Moda Sustentável do RS .....	93
Figura 16 - Colaboração e Inovação Sociocultural.....	99
Figura 17 - Mapa dos Processos.....	102

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Canais de Contato do Ecossistema da Moda Sustentável do RS.....	72
--	----

## LISTA DE SIGLAS

BEFW	<i>Brasil Eco Fashion Week</i>
DESI	Design para Inovação Social e Sustentabilidade
DOS	<i>Design Orienting Scenarios</i>
DIY	<i>Do It Yourself</i>
FIT	<i>Fashion Institute of Technology</i>
GPDEICS	Grupo de Pesquisa Design Estratégico para Inovação Cultural e Social
PLAC	Pequeno, Local, Aberto e Conectado
PPG	Programa de Pós Graduação
UNISINOS	Universidade do Vale do Rio dos Sinos

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>2 DESIGN ESTRATÉGICO E INOVAÇÃO SOCIOCULTURAL NA MODA</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1 Design Estratégico</b> .....	<b>17</b>
<b>2.2 Organizações Colaborativas</b> .....	<b>21</b>
2.2.1 Encontros Colaborativos .....	27
2.2.2 Ecossistemas Criativos .....	35
<b>2.3 Ativismo de Design</b> .....	<b>38</b>
<b>2.4 Redes Sociais e Cultura Digital</b> .....	<b>42</b>
<b>2.5 Cultura da Sustentabilidade na Moda</b> .....	<b>49</b>
<b>3 CARTOGRAFIA NO ECOSSISTEMA DA MODA SUSTENTÁVEL DO RS</b> .....	<b>54</b>
<b>3.1 Pesquisa-intervenção</b> .....	<b>54</b>
3.1.1 Virada Sustentável 2018 .....	63
3.1.2 Semana Fashion Revolution 2018 .....	68
3.1.3 #modamudamundo .....	71
<b>3.2 Tramas</b> .....	<b>73</b>
3.2.1 Ativistas e Diálogos Estratégicos .....	74
3.2.2 Questionamento e Conscientização .....	81
3.2.3 Reaproveitamento e Coalizão de Design .....	87
3.2.4 Colaboração e Inovação Sociocultural .....	93
<b>3.3 Mapa de Processos</b> .....	<b>100</b>
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>103</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>109</b>
<b>APÊNDICE A – ATIVISTAS E DIÁLOGOS ESTRATÉGICOS</b> .....	<b>112</b>
<b>APÊNDICE B – QUESTIONAMENTO E CONSCIENTIZAÇÃO</b> .....	<b>117</b>
<b>APÊNDICE C – REAPROVEITAMENTO E COALIZÃO DE DESIGN</b> .....	<b>122</b>
<b>APÊNDICE D – COLABORAÇÃO E INOVAÇÃO SOCIOCULTURAL</b> .....	<b>126</b>
<b>APÊNDICE E – VIRADA SUSTENTÁVEL 2018</b> .....	<b>130</b>
<b>APÊNDICE F – SEMANA FASHION REVOLUTION 2018</b> .....	<b>141</b>
<b>APÊNDICE G – #MODAMUDAMUNDO</b> .....	<b>145</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa irá tratar de estratégias que possam contribuir com a difusão da cultura da sustentabilidade na moda. Operando por meio do Design Estratégico, entendemos a estratégia como ação coletiva, em que múltiplos atores interagem entre si com o objetivo de modificar realidades. A realidade reconhecida é que o desgaste causado pelo sistema atual da moda necessita ser descontinuado. Essa descontinuidade perpassa o aprendizado social para que tenhamos bem-estar duradouro e um planeta sustentável.

O aprendizado social, no presente caso, está relacionado ao aumento da consciência sobre os problemas causados pela indústria da moda. Consciência que pode gerar a libertação da escravidão, tanto do consumo compulsivo, quanto do trabalho escravo, propriamente dito. Os problemas em questão atingem as esferas ambiental, social e econômica. A indústria têxtil impacta significativamente o planeta com a degradação de recursos naturais, em função da extração e utilização de matéria-prima para a confecção de roupas e acessórios. Confecções que são aceleradas no intuito de cumprir as agendas da moda pautadas pela concorrência de mercado, fazendo com que muitas pessoas tenham condições injustas de trabalho, como os locais impróprios e a carga horária aumentada em função da demanda. A falta de regras e leis mais acentuadas para garantir a decência e a transparência do setor é observada em diversos países. Acredita-se que uma mudança sistêmica para com essas questões pode proporcionar um desenvolvimento econômico mais sustentável, no viés do trabalho justo e respeito ao meio ambiente, atualizando o sistema atual instituído desde meados do século passado.

A cultura da sustentabilidade na moda perpassa alguns valores relacionados ao consumo, fartura, conveniência e identidade. A proposta é que possa acontecer uma ressignificação desses valores por parte da humanidade. Nesse sentido, o consumo pode ser substituído pelo valor do cuidado, a fartura entendida como a possibilidade de reciclar e reutilizar materiais, a conveniência relacionar-se com a colaboração e equilíbrio entre atores, organizações e marcas, e a identidade subverter a lógica individualista e instituir-se com o aumento dos relacionamentos ocorridos a partir dos demais valores. Esses valores podem ser entendidos e transmitidos através do conceito de mentalidade lenta. A mentalidade lenta figura

como evolução do sistema atual, que opera no âmbito do *fast fashion*. Nesse sentido, podemos entender que a cultura da sustentabilidade na moda tem como base a mudança de mentalidade através do aprendizado social, percorrendo o movimento *slow fashion*. (FLETCHER; GROSE, 2011).

O processo de aprendizagem social depende de abertura e flexibilidade no que tange ao desenvolvimento de iniciativas e ações. Os movimentos sociais que partem de organizações comunitárias engajadas em descobrir formatos inovadores para solucionar problemas que não podem ser solucionados através dos padrões de organizações já existentes parecem ter as características necessárias para que o aprendizado e a inovação sociocultural aconteçam. A inovação sociocultural é iniciada *de baixo para cima*, ou seja, da própria sociedade, fazendo com que sejamos responsáveis pelas mudanças que queremos desenvolver, sem depender de outras instâncias para colocarmos em prática ações em prol dessas mudanças. Essas organizações costumam ser chamadas de organizações colaborativas e figuram como base das soluções para os problemas emergentes identificados nos diferentes níveis da vida em sociedade, como os enfrentados pela indústria da moda. (MANZINI, 2008).

Dentro do conceito de organizações colaborativas apresentado por Manzini (2008), encontramos uma abertura para o princípio dos ecossistemas criativos. Os ecossistemas criativos são entendidos como ambientes em que diferentes atores interagem entre si compartilhando um meio sociocultural. As características de um ecossistema criativo perpassam o desenvolvimento de processos criativos que resultam em dispositivos (artefatos, processos ou sistemas) possivelmente originais e inovadores. Essas características são possibilitadas pela natureza aberta dos ecossistemas, que demonstram a capacidade de manterem-se em equilíbrio entre a ordem e a desordem simultânea. (FRANZATO et al., 2015).

É possível perceber o aumento de iniciativas sociais relacionadas às diferentes problemáticas que envolvem sistemas mais sustentáveis. Essas iniciativas parecem acontecer com o despertar da sociedade para com o seu próprio bem-estar, tendo os avanços tecnológicos dos meios de comunicação como fortes aliados para o cruzamento de ideias e conexão de pessoas. Para Manzini (2017), estamos vivendo um período de transformações, caracterizado pela transição entre o *antigo* e o *novo* mundo. Outros períodos parecidos já foram historiados, como a passagem da civilização feudal para sociedade urbana industrial ocorrida na Europa,

que causou uma transformação radical no sistema da época, por tratar-se de uma revolução, um rompimento abrupto com o passado. A passagem foi marcada por um longo período de crises e transformações, com mudanças locais contrastando com metamorfoses sistêmicas em larga escala, tudo acontecendo ao mesmo tempo, em diferentes ritmos e diferentes níveis sociais, culturais, econômicos, políticos e tecnológicos, apresentando regimes favoráveis à mudança e outros avessos a ela. O velho mundo parece desconhecer ou negligenciar os fatores insustentáveis do planeta, enquanto o novo mundo reconhece esses fatores e experimenta novas oportunidades para transformá-los, ambos coabitando o mesmo território. Essa visão é apresentada por Manzini (2017) através de uma metáfora em relação ao surgimento de *ilhas* de inovação. Ilhas, que unidas, formam arquipélagos e assim podem significar a existência de um novo mundo. Nosso entendimento sobre essa metáfora é de que os dois mundos coexistem e que o processo de transição e mudança social é lento e não linear, ou seja, existem pessoas que coabitam os dois mundos, hora sendo menos atenta aos problemas da sustentabilidade, hora mais. Entendemos, portanto, que esse processo faz parte do desenvolvimento humano.

No entanto, nos questionamos: quais são os processos e estratégias necessárias para que a transição aconteça? Como a mentalidade lenta proposta por Fletcher e Grose (2011) relacionada à cultura da sustentabilidade na moda pode ser assimilada pela sociedade? E qual o papel do designer estratégico nesse contexto? Essas são as inquietações que inspiraram esta pesquisa.

Partimos do princípio de que o ativismo de design abre caminhos promissores para a inovação sociocultural através das ramificações do capital social. (FUAD-LUKE 2009). Ramificações que estão associadas ao capital institucional e cultural e movimentam-se nos eixos das orientações políticas, sociais e religiosas. Com suas habilidades de tornar as coisas visíveis e tangíveis, acreditamos que os especialistas em design possam mapear e catalisar iniciativas, operando por meio do ativismo, motivando, facilitando e acompanhando as mudanças. (FUAD-LUKE, 2009; MANZINI, 2017; ZURLO, 2010).

Segundo Franzato et al. (2015), a pesquisa em design trata dos processos criativos que permitem ao designer antecipar soluções futuras para a sociedade. A sensibilidade estética e poética ou competência científica e operacional, que estão presentes na forma como o designer vivencia o mundo, conduzem a uma forma especial de projeção. A partir dos ecossistemas criativos, o designer irá investigar

um conjunto de fatores que interagem entre si, provocando a troca produtiva entre agentes, recursos e condições. Essa troca pode acontecer em diferentes níveis do processo projetual e vai depender da forma de operar do ecossistema envolvido.

O ecossistema criativo escolhido para este estudo é o Ecossistema da Moda Sustentável do RS. Para facilitar a leitura, na maioria dos momentos, trataremos apenas como Ecossistema. Ele foi ativado por especialistas em design que operam por meio do Design Estratégico, catalisando iniciativas e conectando diferentes atores da cadeia da moda Gaúcha. Sua história e características serão apresentadas no capítulo 3.1.

Nesse sentido, apresentamos como problema de pesquisa o seguinte questionamento: a difusão da cultura da sustentabilidade na moda por meio de ecossistemas criativos pode contribuir com os processos de Design Estratégico para Inovação Sociocultural? Para tanto, sugerimos que o objetivo principal seja **mapear os processos de difusão da cultura da sustentabilidade na moda por meio do Ecossistema da Moda Sustentável do RS**. Para realizar o mapeamento, apresentamos os seguintes percursos que se configuram como os objetivos específicos:

- a) experimentar a difusão da cultura da sustentabilidade na moda através de uma intervenção urbana e digital;
- b) cartografar os processos de difusão da cultura da sustentabilidade na moda a partir desse experimento;
- c) apresentar as tramas dos processos observados;
- d) propor um mapa dos processos observados.

Os capítulos a seguir tratam de elucidar os leitores sobre as teorias que foram usadas como embasamento desta pesquisa. No capítulo 2.1, o Design Estratégico é apresentado a partir da comunidade científica do Politécnico de Milão. A estratégia, a cocriação e a construção de cenários foram os principais conceitos interpretados. Conceitos que norteiam os caminhos projetuais operados pelo Ecossistema da Moda Sustentável do RS.

Para compreendermos como o processo de inovação sociocultural pode ocorrer através do design, no capítulo 2.2 trazemos os princípios de Manzini (2008, 2017) sobre organizações colaborativas, coalizão de design, características dos encontros colaborativos e o papel do especialista em design nesse processo de



inovação. Capra (2005) e Castells (2017) nos ajudam no entendimento do avanço das tecnologias e das organizações em rede. A rede permite que organizações processem e gerem informações de forma eficiente, tornando-se flexíveis e abertas às transformações existentes. Conectividade e coerência são fatores fundamentais para o funcionamento das organizações em rede. A conectividade garante a comunicação entre os atores da rede e a coerência prediz que esses atores estão conectados a partir de objetivos comuns. (CASTELLS, 2017). Essas características permitem a aproximação com os sistemas vivos, que, segundo (CAPRA, 2005), são representados pela capacidade autopoietica das relações estabelecidas em rede, em que o todo é maior do que a soma das partes. Para tanto, os ecossistemas criativos, aqui abordados, funcionam como metáfora aos ecossistemas naturais e representam um formato de organização social e sustentada em rede. Essas características são apresentadas ao logo do capítulo 2.2, tendo o entendimento de Franzato et al. (2015), apresentado no subcapítulo 2.2.2, como conceito absorvido.

No capítulo 2.3, discutimos sobre o ativismo de design e suas capacidades de tornar visíveis movimentos em prol de descontinuidades sistêmicas. O ativismo de design é tratado por Fuad-Luke (2009) como condutor do processo de mudança social em que as ferramentas de comunicação digital podem contribuir para o alcance dos artefatos projetados. O embasamento sobre a intensidade dos laços sociais ocorridos através das redes sociais da internet, que podem gerar vínculos fortes e fracos e a cultura da participação, que irá ao encontro das redes sociais como ferramentas de comunicação, é atribuído à Jenkins (2014), Shirky (2011) e Recuero (2009) com concepções de Malini (2017) que aborda também a questão do ativismo em rede. A emergência das temáticas tratadas por meio das redes é entendida por Johnson (2003) e Recuero (2009). Conceitos que são abordados no capítulo 2.4.

A cultura da sustentabilidade na moda é apresentada no capítulo 2.5, principalmente pela teoria da mentalidade lenta de Fletcher e Grose (2011) e abarcada no conceito de sustentabilidade através dos registros ecológicos de Guattari (2001), em que a subjetividade humana é inserida como parte do processo de conscientização e mudança social.

Para desenvolver esta pesquisa, encontramos na cartografia caminhos metodológicos pertinentes, tomando a experimentação como base de observação. Para tanto, esse estudo configura-se como uma pesquisa-intervenção com carácter

exploratório, através de um estudo empírico indutivo, que não se propõe a entregar soluções, mas sim a mapear processos que possam nortear outros coletivos de moda a partir do Design Estratégico. As intervenções e o mapeamento dos processos foram realizados em territórios estratégicos, projetados através de nossa cocriação com os atores do Ecosistema. A cartografia, enquanto metodologia de pesquisa apropriada para as ciências sociais é apresentada no capítulo 3.1. No mesmo capítulo, são apresentados os percursos cartográficos estabelecidos nesta pesquisa através do Design Estratégico, o Ecosistema da Moda Sustentável do RS e os respectivos territórios ativados: Virada Sustentável, Semana Fashion Revolution e hashtag #modamudamundo. Apresentamos também a Figura 6, que sintetiza os processos cartográficos estabelecidos a partir das sete pistas de Passos, Kastrup e Escóssia (2015). Considerando o contexto do Design Estratégico, que abraça a dimensão da complexidade dos fenômenos sociais, esta pesquisa cartografia é inspirada na ótica dos rizomas de Deleuze e Guattari (2011).

No capítulo 3.2, desenhamos as tramas encontradas pela conexão cartográfica. Tramas que figuram como base dos processos da difusão da cultura da sustentabilidade na moda por meio do Ecosistema. A partir da interpretação das tramas, propomos, no capítulo 3.3, um mapa de processos. Esse mapa pode ser entendido como um *frame*, que serve para auxiliar na criação de novas iniciativas realizadas por meio do Ecosistema da Moda Sustentável do RS e/ou outros coletivos de moda que tiverem interesse nos processos de inovação sociocultural através da difusão da cultura da sustentabilidade.

As considerações finais são apontadas no capítulo 4, e além de apresentarem as contribuições e as limitações desse estudo, servem como sugestão de caminhos futuros relacionados aos processos de difusão da cultura da sustentabilidade na moda.

## 2 DESIGN ESTRATÉGICO E INOVAÇÃO SOCIOCULTURAL NA MODA

Neste capítulo, serão apresentados os conceitos e teorias utilizadas como lente para nossa pesquisa cartográfica. Conceitos e teorias que serão novamente abordados no embasamento e discussão dos resultados encontrados em campo.

### 2.1 Design Estratégico

Nossa conceituação sobre Design Estratégico parte das pesquisas desenvolvidas pela comunidade científica do Politécnico de Milão através de Manzini (2008, 2017), Manzini e Jégou (2006), Mauri (1996), Meroni (2008), Zurlo (1999, 2010), e das contribuições de Freire (2015), integrante do Grupo de Pesquisa Design Estratégico para Inovação Cultural e Social (GPDEICS), sediado pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Observamos uma mudança de foco no design desde a era industrial, em que o olhar projetual estava voltado para a criação e produção de artefatos pautados pela funcionalidade dos produtos em termos ergonômicos e usuais e pela demanda de mercado. Segundo Freire (2015), o design pode operar em âmbito mais amplo, abraçando o pensamento complexo como contribuição ao desenvolvimento de estratégias organizacionais. Essa perspectiva, abordada por Freire (2015), surge das pesquisas de Zurlo (1999), que ao longo de sua pesquisa doutoral sugere que o processo de projeto para estratégias organizacionais possa ser desenvolvido a partir da abordagem metodológica da cultura de design, estabelecendo, assim, a área chamada Design Estratégico.

A estratégia é a linha condutora do fazer do design. Ela está relacionada com os efeitos de sentido produzidos a partir dos processos de projeto. Os efeitos de sentido são gerados pela capacidade do designer estratégico de explicitar modelos, trazendo à tona valores, crenças, conhecimentos e modalidades operacionais de uma organização. O modelo é eficaz quando transmite os valores principais e os objetivos de uma organização e é capaz de ser bem comunicado dentro e fora dela, refletindo sua identidade. (ZURLO, 2010). O Design Estratégico firma-se, então, na reflexão e na facilitação sobre as características individuais de cada organização, conforme (ZURLO, 2010, p. 2):

A estratégia é causa e efeito de um processo coletivo e interativo para modificar a realidade. Esta, é diálogo e confronto, conversa e negociação entre múltiplos atores, e visa alcançar alguma forma de sucesso (um resultado que tem sentido para alguém): vencer uma batalha, impor uma marca no mercado, atingir um objetivo profissional, construir harmonia dentro de uma família ou de uma pequena comunidade, encontrar a própria identidade.

As competências advindas da cultura de design e atribuídas ao designer estratégico estão relacionadas com três capacidades: ver, prever e fazer ver. Essa estrutura básica, citada por Zurlo (2010), é importante para o entendimento das atribuições do designer que passa a operar de forma estratégica.

A capacidade de ver é inerente à cultura e ao pensamento de design. Significa dizer que os designers podem interpretar fenômenos muito além de suas superfícies visíveis, ou seja, capturam a essência das coisas, o conhecimento tácito das pessoas, são sensíveis para compreender o não dito. Os artefatos não são meras formas materiais, representam também a experiência de uso, simbolizam identidades e criam vínculos culturais e emocionais com as pessoas. Essa dimensão de entendimento representa a competência que um designer tem em prever as relações sistêmicas que cada produto-serviço pode englobar. (ZURLO, 2010).

A capacidade de prever está relacionada com a habilidade do designer em projetar cenários futuros, alinhando contextos e membros do grupo num exercício criativo de antecipação crítica capaz de indicar caminhos possíveis dentro de uma organização. Essa antecipação está relacionada com o que Manzini e Jégou (2006) atribuem ao *Design Orienting Scenarios* (DOS), permeando o âmbito da exploração de possibilidades através da colaboração. Projetar cenários significa criar contextos imaginativos de uso de um produto ou de um produto-serviço, através de sessões de brainstorming ou de experimentações. O conceito de DOS será novamente abordado e melhor discutido logo abaixo. (ZURLO, 2010).

Por último, a capacidade de fazer ver é a dimensão que mais suporta a ação estratégica, pois torna visível o campo do possível, contribuindo para o processo de inovação. Fazer ver está relacionado com a capacidade do designer em explicitar modelos, em possibilitar diálogos estratégicos entre todos os atores de um processo de projeto. (ZURLO, 2010).

Os projetos criados por meio do Design Estratégico beneficiam-se do uso de ferramentas de diálogos estratégicos através do método de construção de cenários, denominado DOS. Para Manzini e Jegou (2006), a construção de cenários auxilia a

operação sistêmica das organizações, possibilitando o codesign a partir do envolvimento dos múltiplos atores do processo de projeto, pois serve como elemento de explicitação de pensamentos e confluência de ideias. É funcional para capacitar a convergência entre os atores do projeto, otimizando as tomadas de decisões futuras e aumentando o índice de que as inovações projetadas sejam sistêmicas e não setorizadas. As ferramentas de projeção de cenários também são eficientes para estabelecer o processo de aprendizagem, que é característica fundamental para a inovação social rumo à sustentabilidade.

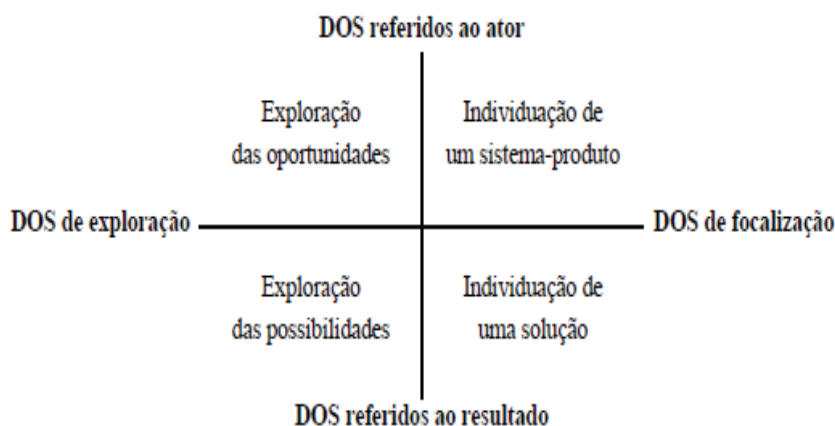
A projeção de cenários é acompanhada de alguns componentes que guiam as ações: prevê a apresentação de um estado das coisas que podem acontecer realmente; as previsões de cenários devem ser plausíveis e discutíveis, ou seja, devem esclarecer suas motivações e argumentos para avaliação de pressupostos e implicações. Sendo assim, a arquitetura dos cenários perpassa três componentes fundamentais: uma visão, uma motivação e algumas propostas. A visão responde à pergunta: como seria o mundo se? Essa resposta pode ser entregue em forma de história ou através de uma imagem sintética do estado das coisas. A motivação é definida como o componente que dá sentido ao projeto, ou seja, que justifica a sua criação e considera questões como premissas, condições, avaliações e alternativas. As propostas são pensadas para demonstrar como as visões podem ser implementadas, considerando a viabilidade e a concretude. (MANZINI; JÉGOU 2006).

Embasados nesses conhecimentos, Manzini e Jegou (2006) sugerem uma evolução e debatem sobre a construção de cenários orientados pelo design, aproximando do processo de projeto elementos como a complexidade, a incerteza e a velocidade das mudanças inerentes ao nosso sistema atual de vida. O DOS pode ser definido como “conjuntos de visões motivadas e articuladas, que visam catalisar as energias dos diversos atores envolvidos no processo de design, para gerar uma visão comum e desejavelmente orientar suas ações na mesma direção”. (MANZINI; JÉGOU, 2006, p. 193).

Diferentes métodos de DOS tem sido experimentados, para diferentes níveis e etapas de projetos. Essa abertura é inerente ao contexto apresentado acima e faz parte das propostas da área para a construção de cenários. No entanto, podemos observar algumas características fundamentais para o entendimento e concepção desses cenários orientados pelo design: apresentam um conjunto de contextos

alternativos em que o objeto do projeto pode colocar-se; as possibilidades e alternativas baseiam-se nas tendências tecnológicas e econômicas percebidas; são apresentados em forma de simulações projetuais, ou seja, representações de contextos e propostas, para que sugestões concretas sejam geradas a partir delas. Somando essas características aos componentes propostas acima, visão, motivação e propostas, temos um caminho sugerido para o pensamento projetual de cenários. Ele está representado na Figura 1 e se completa a partir das polaridades propostas pelos autores: exploração versus focalização e ator versus resultado. A exploração tem como objetivo gerar uma visão abrangente das alternativas praticáveis, enquanto a focalização serve para propiciar a convergência e visão compartilhada dessas alternativas pelo grupo de atores. As polaridades ator e resultado servem, respectivamente, para explicitar as restrições e as possibilidades do ator ou grupo de atores e dos resultados almejados. O resultado, para o âmbito do DOS, está relacionado com a proposta sugerida no intuito de mudar o estado das coisas. (MANZINI; JÉGOU 2006).

Figura 1 - *Design Orienting Scenarios (DOS)*



Fonte: Manzini e Jegou (2006, p.196).

Os processos de projeto conhecidos e disseminados pelo design nas últimas décadas esteve baseado no desenvolvimento de ideias colaborativas, por meio de ferramentas que são capazes de habilitar o desenvolvimento e a tangibilização das abstrações dos participantes. Nessa lógica de colaboração, são considerados especialistas e não especialistas em design que tem potencial de contribuição para

um projeto. É uma atividade transdisciplinar que envolve níveis diferentes de profissionais. Essa atividade é reconhecida como codesign. Para Mauri (1996), os saberes e as competências se fazem, no projeto da estratégia, experiências de transdisciplinaridade, de cruzamento de informações e de diferentes olhares dos sujeitos que intencionalmente sincronizam em tempo real seus pensamentos e aprendizagens, tornando o projeto uma construção contínua de um debate coletivo e interativo. Através dessa colaboração, todos os atores podem gerar demandas, perceber oportunidades, aprofundar posições, comunicar e avaliar decisões e responsabilidades permanentes, como respostas à incerteza e ao caos.

O codesign é, desde então, amplamente aplicado por organizações que operam na lógica da cultura de design, sendo um importante conceito dessa cultura. No entanto, podemos também considerar o codesign a partir da perspectiva de Meroni (2008), que explica o codesign como o ato de designers e sociedade trabalharem juntos na geração de cenários para a inovação, sugerindo uma mudança de foco do design centrado no indivíduo para o design centrado na comunidade, demonstrando a efetividade deste modo de fazer design: consciente, humano e colaborativo, tecendo boas narrativas de cenários futuros. Nessa perspectiva, em que o codesign é ampliado para o âmbito da comunidade, abre-se um novo caminho possível de ser operado por meio do Design Estratégico, o caminho da inovação sociocultural, rumo a um sistema mais sustentável, promovendo transformações nas formas de vida em sociedade. (MANZINI, 2008, 2017; MERONI, 2008, 2012).

Nesse capítulo, quisemos elucidar sobre Design Estratégico, construção de cenários e codesign, que são conceitos importantes para o início de uma discussão sobre a inovação sociocultural por meio do design. No entanto, é também necessária uma revisão sobre a função das organizações colaborativas, o potencial dos diálogos sociais e o papel do especialista em design nesse processo de inovação. Esses conceitos serão discorridos no próximo capítulo.

## **2.2 Organizações Colaborativas**

Ao longo dos últimos anos, estamos acompanhando o desgaste ocorrido nas diferentes dimensões da vida em sociedade, envolvendo problemas sociais, ambientais, econômicos e políticos emergentes. Contudo, é possível também

perceber novas organizações e sistemas que surgem com a intenção de driblar esses problemas, iniciadas *de baixo para cima* a partir de manifestações do tecido social, promovendo descontinuidades capazes de oferecer modos de vida mais sustentáveis. Esses novos tipos de organizações e sistemas aconteçam, principalmente, pela combinação de dois elementos: envolvimento social e desenvolvimento tecnológico, chamado, por Manzini (2017), de sistema sociotécnico.

O envolvimento social está relacionado com o bem-estar duradouro almejado pelas pessoas. O sistema de consumo dominante existente, baseado em uma lógica advinda do movimento pós-industrial ocorrido a partir da segunda metade do século passado, moldou a sociedade. O ser humano, que durante muitos anos precisou plantar para comer, teve a oportunidade de experimentar uma evolução, em que a industrialização permitiu menos trabalho braçal e mais bens de consumo disponíveis, gerando uma falsa sensação de bem-estar. Esse falso bem-estar está automaticamente associado a uma disponibilidade sempre maior de produtos e serviços, que conseqüentemente aumentou o uso de recursos naturais advindos do meio ambiente. O bem-estar duradouro, no entanto, parece estar associado à eficiência ecológica da região em que a pessoa habita, ao contato com a natureza e com a habilidade e possibilidade dessa pessoa de realizar atividades através de seu próprio esforço. Essas motivações levam ao compartilhamento de ideias, geralmente alinhadas com a necessidade social de trabalhar para a obtenção de modos de vida mais sustentáveis. (MANZINI, 2008, 2017).

A expressão 'sustentabilidade ambiental' refere-se às condições sistêmicas a partir das quais as atividades humanas, em escala mundial ou em escala local, não perturbem os ciclos naturais além dos limites de resiliência dos ecossistemas nos quais são baseados e, ao mesmo tempo, não empobrecem o capital natural que será herdado pelas gerações futuras. (MANZINI, 2008, p.22).

A transição rumo à sustentabilidade requer um processo de aprendizagem social que depende da abertura e flexibilidade no que tange aos processos inerentes ao desenvolvimento de iniciativas e ações. O aprendizado social acontece a partir da colaboração e troca entre os pares. Colaborações e trocas que costumam acontecer, primeiro, de forma local, através de comunidades criativas que desempenham um papel importante na construção de soluções em prol da



descontinuidade sistêmica, podendo ser considerados processos organizacionais *de baixo para cima*, ou seja, que nascem nas sociedades locais. (MANZINI, 2008).

Experiências demonstram que iniciativas sociais *de baixo para cima* acontecem em tempos de transformações tecnológicas ou decorrentes de problemas urgentes. Ao que tudo indica, vivemos em um cenário propício para a inovação, pois além dos problemas emergentes relacionados com a sustentabilidade ambiental, social e econômica, também estamos atravessando uma transformação mediada pela transformação digital, em que o período de significativas mudanças destaca-se, sobretudo, na forma como nos organizamos e nos comunicamos. (MANZINI, 2008, 2017).

Esses aspectos estão relacionados ao conceito de sistemas distribuídos apontados por (MANZINI, 2017, p.31) como “sistemas sociotécnicos que estão espalhados em inúmeras partes diversificadas, porém conectadas e relativamente autônomas, que estão mutuamente conectadas em redes mais amplas”. Nesse sentido, podemos notar que os sistemas distribuídos oferecem a possibilidade de transformar não apenas os sistemas de infraestrutura e produção, mas também o sistema econômico. A noção de sistemas distribuídos apresenta também a resiliência como característica diferencial aos modelos frágeis e insustentáveis predominantes até agora. A resiliência é obtida através da abertura e dinâmica ocorrida organicamente dentro dos próprios sistemas.

O processo de aprendizagem social pode ser determinado a partir de fenômenos básicos advindos da visão sistêmica da vida: o surgimento espontâneo da ordem e a dinâmica que Capra (2005) chama de acoplagem estrutural. A acoplagem estrutural está relacionada com a teoria da autopoiese: interações que desencadeiam mudanças estruturais no sistema. Nesse sentido, podemos conectar as características importantes para o processo de aprendizagem social com o que Manzini (2008) aborda sobre abertura e flexibilidade: são características dos processos de desenvolvimento de iniciativas sociais, pois promovem ambientes férteis para a criatividade impulsionando as habilidades humanas, capazes de contribuir com ideias locais, desencadeando um processo de transformação cultural. Abertura e flexibilidade são, geralmente, características de experimentos sociais, incubados em laboratórios multifocalizados e difusos onde diferentes movimentos rumo à sustentabilidade são ensaiados e testados. Movimentos que podem ser

beneficiados pelas propostas das organizações criativas e colaborativas capazes de gerar inovação sociocultural. (MANZINI, 2008, 2017).

Manzini (2008) aponta a inovação sociocultural como um caminho para alcançarmos modos de vida mais sustentáveis. A inovação sociocultural está relacionada com as mudanças que indivíduos e comunidades fazem para resolver seus problemas e criar novas oportunidades. Os movimentos sociais partem de comunidades criativas engajadas em descobrir formatos inéditos para solucionar problemas muito difíceis, que não podem ser solucionados sozinhos por entidades governamentais e do terceiro setor.

Essas comunidades compartilham algumas características em comum: partem de indivíduos estimulados a encontrar soluções para os seus problemas pessoais, que nascem a partir da vida cotidiana contemporânea, aliando, assim, suas soluções aos problemas sociais e ambientais; estabelecem fortes ligações com modos de fazer e pensar tradicionais, ou seja, ligados à vida no campo, ao compartilhamento de ferramentas entre vizinhos e etc, comportamento natural sob o ponto de vista do bem-estar social; utilizam tecnologias comuns (telefone, computador e internet), porém, de maneira original, criando sistemas distribuídos capazes de ressignificar produtos e serviços; trabalham de forma colaborativa evoluindo para um novo tipo de empreendimento, os empreendimentos sociais difusos, que não dependem de uma figura predominante, pois os participantes envolvem-se de modo direto e ativo em direção ao objetivo que o empreendimento pretende alcançar; são comunidades que estimulam a emergente economia do conhecimento, sendo resultado e, ao mesmo tempo, possíveis promotoras dessa economia, contribuindo para a expansão do conceito, em que a criatividade e o conhecimento devem ser encontrados de maneira difusa por toda a sociedade. (MANZINI, 2008).

A evolução dessas comunidades criativas depende da existência de casos promissores gerados e desenvolvidos por elas, tornando-se, então, empreendimentos sociais difusos. A partir do andamento desses empreendimentos, aumenta o grau de envolvimento e as comunidades passam a operar como organizações colaborativas. As organizações colaborativas se formam a partir de diferentes objetivos e atores, podendo ser classificadas como serviços colaborativos, empreendimentos colaborativos e cidadãos colaborativos. Os serviços colaborativos são serviços sociais em que os usuários estão ativamente envolvidos, ocupando o

papel de codesigners do próprio serviço. Empreendimentos colaborativos são organizações de produção ou iniciativas de serviços que fomentam novos modelos de atividades locais. Cidadãos colaborativos são grupos de pessoas que trocam ajuda mútua em termos de tempo e habilidade. Essas conexões, independente da classificação concedida, estão baseadas na qualidade relacional das organizações colaborativas. A qualidade relacional é interpretada como a existência de relações interpessoais mútuas e verdadeiras entre os indivíduos. Nesse sentido, as organizações colaborativas, mais do que qualquer outro tipo de organização, dependem da confiança entre os pares para que possam ser eficiente, baseando-se na ação direta das pessoas e nas suas capacidades de agir. (MANZINI, 2008).

O modelo organizativo dessas organizações também é uma característica própria, pois não são modelos padrões: privado/público; produtor/consumidor. Organizações colaborativas propõem soluções onde os interesses privados, sociais e ambientais se encontram, em função da combinação de necessidades e aspirações, em que, por serem todos participantes ativos, diluem-se os papéis. Da mesma forma, podemos pensar no modelo econômico dessas organizações, em que sistemas de troca, ajuda mútua, mercado e não mercado, aparecem como possibilidades viáveis de diversas soluções. (MANZINI, 2008).

A mais evidente característica comum dessas iniciativas é o fato de que elas surgem da recombinação criativa de recursos já existentes, com o objetivo de atingir metas sociais de uma nova maneira. A recombinação de recursos alimenta o crescimento do capital social local. O capital social é um conceito advindo das ciências econômicas e políticas, ganhando espaço nas ciências sociais pela sua capacidade de contribuir com o desenvolvimento de comunidades através da geração compartilhada de informações e conhecimentos. O capital social está baseado em normas, valores, instituições e relacionamentos compartilhados, permitindo a cooperação dentro ou entre os grupos sociais. (MARTELETO; SILVA, 2014). Para Higgins (2005), sua compreensão sociológica ainda merece avanços, mas algumas elucidações podem ser percebidas a partir de cruzamentos teóricos sobre a origem do termo e a sua importância para as relações sociais:

A construção do capital social é uma 'espécie de elipse com dois focos', um político e outro utilitarista ou econômico. No primeiro, distinguem-se assimetrias na obtenção de recursos por intermédio de redes de relações sociais; no segundo, parte-se do pressuposto de que relações de troca simétricas permitem a obtenção de recursos presentes nas estruturas de

relações sociais. Além das diferenças, as duas perspectivas são convergentes na ideia de que as relações sociais constituem um patrimônio 'não visível', mas altamente eficaz, a serviço dos sujeitos sociais, sejam estes individuais ou coletivos. Neste sentido, 'se as relações sociais estão baseadas na reciprocidade e na expectativa de cumprimento mútuo – caso contrário haveria sanção social –, os motores da ação coletiva serão a confiança e a cooperação'. (HIGGINS, 2005, p. 29).

Nesse sentido, podemos entender que organizações colaborativas requerem estratégias que contribuam com a processualidade social em busca de inovação para os problemas existentes, e é nesse âmbito que opera o Design Estratégico, apresentando a cultura de design capaz de impulsionar a aprendizagem organizacional e orientar as estratégias. Atuando em terreno coletivo, o papel do designer estratégico é de ativar o processo criativo nas organizações, alimentando novos conhecimentos capazes de gerar inovações, ativando a rede – atores de uma organização – para cocriarem o seu valor.

Considerando o papel do designer exercido até o final do último século, em que as atividades da área não contemplavam o pensamento estratégico e sistêmico necessário para subverter o conservadorismo cultivado ao longo de muitos anos, podemos considerar que, até então, fomos mais parte do problema da sustentabilidade do que uma possível solução. Nesse momento, estamos passando por um processo de transição também na disciplina, repensando sobre o papel que um designer deve exercer no mundo para melhorar a sua qualidade. (MANZINI, 2008).

Os designers podem ser parte da solução dos problemas relacionados à sustentabilidade por serem os atores sociais que mais lidam com as interações cotidianas dos seres humanos e seus artefatos. Através dos instrumentos naturais da atividade de design é possível operar sobre a qualidade e aceitabilidade das coisas, imprimindo novos cenários passíveis de aceitação. A criatividade e as habilidades de um designer são consideradas elementos necessários para a condução de um processo de inovação social e tecnológica. Nesse sentido, especialistas em design podem apoiar e alimentar iniciativas participando e guiando as transformações sociais que delas podem surgir, através de um processo colaborativo que acontece com a coalizão de design. (MANZINI, 2008, 2017).

A coalizão de design acontece através de redes de design em que atores colaboram para alcançar resultados comuns, compartilhando uma visão sobre o que fazer e como e decidem fazê-lo em conjunto. As redes podem ser formadas por

design difuso e design especializado. O design difuso é realizado por não especialistas em design que possuem capacidades naturais para o design, podendo ser organizações de base e ativistas culturais, ao passo que o design especializado é concebido por pessoas formadas para atuarem profissionalmente como designers através de agências de tecnologia ou de comunicação.

Organizações de base são caracterizadas pela união de grupos de pessoas com o objetivo de lidar com problemas locais, como a falta de área verde em um bairro, por exemplo. Ativistas culturais geralmente são conhecidos como pessoas com forte interesse na promoção de espaços para exposições, apresentações e experiências culturais. Agência de comunicação é a modalidade de design de especialistas que usam conhecimentos específicos e ferramentas para desenvolver produtos, serviços e artefatos. E as agências de tecnologia figuram como ambientes com equipes de especialistas interdisciplinares com formação altamente técnica que objetivam a resolução de problemas complexos ao conciliar questões técnicas e sociais. A junção de design difuso e design especializado é uma das principais características de projetos capazes de gerar inovações. É nessa coalizão que acontecem as dinâmicas socioculturais e os aprendizados sociais necessários para que o sistema se torne aberto, dinâmico e resiliente. (MANZINI, 2017).

Manzini (2017) também debate sobre a evolução do design como solucionador de problemas para produtor de sentido. Essas maneiras de fazer design coexistem, lembrando-nos que o design opera não só no mundo físico e biológico, como solucionador de problemas, mas também no mundo social, onde acentua o seu papel no campo da cultura e, portanto, da produção de sentido. O design para a inovação sociocultural está baseado nas habilidades dos especialistas em design em reconhecer e atuar em casos promissores de invenções sociais que estejam alinhadas com a lógica da sustentabilidade. Essa atuação pode acontecer através de encontros colaborativos e ser operada através do Design Estratégico.

### 2.2.1 Encontros Colaborativos

Neste subcapítulo, iremos tratar das motivações pessoais que geram os encontros colaborativos, suas características, propósitos e contribuições para a inovação sociocultural. Iremos também tratar do papel dos especialistas em design para com esses encontros e suas ramificações. Para tanto, obtemos na obra mais

atual de Manzini, intitulada *Design* quando todos fazem design, as teorias que embasam essas questões. A escolha pela obra de Manzini (2017) é relacionada aos seus importantes experimentos por meio de comunidades e organizações colaborativas.

Para Manzini (2017), a colaboração acontece quando pessoas se encontram e trocam alguma coisa (tempo, cuidados, experiência, conhecimento especializado etc), no intuito de receberem um benefício e criando um valor comum entre elas. As dimensões que caracterizam os encontros colaborativos, que serão discutidas abaixo, revelam porque e como as pessoas resolvem fazer parte desses encontros.

A primeira dimensão, definida por Manzini (2017), é o envolvimento ativo, que está relacionado ao bem-estar geral desejado pelas pessoas. Conforme conceituado anteriormente, esse bem-estar, que pode ser considerado duradouro, é encontrado a partir da participação ativa dos seres humanos na resolução de problemas, que acontece por meio de conhecimentos e ferramentas adequadas. Essa proposta trás a atenção para o desenvolvimento de produtos e serviços que capacitem as pessoas a serem ativas no uso de bens, e não apenas usuárias ou portadoras de necessidades de uso. As capacidades disponíveis para cada pessoa dependem das características do seu contexto e dos seus recursos pessoais, que variam de habilidades físicas a organizacionais e contam também com a disponibilidade de tempo e capital disponível de cada uma. A partir da identificação dessas propensões, os protagonistas podem escolher as maneiras e a intensidade de seus envolvimento com projetos colaborativos.

Nesse sentido, o envolvimento colaborativo figura como a segunda dimensão apontada por Manzini (2017) e está relacionado com a requalificação da habilidade de construir em conjunto com outras pessoas. Para colaborar, é necessário um acordo entre as partes, e, por vivermos em uma sociedade individualista, esse ato muitas vezes é visto como limitador da liberdade pessoal diária. No entanto, o crescimento do número de casos de organizações colaborativas envolvidas com a inovação social, mostra a movimentação de pessoas dispostas a enfrentar os desafios da colaboração. Um bom exemplo são os jardins urbanos criados por moradores de um mesmo bairro, como o caso do Coletivo de Moradores Ocupe & Abrace, que colaboraram para revitalizar a Praça Homero Silva no bairro Pompéia em São Paulo. (FEDERIZZI, 2014). Os encontros colaborativos satisfazem o bem-estar das pessoas envolvidas e aumentam suas habilidades de colaboração. Essas

habilidades perpassam a capacidade de negociar a sua aparente liberdade individual em prol dos resultados colaborativos.

As regras, os objetivos e as ações colaborativas variam com o contexto, com os resultados a serem alcançados e com as motivações pessoais dos atores envolvidos. A evolução do processo de cada uma dessas definições é a essência das organizações ou dos encontros colaborativos de alto envolvimento, diferente das organizações tradicionais, que geralmente operam processos que acontecem de cima para baixo, sem a colaboração de todos os atores ou com a baixa colaboração. Experiências em andamento demonstram que encontros colaborativos podem acontecer de diferentes formas e com diferentes regras, que vão desde colaborações simétricas (similares ao processo das organizações tradicionais), até aquelas nas quais as regras são estabelecidas durante o curso da colaboração. (MANZINI, 2017). Para o âmbito desta pesquisa, nos interessa o maior entendimento do último formato de organização e encontros colaborativos: abertos e autopoieticos.

O nível de envolvimento dos atores de um encontro colaborativo varia com a intensidade dos vínculos sociais estabelecidos, sendo essa a terceira dimensão caracterizadora das qualidades dos encontros. A força ou a fragilidade desses vínculos aponta suas características em termos de fluidez ou estabilidade de tempo e também o seu fechamento ou abertura para aqueles que não fazem parte do grupo. O fato é que existem encontros colaborativos que operam em diferentes níveis de vínculos sociais: vínculos fortes ou vínculos fracos. Estudos indicam que a relação dos encontros colaborativos com o uso das mídias sociais potencializa o acontecimento dos vínculos fracos, o que inicialmente pode parecer uma característica de fragilidade da proposta em questão. Porém, os vínculos fracos estão associados ao melhor desempenho das organizações que operam através da alta tecnologia, pois tendem a ser mais flexíveis e abertas, sendo, conseqüentemente, mais capazes de crescer e se replicar. A estratégia de promover vínculos fracos, no entanto, é utilizada para estabelecer o equilíbrio dos encontros colaborativos, fazendo com que o engessamento ocorrido pelos vínculos fortes, normalmente observados em organizações que operem através de baixas tecnologias, não seja um limitador para projetos futuros. Ambos os níveis são importantes, cabendo ao designer especialista identificar e propor estratégias para que o equilíbrio seja encontrado. A vantagem dos vínculos fortes é a maior

capacidade de transformar o tecido social a partir da intensidade do vínculo. (MANZINI, 2017).

A quarta dimensão é, portanto, pertencente ao âmbito das intensidades relacionais. A intensidade relacional é caracterizada pelo envolvimento despendido das pessoas para com os encontros colaborativos. Esse envolvimento pode ser evitado pela vulnerabilidade emocional que naturalmente acontece a partir de relacionamentos estabelecidos entre pessoas. Administrar essas relações complexas pode ser um desafio dos encontros colaborativos com envolvimento relacional por parte dos atores. O contraste do encontro relacional é o encontro experiencial, que exige menos envolvimento e energia e naturalmente protege emocionalmente os participantes, mas deixa uma brecha na qualidade e na evolução dos projetos. Essa constatação surge da identificação de que encontros colaborativos relacionais geram maior qualidade de vida para os participantes e conseqüentemente maior engajamento e doação de tempo e energia. Portanto, o equilíbrio entre encontros relacionais e experienciais pode ser buscado por parte das organizações colaborativas, bem como o equilíbrio dos níveis dos vínculos (fortes e fracos) proposto acima. (MANZINI, 2017).

Os desafios propostos aos especialistas em design, desse modo, estão relacionados com a capacidade dos designers em tornar visíveis as possibilidades de atuação das pessoas para com projetos colaborativos, fazendo perceptível a complexidade e a dinâmica que as orientam, e fazendo com que pontos de vista e desejos se tornem explícitos. Esses desafios podem ser alcançados a partir da projeção de diálogos sociais. O campo do design para a visibilidade é bastante amplo, podendo ser estabelecidos diálogos a partir de diferentes ferramentas e artefatos como manuais de instrução, mapas e sistemas infográficos, que variam de acordo com a complexidade dos problemas e das possíveis soluções. O mapeamento de características diferenciadas, o mapeamento de recursos físicos e sociais de determinada área, e o mapeamento de fenômenos sociotécnicos complexos, podem ser exemplos de diferentes caminhos percorridos para dar visibilidade e tornar possíveis os diálogos sociais. (MANZINI, 2017).

O mapeamento e a amplificação são elementos importantes no processo de abertura de diálogos. Os primeiros passos estão relacionados ao mapeamento e visibilidade de iniciativas. A amplificação pode ser operada para aumentar o sinal fraco de casos promissores, através de artefatos projetados para demandas de



comunicação e da dinamização desses artefatos para diferentes necessidades de uso. Outro elemento importante é a construção de cenários orientadores de design, por ser uma ferramenta de visualização capaz de explicitar futuros possíveis e desejáveis, estimulando que a cocriação de soluções caminhe na mesma direção, sendo uma forma de diálogo social estratégico. (MANZINI, 2017).

Diferentes objetivos e estágios dos diálogos sociais requerem o uso de ferramentas de design que sejam capazes de tornar visível e tangível o que está sendo proposto e discutido, iniciando a abertura para a cocriação. Essas ferramentas podem servir para iniciar ou apoiar um diálogo, para contribuir com o seu desenvolvimento ou alimentá-lo com novas ideias e informações ou para sintetizá-los com documentos que consolidem e repliquem seus resultados. As ferramentas de design para diálogos sociais podem ser agrupadas em três categorias principais: temas de diálogo, *prompts* de diálogo e facilitadores de experiência. (MANZINI, 2017).

Os temas de diálogo são concebidos para estimular reações e interações entre atores potencialmente interessados, trazendo o seguinte questionamento: como o mundo poderia ser se? Pontos de contato realizados através do ativismo de design costumam estar relacionados com a construção de temas de diálogo. *Prompts* de diálogo servem para facilitar o diálogo social nas diferentes fases do processo. São, muitas vezes, considerados artefatos projetados para demandas de comunicação que ilustram o estado das coisas e alternativas viáveis, de modo mais acessível, ou, que consolidam resultados e ofereça a possibilidade de replicá-los, como a construção de *toolkits*, manuais de uso e demais artefatos que indicam caminhos de replicação. As ferramentas facilitadoras de experiência figuram como protótipos e experimentos e servem para antecipar soluções mapeadas e para que os atores tenham um contato direto com o que poderiam ser essas soluções. (MANZINI, 2017).

Os aspectos necessários para tornar a inovação social possível e provável movimentam-se através da infraestrutura de ecossistemas habilitantes. A criação de infraestrutura está relacionada com o desenvolvimento de ambientes favoráveis e habilitantes e caracteriza-se por um processo contínuo de construção de relações com diversos atores e por uma alocação bem flexível de tempo e recursos. Portanto, o processo aberto permite que infraestruturas sejam elaboradas a partir da dinâmica de cada grupo, região ou necessidade. Espaços físicos que facilitem a circulação

dos atores, estimulando a participação dos mesmos na criação de ideias, serviços de comunicação que auxiliam na divulgação das motivações e objetivos por trás das organizações colaborativas, encontros periódicos que sirvam de alinhamentos para o desenvolvimento de projetos e soluções, bem como a manutenção desses contatos através de ferramentas online ou mídias sociais, podem ser exemplos de como criar e manter infraestruturas habilitantes. (MANZINI, 2017).

Exemplos citados por Manzini (2017) demonstram que a criação de kits que podem ser usados como ferramentas habilitantes são uma prática em experimentação. Sua aplicação serve para empoderar os atores de diferentes iniciativas, demonstrando exemplos já estudados, seus erros, acertos e aprendizados. Desse modo, os kits operam como ferramentas de suporte de design e podem ser construídos a partir de uma série de artefatos comunicativos adequados a necessidades definidas, como também podem servir de apoio para qualquer pessoa a quem convier. Normalmente, as plataformas online figuram como possibilidade de fornecimento e replicação de soluções.

A governança em rede também é apontada por Manzini (2017) como uma forma de tornar as coisas possíveis e prováveis. A união de inovações sociais com inovações públicas pode ser uma forma de governança em rede. A governança em rede pode ser definida como “a interconectividade de unidades independentes de autoridade e poder, sejam elas individuais, comunitárias, públicas ou corporativas”. (MANZINI, 2017, p. 177). Essa perspectiva indica que servidores públicos e elaboradores de políticas públicas poderiam aproximar-se de iniciativas de inovação sociocultural. Apesar das dificuldades encontradas para esse envolvimento, que permeiam o modo de operar do sistema público atual, existem estratégias que estão surgindo, como a criação de locais de experimentação que são disponibilizados, muitas vezes, através de políticas públicas e tem como objetivo principal promover o encontro de diferentes atores da inovação sociocultural com a inovação pública. No Brasil, sabemos que essa realidade é pouco diferente da Europeia, onde a pesquisa de Manzini (2017) é aprofundada, mas mesmo em nosso país é possível perceber o interesse do setor público em promover inovação sociocultural. Como exemplo, podemos citar a comunidade Talking City, que aproxima governos, organizações e cidadãos em torno de temas relacionados com a construção de cidades melhores. (TALKING CITY, 2019).

Para Manzini (2017), esses locais de experimentação para o encontro de diferentes atores requerem algumas características para que sejam bem sucedidos. Características que podem ser conduzidas pelos especialistas em design, sendo:

- a) a tolerância, ou seja, a capacidade de aceitar a existência e o desenvolvimento do novo;
- b) a abertura, que significa que as ideias estão livres para circular e que as pessoas se encontram e trocam experiências e conhecimentos;
- c) a capacidade de aprender, que se trata de criar situações para que as pessoas possam experimentar coisas novas e que também possam errar.

Esses lugares para experimentos sociais figuram como um grande laboratório social. Podem ser configurados a partir de uma combinação de eventos, planejados ou não, locais que podem ser físicos ou digitais nos quais diferentes atores possam se encontrar, interagir e discutir diferentes possibilidades de inovação. (MANZINI, 2017).

O bem-estar está no cerne do envolvimento colaborativo que as pessoas decidem ter com determinadas iniciativas. Tornar essas iniciativas eficazes e significativas é uma tarefa que precisa ser desenvolvida também de forma colaborativa, sendo os especialistas em design capazes de conduzir soluções habilitantes para o atingimento dessas metas. As soluções habilitantes ampliam a capacidade das pessoas de chegar a um resultado de valor para elas, e estão relacionadas ao sistema de produtos-serviços que disponibilizam instrumentos cognitivos, técnicas e organização para que essa ampliação de capacidade aconteça. (MANZINI, 2017).

O principal objetivo das soluções habilitantes é tornar as organizações e os encontros colaborativos mais acessíveis e eficazes, fazendo com que uma visão geral seja apresentada e que os participantes possam ser parte da construção de caminhos de forma colaborativa, estando dentro do processo das mudanças e das evoluções de cada projeto. Soluções habilitantes podem ser reconhecidas pelo uso de plataformas digitais que conectam e facilitam o bom funcionamento das organizações e dos encontros colaborativos, através de ferramentas e metodologias de codesign para a projeção de artefatos que auxiliem os diferentes processos e fases de um projeto. Elas podem também acontecer através de espaços flexíveis que sirvam para funções mistas e como espaços de prototipação, entre outros

artefatos que podem ser estudados e utilizados. As soluções habilitantes também oferecem um ambiente propício para o desenvolvimento de sociabilidade e convivência construídas, bem como contribuem para o desenvolvimento de confiança entre os atores, sendo esses aspectos de bastante importância para que a eficácia e o significado sejam gerados e experimentados integralmente. (MANZINI, 2017).

Como vimos no início do capítulo 2.2, os sistemas distribuídos constituem-se por sistemas sociotécnicos formados por diversos elementos interconectados e capazes de se adaptar e sobreviver ao tempo. Os sistemas distribuídos e a inovação social formam os pilares de um novo cenário que está surgindo, chamado por Manzini (2017) de Pequeno, local, aberto e conectado (PLAC). Para o autor, esse cenário configura-se como um futuro possível, baseado na participação social e na utilização de tecnologias que contribuam para que duas estratégias sejam possibilitadas: replicação e conexão.

Essas estratégias servem de apoio para que o impacto das organizações colaborativas seja ampliado e para que elas cresçam sem perder a natureza colaborativa, podendo tornar-se projetos estruturais capazes de conduzir a criação e manutenção de diferentes iniciativas. A replicação pode ocorrer a partir da apropriação de artefatos projetados que sirvam de guia para a condução de novas iniciativas, principalmente se considerarmos o mundo conectado, em que a possibilidade de compartilhamento pode ser utilizada para que iniciativas pequenas e locais tenham efeitos em larga escala. A conexão pode ser obtida através de duas modalidades, a primeira consiste na criação de uma infraestrutura de conexão, cabendo aos facilitadores de projetos locais encontrarem as melhores maneiras de conectar-se, promovendo a possibilidade de conexão e de um ambiente favorável para que novas iniciativas manifestem-se e conectem-se de maneira autônoma. A outra modalidade consiste na realização de projetos estruturais, que acontecem através de coalizões amplas capazes de orientar a totalidade de um processo. Sua existência serve para produzir visões comuns e instrumentos práticos, viabilizando a estratégia e a prática de todos os hubs de atuação. (MANZINI, 2017).

Os objetivos do cenário PLAC estão relacionados ao desenvolvimento de inovações socioculturais que sejam capazes de gerar mudanças no sistema atual, em benefício de uma sociedade mais sustentável. Para que esse cenário transforme-se em iniciativas e conseqüentemente em futuros possíveis, entende-se

a necessidade da existência de lugares atribuídos de sentidos para que as trocas aconteçam. Esses lugares são construídos através das organizações colaborativas formadas por comunidades intencionais, ou seja, comunidades relacionadas aos lugares em que atuam e que Manzini (2017) denomina de comunidades de *placemaking*. Essas comunidades atuam com a finalidade de regenerar espaços urbanos e torna-los mais dinâmicos, como as hortas urbanas, festas de bairro e artesanato local. A existência da variedade de lugares é condição para um sistema natural, social e de produção mais resiliente. Essas são as características de um sistema que consegue adaptar-se a acontecimentos inesperados e sobreviver ao tempo.

Nesse sentido, percebemos que a resiliência é um importante fator para que as organizações colaborativas atuem de forma local e aberta. “O termo resiliência pode ser definido como a capacidade de um sistema de lidar com estresse e falhas locais sem entrar em colapso (e aprender com a experiência), podemos dizer também que é uma pré-condição para qualquer sociedade sustentável concebível” (MANZINI, 2017, p. 209). A resiliência está diretamente relacionada com a quantidade de informações genéticas encontradas em um ecossistema, ou seja, quanto maior a diversidade de informações, mais resiliente ele será. Trazendo para o sistema sociotécnico, no qual operamos, para ter um ecossistema resiliente podemos aumentar a complexidade e estimular a coexistência de soluções fundadas em diversas lógicas e em diferentes pressupostos. Essa perspectiva nos abre caminho para uma apresentação do que, para nós, configura-se como um ecossistema criativo. É a partir de Franzato et al. (2015) que elaboramos nossa conceituação.

### 2.2.2 Ecossistemas Criativos

A partir da identificação da complexidade dos problemas sociais e ambientais apresentados pela contemporaneidade em diferentes esferas, acredita-se no potencial dos ecossistemas criativos como promotores de inovação. Para tanto, propomos uma reflexão sobre o conceito de ecossistemas criativos, sua aproximação com as organizações em rede e os sistemas vivos apresentados por Capra (2005) e Castells (2017) e a sua importância para o âmbito do Design Estratégico.

O surgimento do termo ecossistema teve origem na Ecologia. Para Franzato et al. (2015), a partir de conceituações apresentadas por Tansley (1935), o ecossistema é composto por elementos bióticos e abióticos conectados entre si, em uma área limitada da biosfera, que funcionam por uma relação de interdependência, possuindo características próprias: são delimitados, seus elementos interagem entre si, se autorregulam e evoluem, e são considerados sistemas abertos por interagirem com outros ecossistemas. Essas características demonstram a capacidade de manterem-se em equilíbrio entre a ordem e a desordem que os habitam simultaneamente. A aproximação dos ecossistemas ecológicos com os ecossistemas sociais pode ser interpretada por Capra (2005) e Castells (2017).

A organização da sociedade parte da comunicação existente nela. Capra (2005) sugere que a comunicação é estabelecida através do padrão das redes sociais. Sua teoria, que tem origem nas ciências naturais, pretende observar como os padrões dos sistemas vivos podem contribuir para a explicação do funcionamento dos sistemas sociais. Para isso, realiza um cruzamento entre as ciências naturais e ideias absorvidas da teoria social, da filosofia, da ciência da cognição, da antropologia e outras disciplinas, com o objetivo de propor uma teoria sistêmica unificada para a compreensão dos fenômenos biológicos e sociais. É nessa perspectiva que iremos observar as redes sociais, a fim de entender como o aprendizado social se manifesta e como ele pode influenciar a descontinuidade sistêmica através de sistemas distribuídos.

Para Capra (2005), a rede social é um padrão não linear de organização, em que os conceitos de realimentação (*feedback*) ou surgimento espontâneo (*emergence*), advindos da teoria da complexidade, encontraram a sua aplicação. Porém, outras atividades, além das bioquímicas, rodeiam a organização das redes sociais: elas dependem das redes de comunicações que envolvem linguagem simbólica, limites culturais, relações de poder entre outros aspectos relacionados à vida em sociedade. Portanto, a autopoiese, conceito observado nas ciências naturais a partir da descrição das redes celulares, é importante para compreendermos a comunicação das redes sociais:

As redes vivas criam ou recriam a si mesmas continuamente mediante a transformação ou substituição dos seus componentes. Dessa maneira, sofrem mudanças estruturais contínuas ao mesmo tempo que preservam seus padrões de organização, que sempre se assemelham a teias. (CAPRA, 2005, p. 27).

Nesse sentido, a autopoiese, dinâmica da autogeração que pode ser notada nos sistemas vivos, é também atribuída à organização das redes sociais. A comunicação é utilizada, pelos sistemas sociais, como modo particular de reprodução autopoietica. A regeneração acontece porque cada comunicação cria pensamentos e um significado que dão origem a outras comunicações, realizando-se de modo recorrente e em múltiplos anéis de realimentação, gerando um sistema de crenças, valores e explicações, ou seja, um contexto comum de significado que é continuamente sustentado por novas comunicações. A partir desse contexto comum de significado, cada indivíduo alcança a sua identidade dentro da rede social, gerando, naturalmente, o seu limite externo feito de pressupostos, intimidade e lealdade, que segue continuamente conservado e renegociado, produzindo ideias, significados e estruturas sociais. (CAPRA, 2005).

As tecnologias da informação e da comunicação moldam o surgimento de uma nova economia, que pode ser observada em crescimento ao longo das últimas décadas, em que as fontes principais de desenvolvimento são o processamento de informação e a criação de conhecimento. (CASTELLS, 2017). Numa sociedade conectada em rede, entende-se que o processamento de informação e a criação de conhecimento também possam ser explicados a partir da organização sistêmica, ocorrendo de forma autopoietica através da comunicação estabelecida por suas estruturas, favorecendo o processo de aprendizagem social. (CAPRA, 2005).

A apropriação desse conceito pelas ciências sociais é útil para descrever um ecossistema em que diferentes atores interagem entre si compartilhando um determinado meio sociocultural. O desenvolvimento das relações ecossistêmicas é estudado pelas processualidades que envolve a participação dos atores, abordagem que será utilizada no âmbito desta pesquisa e que parte da compreensão de que os ecossistemas socioculturais funcionam como ecossistemas criativos. “Ecossistema criativo é um tipo de ecossistema cultural caracterizado pelo desenvolvimento de processos criativos que resultam em dispositivos sociotécnicos (artefatos, processos ou sistemas), possivelmente originais e inovadores”. (FRANZATO et al., 2015, p.172). A partir de três fatores, podemos caracterizar a processualidade dos ecossistemas criativos: atores que contribuem para a criação, uso e inovação de dispositivos; recursos disponíveis para a expressão da criatividade; combinações circunstanciais desses atores e desses recursos, originando situações criativas (FRANZATO et al., 2015).

Os recursos que um ecossistema necessita são determinados e regulados por condições temporais, econômicas e políticas de cada sistema e suas dinâmicas. Esses recursos possibilitam as relações, interações e fluxos que acontecem entre os atores, dando vida ao ecossistema, sendo marcados pelos princípios dialógico, recursivo, hologramático e autopoietico. Esses princípios garantem a natureza aberta dos ecossistemas criativos, emergindo em processos interativos que estão em constante fluxo para permitir a dinâmica entre o caos e a ordem, evoluindo com as interferências que sofrem e que impõem a outros ecossistemas.

Segundo Franzato et al. (2015), o processo de design abre-se para as múltiplas colaborações que são desenvolvidas em sociedade, evoluindo também os métodos projetuais que precisam ser mais inclusivos, compartilhados e articuladores. Nesse sentido, o processo de design torna-se um processo de aprendizagem social. O papel do especialista em design dentro de um ecossistema criativo é articular os processos criativos que levam a antecipação dos desdobramentos futuros da sociedade, investigando o conjunto de fatores que interagem entre si, provocando produções entre atores, recursos e condições.

Entendendo o design como processo criativo capaz de gerar dispositivos sociotécnicos para a transformação social, podemos observar algumas características importantes desse processo: criatividade, imanência, prospectividade e transitividade. A criatividade é inerente às habilidades de design, e está relacionada com a capacidade humana de imaginar, ousar e subverter. A imanência, que tem em si própria o princípio e o fim, é a característica que faz com que a realidade seja presente e percebida. A prospectividade confere ao design um carácter de projeção do futuro. E a transitividade é operada a partir de dispositivos que efetivem a transformação do mundo. (FRANZATO et al., 2015).

Portanto, os ecossistemas criativos são considerados de grande valor para a geração de inovação sociocultural, sendo através do design que esses processos ganham estratégias capazes de contribuir com a descontinuidade sistêmica rumo à sustentabilidade.

### **2.3 Ativismo de Design**

Contemporaneamente, o ativismo é reconhecido como forma de argumentação de pessoas e grupos que pertencem a movimentos ambientais e



políticos, motivados a gerar a transformação de realidades. Os ativistas são envolvidos em inculcar mudanças a partir de suas visões de mundo, passando do estado A (original) de um sistema para o estado B (alterado). As mudanças reivindicadas são relacionadas com movimentos sociais que transitam no âmbito de desafios coletivos iniciados para questionar questões políticas e sociais. Alguns ativistas envolvem-se com questões antropocêntricas como feminismo, antiaborto e antiguerra. Outros, no entanto, demonstram maior engajamento com questões biocêntricas como o direito dos animais, preservação do planeta, entre outras temáticas. Geralmente, o ativismo é protagonizado por instituições sem fins lucrativos, beneficentes e não governamentais. É motivado por pessoas com forte senso de altruísmo ou moralidade, no intuito de trazer benefícios para a sociedade. Pessoas que costumam se reunir em torno de causas específicas, um conjunto de crenças ou percepções de injustiças perigosas ou preocupantes para as futuras gerações. (FUAD-LUKE, 2009).

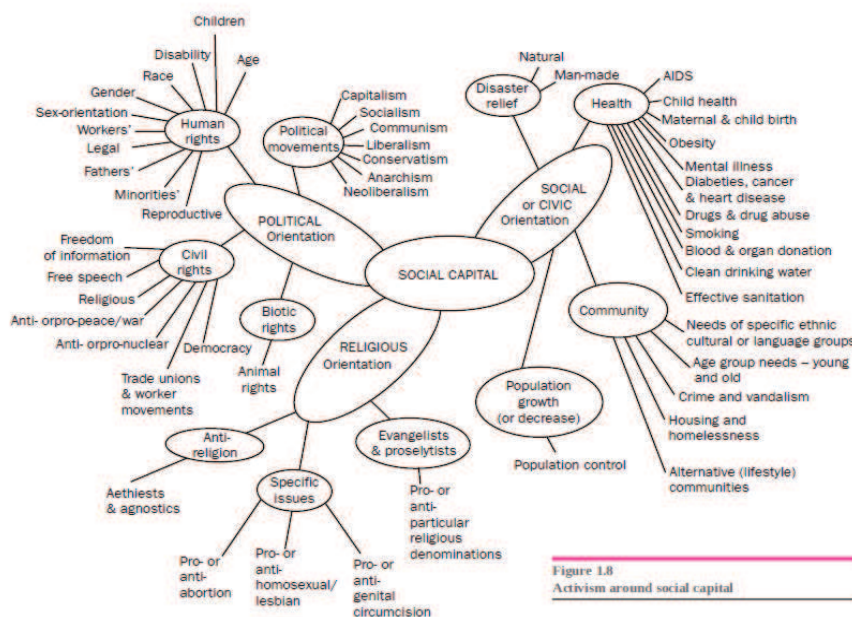
Nesse sentido, o potencial de operação do ativismo pode ser observado a partir do que Fuad-Luke (2009) chama de cinco capitais. O ativismo alcança efetividade quando operado através do capital natural, humano, social, econômico ou manufaturado. “O ativismo é sobre tomar ações para catalisar, encorajar ou provocar mudanças, a fim de obter transformações sociais, culturais e / ou políticas”. (FUAD-LUKE, 2009, p. 06, tradução nossa).<sup>1</sup>

Acreditamos que o campo de ação do ativismo para a inovação social e cultural perpassa mais fortemente o âmbito do capital social, com suas ramificações e diferentes áreas de atuação (Figura 2), conforme proposto por Fuad-Luke (2009). Complementando os conceitos apresentados no capítulo 2.2 por Higgins (2005) e Marteleto e Silva (2014), o capital social é aqui entendido como a conexão entre redes sociais que incentivam o engajamento cívico, geram confiança e apoio mútuo, estabelecem normas que contribuem para a saúde geral, consolidam interesses comuns e criam reciprocidade entre indivíduos e indivíduos e uma sociedade. Ele pode ser representado por dois subgrupos, o capital institucional e o capital cultural, gerando crescimentos positivos ou negativos, dependendo da forma como é usado e do objetivo proposto. (FUAD-LUKE, 2009).

---

<sup>1</sup> “Activism is about ... taking actions to catalyse, encourage or bring about change, in order to elicit social, cultural and/or political transformations”.

Figura 2 - Ativismo e Capital Social



Fonte: Fuad-Luke (2009, p.15).

A aproximação entre ativismo e design nasce a partir da concepção de que o ativismo, como propulsor de mudanças sociais, culturais e políticas, estimula o questionamento em relação ao futuro com a seguinte pergunta: em que tipo de sociedade nós queremos viver? E é nessa projeção de futuros que entra o pensamento de design, capaz de contribuir com caminhos responsáveis por causar o bem para a sociedade e para o planeta. Podendo, o ativismo de design, ser descrito da seguinte forma: “o ativismo de design é pensamento de design, imaginação e prática aplicada conscientemente ou inconscientemente para criar uma contra narrativa destinada a gerar e equilibrar mudanças sociais, institucionais, ambientais e / ou econômicas positivas”. (FUAD-LUKE, 2009, p. 27, tradução nossa).<sup>2</sup>

Ativistas de design podem, a partir de suas habilidades, projetar os caminhos futuros da sociedade e do planeta. Entendemos essa tarefa como necessária quando observamos as atuais agendas públicas em relação ao desenfreado desgaste de recursos sociais, ambientais e econômicos causados pelo fenômeno da globalização. São nessas esferas que existem possibilidades de mudança,

<sup>2</sup> “Design activism is design thinking, imagination and practice applied knowingly or unknowingly to create a counter-narrative aimed at generating and balancing positive social, institutional, environmental and/or economic change”.

possibilidades de introdução de um novo modo de ver e de viver o mundo, descontinuando sistemas estabelecidos em benefício de uma sociedade mais sustentável. Para Fuad-Luke (2009), o designer ativista pode interferir no funcionamento desses fluxos, e isso significa dizer que ele pode atuar promovendo mudanças culturais e sociais.

A interpretação de Fuad-Luke (2009) sobre codesign complementa a interpretação de Manzini (2008, 2017) e Meroni (2008, 2012). O codesign é uma prática da cultura de design apontada como importante na projeção de artefatos: “a premissa subjacente do codesign é baseada no conceito de que as pessoas que usam um artefato projetado têm o direito de ter voz para determinar como esse artefato é projetado”. (FUAD-LUKE, 2009, p. 147, tradução nossa)<sup>3</sup>. Essa prática contribui para que diferentes atores participem da identificação do problema e da criação de possíveis soluções, que podem envolver artefatos projetados, aumentando as chances da efetividade dos projetos. Através do aprendizado mútuo entre as partes, da inclusão e da democratização das decisões, o codesign configura-se como um sistema aberto e apropriado para a abordagem de questões complexas, como o caso das mudanças culturais e sociais almejadas pelo ativismo de design. Algumas características tecnológicas aliadas à prática de codesign parecem corroborar para que os ativistas possam facilitar o funcionamento dos fluxos em prol da mudança, possibilitando a colaboração e o compartilhamento de conhecimentos e aumentando a união de pessoas. (FUAD-LUKE, 2009).

A organização de um projeto constituído de forma coletiva requer algumas habilidades advindas dos especialistas em design. Recomenda-se que o objetivo central do projeto ativista seja desenhado e explicitado, também podem ser indicados o público-alvo e os beneficiários. Essas indicações servirão de norte para os encontros colaborativos e para despertar o interesse de possíveis atores que queiram contribuir. Alguns eventos requerem que o contexto de design seja definido com alguns detalhes, outros permitem um processo aberto destinado a definir o contexto através da inteligência coletiva. Alguns acontecem formalmente e outros informalmente. Essas definições perpassam a combinação do propósito dos encontros colaborativos com o objetivo projetado. É provável que o sucesso de um encontro colaborativo dependa de um bom planejamento, da comunicação

---

<sup>3</sup> “The underlying premise of co-design is that it is an approach predicated on the concept that people who ultimately use a designed artefact are entitled to have a voice in determining how that artefact is designed”.

adequada, da facilitação de um especialista, do uso de ferramentas e técnicas de codesign apropriadas e da captura e disseminação de resultados gerados após os eventos. (FUAD-LUKE, 2009).

Nesse sentido, podemos identificar as redes sociais da internet como ferramentas de organização de encontros colaborativos aliadas ao ativismo. A rápida expansão da internet e tecnologias Web 2.0, que potencializaram a criação de sites, blogs, redes sociais e ferramentas de conversação em tempo real, possibilitam que mais pessoas sejam conhecedoras dos objetivos de um grupo ativista e optem por contribuir, tornando-se um ator envolvido com o projeto. Por parte dos designers ativistas, são canais que ampliam a comunicação e a coordenação de redes distribuídas de projeto. (FUAD-LUKE, 2009). Para tanto, discorreremos a seguir sobre o atual cenário das redes sociais e da cultura digital em relação às formas de conexão, relações e laços estabelecidos nas redes e à produção, reprodução e compartilhamento de informação e suas ligações com o processo de inovação sociocultural.

## **2.4 Redes Sociais e Cultura Digital**

Recuero (2009) nos possibilita entender como as conexões podem ser estabelecidas através das redes sociais da internet e quais as características dessas conexões. Os atores de uma rede social da internet representam os nós das redes. Esses atores podem ser discerníveis ou não, ou seja, podem representar pessoas individuais, cada uma representando um nó, ou podem, mais de um ator representar o mesmo nó, como no caso de *blogs* e canais de *youtube* que contam com a participação e produção de mais de uma pessoa. A partir dos nós é que acontecem as conexões. As conexões são estabelecidas através dos laços sociais, que, por sua vez, possibilitam a interação social entre os atores. As interações sociais estão relacionadas com as percepções e motivações de cada pessoa, representando um processo sempre comunicacional entre o indivíduo e seus pares. Esse processo é denominado de interação relacional e pode ser considerado como o estabelecimento de laços dialógicos. Existem, também, as interações do tipo associativas, que acontecem quando indivíduos conectam-se pelo sentimento de pertencimento para com um determinado local, instituição ou grupo, caracterizando-se como um laço

associativo. Os laços associativos são compreendidos como interações sociais reativas, mediadas pelo computador (Figura 3).

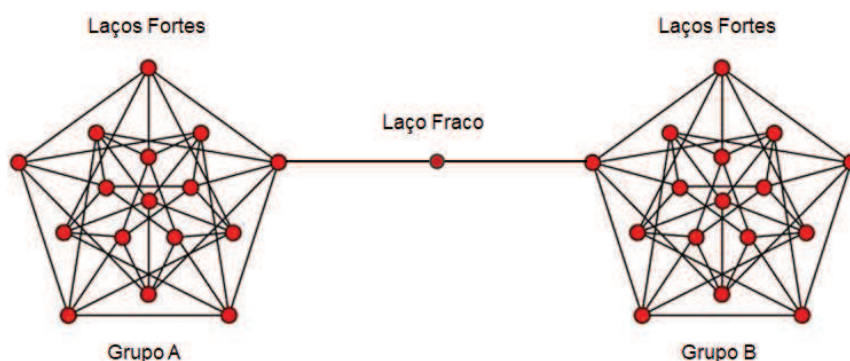
Figura 3 - Tipos de Laços e Interações nas Redes Sociais

Tipo de laço	Tipo de interação	Exemplo
Laço associativo	Interação reativa	Decidir ser amigo de alguém no Orkut, trocar <i>links</i> com alguém no <i>Fotolog</i> , etc.
Laço dialógico	Interação mútua	Conversar com alguém através do MSN, trocar recados no Orkut, etc.

Fonte: Recuero (2009, p.40).

Os laços sociais na internet também podem ser fortes ou fracos. Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, proximidade e intencionalidade de manter uma conexão entre pessoas. Já os laços fracos são percebidos por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. (RECUERO, 2009). “Laços fortes constituem-se em vias mais amplas e concretas para as trocas sociais, enquanto os fracos possuem trocas mais difusas”. (RECUERO, 2009, p. 41). É importante, porém, problematizar a denominação de laços fortes e fracos que, apesar de popular, pode ser reducionista, levando-nos a acreditar que um laço será sempre forte ou sempre fraco. Quando, na realidade, os níveis dos laços dependem do tempo e da quantidade de interação investida no contexto, podendo variar entre forte e fraco. (RECUERO, 2009). Nesse sentido, é possível também retomar a conceituação de Manzini (2017) sobre laços fracos, que podem parecer frágeis, mas que figuram como importantes para a estrutura e equilíbrio dos sistemas estabelecidos através das redes sociais. São os laços fracos que conectam os grupos (Figura 4), constituídos de laços fortes entre si, ou seja, conectam os *clusters* nas redes sociais. (MANZINI, 2017; RECUERO, 2009).

Figura 4 - Laços Fracos como Conectores de Laços Fortes



Fonte: Elaborada pela autora com base em Recuero (2009, p. 42).

Os laços sociais podem, ainda, ser denominados multiplexos. Os laços multiplexos acontecem quando os atores interagem entre si em diferentes ambientes e momentos, dentro e fora das redes sociais da internet, como acontece em grupos de trabalho, por exemplo. Os laços fortes podem ser constituídos a partir de laços multiplexos. Os laços sociais mediados pelo computador costumam ser multiplexos por estarem acontecendo em diversos espaços e sistemas. (RECUERO, 2009). “De um modo geral, a mediação pelo computador oferece novos lugares, ou seja, novos espaços para conhecer parceiros com interesses em comum e estabelecer laços iniciais”. (RECUERO, 2009, p. 44).

A intensidade dos laços sociais estabelecidos por meio das redes sociais da internet, parecem também influenciar no tipo e na intensidade do capital social gerado a partir desses vínculos. Vínculos fortes tendem a gerar capital social do tipo fortalecedor, estabelecendo trocas mais sólidas relacionadas aos valores percebidos e trabalhados pelo grupo, no sentido mais coletivo e institucional. Enquanto os vínculos fracos tendem a gerar capital social do tipo conectivo, que está relacionado com os valores primários que podem ser acessados pelo indivíduo, que reconhece esses valores (relacionais e normativos) e estabelece trocas iniciais a partir dessa identificação. As redes sociais, porém, oferecem, pelas suas características, a possibilidade de atribuir o valor da manutenção ao capital social. Esse valor está associado ao fato das redes sociais da internet serem utilizadas para manter contato. Essa característica pode aumentar o nível do capital social estabelecido e iniciar o processo de vínculos fortes entre diferentes atores e independentemente da localização e da distância desses atores. As relações sociais que são consideradas

multiplexas, são aquelas que acontecem de diferentes tipos em uma determinada rede. No caso das redes sociais da internet, é possível dizer que o uso de diferentes ferramentas para manter o mesmo tipo de conexão social, como o Instagram, o Facebook e o Whatsap, utilizados simultaneamente pelo mesmo grupo de pessoas, pode caracterizar uma relação social multiplexa e oferecer diferentes tipos de capital social através das interações sociais realizadas nelas. (RECUERO, 2009).

Uma dinâmica importante das redes sociais e que está relacionada com os sistemas complexos, é a emergência. Johnson (2003) diz que sistemas emergentes estão relacionados com o aparecimento de padrões de comportamento de larga escala em que as propriedades emergentes são aquelas que o sistema possui, ou seja, que não podem ser encontradas em suas partes individuais. Essas dinâmicas geralmente são constituídas coletivamente, num processos sistêmicos e *de baixo para cima*, caracterizando o conceito de emergência, que aparece através de comportamentos coletivos e não centralizados. Para Recuero (2009), todo o processo dinâmico nas redes sociais será considerado como emergente, tendo alguns comportamentos sobressalentes: cooperação, competição e conflito. Dinâmicas emergentes nas redes sociais da internet também podem sofrer rupturas e agregações e serem adaptativas e auto-organizadas. Nesse sentido, as redes sociais emergentes proporcionam laços sociais dialógicos que, ao decorrer do tempo, podem gerar vínculos fortes.

A difusão de informações nas redes sociais parece depender do tipo de conteúdo gerado e sua capacidade de contribuir com os diferentes níveis do capital social. Diferente do que experimentávamos há poucos anos atrás em relação ao consumo de informação, que funcionava controlado por grandes corporações com interesses comerciais massificados, a circulação de conteúdo hoje em dia está descentralizada e democrática, pois acontece *de baixo para cima* e de cima para baixo, indo do popular autêntico ao conteúdo comercial. Essas características estão embasadas na nova era da sociedade em rede. (CASTELLS, 2017; JENKINS, 2014). Porém, não podemos desconsiderar que, atualmente, governos e organizações buscam saber quem interage com as tecnologias digitais através do uso de algoritmos que conseguem prover informações de massa que podem ser utilizadas para fins de controle e manipulação. É do direito de qualquer pessoa aprender como navegar em sites ou usar quaisquer ferramentas e equipamentos

tecnológicos, no intuito de proteger-se do monitoramento que elas podem estar sendo submetidas. Esse é um desafio que precisa ser considerado. (COSTA, 2016).

Porém, a mudança de distribuição para circulação de conteúdo trata-se de um modelo híbrido e emergente que indica como um material será compartilhado, através de culturas e entre elas, de maneira participativa e desorganizada, permitindo que cada indivíduo decida como e porque irá compartilhar, ou circular, determinado conteúdo. (JENKINS, 2014).

Essa mudança caracteriza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público deixa de ser um mero espectador de mensagens pré-definidas e passa a ser atuante na criação, produção, reconfiguração e compartilhamento de conteúdo, fazendo isso em rede, de forma globalizada, sem a barreira do espaço geográfico. Esse modelo subverte a lógica do que conhecemos até hoje em relação à participação da sociedade na produção de cultura. (JENKINS, 2014). O termo *cultura participativa* cunhado por Jenkins em 1992, para descrever a participação e o engajamento inicialmente das comunidades de fãs, buscando diferencia-las das modalidades de outros espectadores, ganhou novos significados a partir da constatação de que, atualmente, existe uma variedade de grupos que produzem e circulam informação para atender a seus interesses coletivos. A análise do fandom, termo que será abordado e melhor explicado logo adiante, abre um discurso mais abrangente sobre participação na produção de cultura e por meio dela. O surgimento das ferramentas de comunicação digital facilitou o compartilhamento informal e instantâneo, oferecendo novas possibilidades e habilidades para as pessoas. (JENKINS, 2014).

A cultura da participação, mediada pelo computador e em rede, propicia maneiras mais democráticas de gastar o tempo livre com atividades que cada pessoa julga ser interessante para si. Estudos demonstram que os jovens atuais, com acesso à mídia rápida, gastam menos tempo assistindo televisão, logo, afastam-se da mídia que pressupõe puro consumo para conectarem-se com outras que oferecem possibilidade de interação e participação. Algumas pessoas argumentam que as redes sociais digitais provocam a diminuição do contato físico, porém Shirky (2011) propõe que é possível visualizar que ferramentas digitais funcionam como conectores humanos, estimulando atividades do mundo real. Qualquer pessoa passa a ser também produtora cultural, não dependendo mais da



ajuda ou da permissão de profissionais para dizer coisas em público. (SHIRKY, 2011).

Nesse sentido, observemos a importância da expansão do acesso aos meios de produção cultural (por meio de ferramentas de uso e acesso fácil) e à circulação cultural dentro e através de diversas comunidades. Essas atividades modificaram o antigo consumidor, transformando-o em usuário e produtor de seu próprio conteúdo, essa constatação parte do princípio de que o compartilhamento de informação passa pela decisão e inferência do usuário a partir do momento que ele age, imprimindo a sua cultura, ou seja, os seus valores e princípios, no conteúdo compartilhado e difundido dentro de uma comunidade. Esse movimento reduz o controle corporativo sobre muitos tipos de conteúdo, evoluindo da era da comunicação estruturada em radiodifusão para a era da comunicação digital. A participação é organizada através de coletividades e conectividades sociais, democratizando o poder da mídia que passa a ficar mais nas mãos dos cidadãos. (JENKINS, 2014).

As coletividades (agir em comunidade e não individualmente) e conectividades (poder ampliado pela comunicação ligada em rede) são explicadas a partir do conceito de fandoms. Os fandoms são grupos de pessoas ligadas entre si por meio de *sociabilidades e identidades compartilhadas*, cuja presença está sendo sentida na cultura contemporânea:

Os membros de minorias ou comunidades subculturais, vários tipos de ativistas e grupos DIY, e diferentes grupos de afinidades também estão vinculados por meio da 'sociabilidade e identidade compartilhadas, bem como procuram 'direcionar atenção' por meio de suas ações online'. (JENKINS, 2014, p. 210).

Nesse sentido, os fandoms podem ser considerados coletividades que representam mais do que a soma de suas partes. Trata-se de entidades coesas, cuja natureza é coletiva, dando espaço para o compartilhamento de sociabilidades e identidades. A partir dessas características, é possível observar também como a cocriação está associada aos fandoms. Através de sites de redes sociais é possível observar os diferentes papéis exercidos pelos membros de um público que, em uma sociedade ligada em rede, fazem parte da produção e do uso de artefatos através de um processo de criação e recriação, funcionando por meio de uma comunidade *colmeia*. (JENKINS, 2014). Essa comunidade cria através de um "processo evolutivo, repetitivo, perpetuamente inacabado e contínuo de desenvolvimento

gradual de recursos de informações compartilhadas pela comunidade”. (JENKINS, 2014, p. 229). Outra aproximação com os fandoms é possível a partir do conceito de ativismo. Ativistas culturais, organizações colaborativas e ativistas de design trabalham com o propósito não de entregar respostas prontas, mas de gerar provocações e despertar o interesse das pessoas para problemas complexos. (MANZINI, 2017, p. 60):

O papel cultural das minorias sociais foi reconhecido e discutido vários anos atrás. Pensemos, por exemplo, em grupos de jovens urbanos, no estilo de rua que eles criaram e na sua influência sobre a moda; ou nas subculturas produzidas por comunidades de entusiastas, como ciclistas ou surfistas, apenas para mencionar dois entre os muitos exemplos.

Ao lado desses grupos, mundialmente e emblematicamente reconhecidos, estão surgindo novos movimentos relacionados ao ativismo de design, atuantes em campos muito diferentes dos até então conhecidos. Esses novos ativistas chamam a atenção para espaços públicos, áreas verdes, alimentação não violenta, moda sustentável e uma série de outras causas que necessitam da atenção da sociedade e que são questões que exigem colaboração e pesquisa para serem resolvidas, ou seja, são questões complexas, que fogem do alcance apenas dos governos e passam a ser de responsabilidade de todos. Nesse sentido, é possível entender a movimentação da sociedade por querer engajar-se e envolver-se com soluções para problemas emergentes. (MANZINI, 2017).

Essa movimentação pode ser tratada como um resgate aos hábitos de produção e desenvolvimento de habilidades humanas coletivas que ficaram perdidas nas últimas décadas e que parecem estar ganhando forças impulsionadas pelas tecnologias disponíveis e acessíveis. As redes sociais digitais oferecem muitas possibilidades de modos de estar junto, contribuindo para que ações ativistas de rua sejam coordenadas e estimuladas através da internet, causando a aceleração na forma como nos manifestamos, muitas vezes efemeramente e sobrepondo as novas informações em relação às antigas. Essa efemeridade pode ser percebida como a forma de vida própria das redes sociais digitais, uma sociabilidade baseada na celeridade. (MANZINI, 2017).

O ativismo em rede carrega características muito fortes: grupos e comunidades virtuais focados em interesses, ideologias e práticas comuns. O aprimoramento técnico da *web* permite com que usuários possam se conectar entre

si, fazendo com que o ativismo se multiplique e se intensifique, valorizando o discurso das minorias. As minorias tem um papel muito importante de ativar atos de rua que podem acontecer de forma isolada ou aglomerada. Essas manifestações acontecem porque, sem intermediários, é possível exprimir os sentimentos de forma mais livre, sem a necessidade de depender de uma entidade para se expressar. Essa comunicação acaba explodindo falas silenciadas. (MALINI, 2017).

Há movimentos numa lógica mais distribuída de comando, de maneira que as lideranças acontecem *ad hoc*. É uma diversidade muito grande de possibilidades de construção ativista em que a própria internet não é só espaço de distribuição de informações e de ações do ativismo que vai acontecer na rua, mas é também a produção ativista, onde acontecem atos propriamente ditos. (MALINI, 2017, p. 22).

A produção ativista pode estar relacionada com a produção de cultura, que é resultado de recursos culturais gerados a partir da participação das pessoas. Esses recursos são as válvulas que possibilitam com que cada comunidade contribua com o significado cultural que determinado artefato irá carregar. Os conteúdos produtores, que são aqueles conteúdos que caracteristicamente permitem a participação dos públicos, fandoms, ou ativistas, podem figurar como recursos de geração de efeitos de sentido e produção cultural. Conteúdos produtores possibilitam produções populares, pois deixam pontas soltas que serão amarradas a partir da interpretação e da cocriação dos públicos. (JENKINS, 2014).

## 2.5 Cultura da Sustentabilidade na Moda

Sustentabilidade é aqui entendida a partir do conceito de ecosofia de Guattari (2001): a união e o equilíbrio de três registros ecológicos, sendo eles o meio ambiente, as relações sociais e a subjetividade humana. Para o autor, os desequilíbrios ecológicos acontecem a partir do colapso entre os três registros. Os modos de vida individuais e coletivos sofrem deterioração em função da padronização do comportamento humano e sua estimulação constante ao consumo de bens e produtos, cada vez mais acelerado, degradando o meio ambiente e seus recursos naturais.

As formações políticas e as instancias executivas parecem totalmente incapazes de apreender essa problemática no conjunto de suas

implicações. Apesar de estarem começando a tomar uma consciência parcial dos perigos mais evidentes que ameaçam o meio ambiente natural de nossas sociedades, elas geralmente se contentam em abordar o campo dos danos industriais e, ainda assim, unicamente numa perspectiva tecnocrática, ao passo que só uma articulação ético-política — a que chamo ecosofia — entre os três registros ecológicos (o do meio ambiente, o das relações sociais e o da subjetividade humana) e que poderia esclarecer convenientemente tais questões. (GUATTARI, 2001, p. 1).

Sendo assim, podemos considerar que a descontinuidade sistêmica sugerida por Manzini (2008), só pode ser realizada a partir da crítica da subjetividade humana, pois, compreende-se que o ser humano é responsável pelas mudanças nas dimensões éticas e estéticas necessárias para a descontinuidade, iniciando-as internamente e estabelecendo relações com a sociedade e meio ambiente, numa troca auto-organizada. A subjetividade humana é acrescentada ao debate ecológico por sua característica de elevar, genuinamente, a consciência humana sobre sua própria visão de mundo, sendo responsável pelos estados nascentes e mutantes do ser humano. Unindo essa consciência à transformação, no sentido da sustentabilidade, pode-se relacionar a reflexão do ser humano como sendo sua própria subjetividade, gerando valores sustentáveis que ele seguirá não por padrões pré-estabelecidos, mas por verdadeiro interesse pessoal. (GUATTARI, 2001).

A indústria da moda transformou-se, ao longo dos anos, em grande responsável por problemas ambientais e sociais relacionados ao consumo de roupas. A revolução industrial possibilitou a ascensão da produção e a democratização dos preços, a partir da metade do século passado, tornando a moda parte relevante do cotidiano da sociedade. Nos últimos anos, o *fast fashion* tomou conta dos desfiles e das vitrines, fazendo com que as pessoas comprem novas roupas e acessórios a cada coleção ou troca de estação, sendo, a maioria delas, alheias aos problemas causados pelo excesso desse consumo. (FLETCHER; GROSE, 2011).

Outra alavanca para a aceleração da produção e do consumo surge com a instantaneidade dos meios de comunicação atuais, em que o sapato ou a peça de roupa de uma celebridade, postados nas mídias sociais, vira objeto de desejo em questão de segundos, instigando os varejistas a terem sempre disponíveis novos produtos em um curto período de tempo. Para atender essa demanda, as marcas lançam, atualmente, em média 10 coleções por ano, sendo no caso da marca Zara, por exemplo, de duas em duas semanas. (PINTO; SOUZA, 2015). Porém, assim

como nas demais indústrias, a moda passa por um período de emergente reinvenção, em que não se pode mais negligenciar a responsabilidade que as marcas e as pessoas precisam ter com o meio ambiente e com questões sociais. Nesse sentido, muda também o papel dos designers, que são incumbidos de projetar novos sentidos para os produtos, capazes de causar ressignificação na relação das pessoas com as roupas, contribuindo para a cultura da sustentabilidade.

Para Malaguti (2009), a materialização de novos valores e significados é a base para a descontinuidade dos sistemas de produção vigentes, incluindo a indústria da moda e contribuindo para a mentalidade lenta, conceito atribuído por Fletcher e Grose (2011) para destacar a cultura da sustentabilidade na moda, em que alguns valores são importantes. Entre eles, citaremos os valores relacionados ao consumo, fartura, conveniência e identidade pessoal. O consumo poderia ser substituído pelo valor do cuidado, da conservação e da fruição. Sobre a fartura, que está relacionada com a maior produção e consumo de produtos banais e vazios, uma ressignificação poderia promover a conscientização de novos e diferentes usos para esses produtos, através da reciclagem de seus materiais. O terceiro valor seria o da conveniência, que diz respeito ao consumo individualista. Sua ressignificação passa pela noção de manutenção, equilíbrio, compartilhamento e colaboração, fazendo com que produtos possam ser circulados entre comunidades e vizinhanças, aumentando o seu tempo de uso e o valor atribuído à confiança e ao relacionamento humano, que também estão conectados com o valor da identidade pessoal, familiar e grupal, tão importantes para a manutenção da vida humana e do bem-estar duradouro sugerido por Manzini (2008, 2017).

Aparentemente, a cultura da sustentabilidade está relacionada com a subjetividade humana de que trata Guattari (2001). Nessa perspectiva, entende-se a subjetividade humana como chave para a mudança cultural rumo à sustentabilidade, integrada e indissociável do meio ambiente e das relações sociais. A mudança cultural rumo à sustentabilidade na cadeia da moda passa, então, por todos os registros ecológicos: a degradação ambiental é observada ao longo de toda a cadeia de moda, desde a plantação e colheita da matéria prima até a logística de distribuição de roupas e acessórios circulantes no mundo, o que aumenta o consumo dos recursos naturais do planeta, como algodão, água e energia, gerando também um alto volume de lixo a partir do descarte indevido de resíduos. Resíduos que causam um impacto altamente significativo, mas que são negligenciados. No

Brasil, menos de 10% do total de resíduos têxteis são reaproveitados na produção de outros produtos como barbantes, mantas, novas peças de roupas e fios, sendo os outros 90% descartados em aterros de lixo comum. Nesse sentido, observa-se a emergente mudança no processo de reciclagem desses resíduos, figurando como um dos principais problemas ambientais causados pela indústria da moda. (PINTO; SOUZA, 2015).

Conforme supracitado, a *mentalidade rápida*, atribuída atualmente como a principal diretriz desse sistema, aqui chamada de *fast fashion*, é causadora da obsolescência programada de produtos de moda em função de suas dinâmicas e massivas coleções e tendências disseminadas para o público. Para atender a agilidade que o mercado exige, o *fast fashion* faz com que todos os atores do sistema atribuam práticas insustentáveis às suas produções, forçando os recursos naturais, trabalhando com pequenas margens de lucro e gerando uma relação e uma cadeia competitiva negativa. Essa aceleração é também responsável pelos problemas sociais causados pela indústria, que para trabalhar rápido e com margens espremidas, opera em países sem legislações de trabalho estabelecidas, utilizando mão de obra barata, sem recursos, podendo muitas vezes ser comparada com trabalho análogo ao escravo. (FLETCHER; GROSE, 2011). A partir do lançamento da legislação progressiva a consciência social, a Europa vem praticando boas práticas relacionadas à produção de roupas, porém, países como China, Paquistão Bangladesh, Índia, Romênia, Turquia e Camboja, são produtores de moda rápida por não comportarem políticas para esse sistema, onde os donos das fábricas comprometem-se com seus clientes para entregar produtos em curto prazo, submetendo suas equipes a extensas horas de trabalho, em condições desumanas e com baixos salários. (LEE, 2009; PINTO; SOUZA, 2015).

Nesse caso, sugere-se que a sustentabilidade ambiental e social depende da subjetividade e da evolução do pensamento humano em relação ao consumo de moda. Nesse sentido, o conceito de mentalidade lenta apresentado por Fletcher e Grose (2011), aponta para um caminho de cultura sustentável na moda, em que a produção e o consumo serão mais refletidos e valorizados quando os indivíduos desfrutarem dessa mentalidade. Ela está relacionada também com a melhor apreciação e escolha de roupas por parte do consumidor, enaltecendo a qualidade em detrimento da quantidade e da rapidez com que consomem. Mas, além disso, e principalmente, aqui estamos tratando da mentalidade lenta atribuída a toda a

cadeia da moda, em que todos os atores pertencentes como produtores, agricultores, comerciantes, designers, comunicadores, consumidores, entre outros, estejam alinhados com essa perspectiva, tratando-se de um movimento amplo, que gera consciência sobre os problemas causados pelo sistema atual e seus impactos.

Precisamos admitir que, embora isso contrarie parte do pensamento moderno, muitos problemas ambientais e sociais da indústria da moda não têm solução puramente técnica ou mercadológica: ao contrário, as soluções são morais e éticas, (valores que não são apreendidos pelos negócios e pelo mercado), e para isso precisamos tomar distância do modo convencional de fazer negócios e examinar o que define, dirige e motiva os sistemas maiores. (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 75)

Percebemos um novo consumidor nascente, tanto em outros países quanto no Brasil. Um consumidor mais consciente de suas responsabilidades com os impactos gerados pelo consumo, que utiliza dos novos meios de comunicação para premiar ou punir empresas por suas atitudes sociais e ambientais. Esses novos canais são aqueles mesmos que também contribuem para os impactos negativos, mas que são democráticos a ponto de circularem todos os tipos de informações e não mais apenas aquelas que as grandes marcas querem circular, favorecendo a busca de informações sobre os produtos e propiciando a mudança de cultura em relação à sustentabilidade na moda e também nas demais indústrias. (PINTO; SOUZA, 2015). “No entanto, representa ainda um grande desafio quebrar a cultura consumista acomodada que ainda prevalece, e tentar orientar a mesma para novos hábitos, ecologicamente corretos”. (PINTO; SOUZA, 2015, p. 56).

É nesse sentido que a presente pesquisa irá atuar: no entendimento dos processos de difusão da cultura da sustentabilidade na moda por meio de um ecossistema criativo, tendo o objetivo de contribuir com iniciativas sociais capazes de gerar mudanças.

### **3 CARTOGRAFIA NO ECOSSISTEMA DA MODA SUSTENTÁVEL DO RS**

Neste capítulo, apresentaremos a cartografia como metodologia aplicada às ciências sociais, bem como o desenvolvimento de suas aplicações e percursos através do Design Estratégico.

#### **3.1 Pesquisa-intervenção**

Considerando as atribuições e competências dos designers contemporâneos, que trabalham com questões políticas, ambientais e sociais complexas, em que o foco necessita descolar-se do fazer e agir para o pensamento crítico sobre as ações e suas consequências e, considerando também as pesquisas na área, que também podem acontecer através de um trabalho experimental, interrogativo e curioso, cuja autorreflexão crítica e criatividade são componentes importantes de serem considerados (MURATOVSKI, 2016), propomos uma metodologia que potencialize essas características. A partir das indagações sobre uma metodologia que compreendesse as necessidades da pesquisa em Design e abrangesse a complexidade dos processos decorrentes da difusão da cultura da sustentabilidade na moda, encontramos a cartografia. O elo entre o Design Estratégico e a metodologia apresentada parece estar nas bases que norteiam esta pesquisa, em que a abertura dos métodos permite a criatividade e a inovação, revelando ser um ensaio interessante para o estudo de processos através do Design Estratégico.

A cartografia é apontada pelos filósofos Guilles Deleuze e Félix Guattari a partir de uma coletânea de ensaios filosóficos sobre o conceito de rizomas, configurando-se como uma prática singular de pesquisa e de análise, transcendendo a cartografia geográfica, onde foi originalmente criada, para os campos da filosofia, da política, e da subjetividade, aplicando-se às ciências sociais. Surge como uma prática investigativa que não busca resultados e conclusões, mas sim o acompanhamento de processos, sendo um procedimento apto para ser aplicado em toda e qualquer realidade que o pesquisador queira acompanhar um processo. Pode funcionar como uma aposta de experimentação do pensamento, onde o método não será aplicado e sim experimentado e assumido enquanto atitude de pesquisa. A imprevisibilidade e o acaso fazem parte do experimento, tornando-se guias dos possíveis caminhos a serem percorridos ao longo da pesquisa. (COSTA, 2014).



Para Deleuze e Guattari (2011), a cartografia surge do princípio de rizomas. O princípio de rizoma afasta-se do Uno do conhecimento, afasta-se da árvore-raiz, trazendo novas possibilidades para o ato de pensar, através do encontro de ideias e saberes que, territorializados, são capazes de construir uma nova gênese de conhecimento, alcançando na multiplicidade a sua oportunidade generativa. Nesse sentido, a cartografia deve ser tratada como um mapa, e não como um decalque. O decalque aproxima-se da lógica da árvore: reprodução como cópia de algo original; enquanto o mapa aproxima-se do rizoma: muda a todo o instante, sempre que necessário, pois é aberto e adaptável, possibilitando a experimentação ancorada na realidade. Os rizomas conectam pontos em diferentes níveis e hierarquias, não respondendo as unidades mínimas de pensamento, conceitos e valores preestabelecidos.

A cartografia propõe uma reversão metodológica, concentrando-se em transformar o *metá-hódos* em *hódos-metá* e subvertendo a lógica tradicional do caminho prescrito para a metodologia, que acontece a partir da própria etimologia da palavra, em que a pesquisa é definida como um caminho (*hódos*) predeterminado pelas metas dadas de partida. Essa reversão aposta na experimentação do pensamento, método que não tem a pretensão de ser aplicado, mas sim experimentado e assumindo como atitude. Nessa perspectiva, o rigor metodológico passa por uma resignificação, aproximando-se dos movimentos da vida, da normatividade do vivo. Sua precisão é tomada como compromisso e interesse, como aplicação da realidade e intervenção, e não como exatidão. Essas características são representadas a partir de sete pistas metodológicas que podem contribuir com a realização de uma pesquisa cartográfica no campo das ciências sociais. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2015).

As sete pistas apontadas por Passos, Kastrup e Escóssia (2015), foram escolhidas por nós conscientemente, por trazerem um carácter prático para a pesquisa e pela possibilidade que tivemos de experimentar e registrar o cruzamento delas através de nosso percurso cartográfico, sendo elas: acompanhamento de processos, atenção cartográfica, coletivo como plano de experiência, uso de dispositivos, pesquisa-intervenção, dissolvência do ponto de vista do observador e territórios.

Esta pesquisa trata-se, portanto, de uma pesquisa-intervenção realizada no Ecossistema da Moda Sustentável do RS. O Ecossistema da Moda Sustentável do

RS foi ativado pelo laboratório de inovação social Seedinglab, que faz parte do Programa de Pós Graduação (PPG) em Design Estratégico da UNISINOS e é afiliado à rede Design para Inovação Social e Sustentabilidade (DESIS)<sup>1</sup>. O Ecossistema nasceu com o objetivo de unir esforços para fortalecer e difundir a cultura da sustentabilidade na moda no estado do Rio Grande do Sul. Essa iniciativa acompanhou movimentos semelhantes que aconteciam no Brasil, como a criação da Malha – Casa Colaborativa situada na cidade do Rio de Janeiro, o surgimento do Brasil Eco Fashion Week (BEFW), primeira semana de moda sustentável do país iniciada em 2017, movimentos globais como o Fashion Revolution e movimentos locais como MODAUT e Open Design, feiras de moda e design local e autoral realizadas na cidade de Porto Alegre, que ganham força e aceitação a cada nova edição. Esses e outros movimentos fazem parte dos fluxos que compõem a difusão da cultura da sustentabilidade na moda em nosso país, tendo servido como motivação para o início desse trabalho de pesquisa.

Portanto, o Ecossistema da Moda Sustentável do RS pode ser interpretado como um projeto de Design Estratégico, cujas características estão relacionadas com a noção de Franzato et al. (2015) sobre ecossistemas criativos: são ecossistemas socioculturais em que diferentes atores interagem entre si, através de processos mais ou menos estruturados, resultando em dispositivos sociotécnicos capazes de gerar mudanças sociais e culturais. Essa noção foi construída com base nos estudos da comunidade científica do Politécnico de Milão que apresentam a evolução do design como solucionador de problemas para produtor de sentido. A produção de sentido está relacionada com a capacidade do design em estabelecer estratégias capazes de orientar ações organizacionais em direção à inovação e sustentabilidade. Essas estratégias envolvem todo o ecossistema de atuação (designers, empresas, sociedade e meio-ambiente) por meio de um processo de codesign. (MERONI, 2008; ZURLO, 2010)

A iniciativa nasceu da necessidade de gerar inovação e colaboração entre os atores da cadeia da moda gaúcha, sendo eles estilistas de marcas locais, pesquisadores, ativistas, institutos ligados à indústria da moda e comunidade. O

---

<sup>1</sup> DESIS – Design para Inovação Social e Sustentabilidade. Desde setembro de 2014, o DESIS é uma associação cultural e sem fins lucrativos, com o objetivo de promover o design para inovação social em instituições de ensino superior com disciplina de design para gerar conhecimento útil de design e criar mudanças sociais significativas em colaboração com outras partes interessadas. A rede foi iniciada pelo Politécnico de Milão em meados dos anos 2000. Fonte: <https://www.desisnetwork.org/about/>

Ecossistema trata-se de um projeto experimental que funciona através de encontros mensais, ativações oportunas espalhadas pela cidade, como a participação na Virada Sustentável e Semana Fashion Revolution e, a partir de outubro de 2018, funciona também em um espaço físico para cursos, palestras, showroom e encontros colaborativos. O espaço físico está situado no Vila Flores, um complexo arquitetônico listado no Inventário do Patrimônio Cultural de Bens Imóveis do Bairro Floresta, classificado como imóvel de estruturação e situado em área de interesse cultural de Porto Alegre.

As primeiras reuniões estratégicas do Ecossistema cuidaram do desenvolvimento de cenários cujos ensaios foram utilizados para a criação de um Manifesto (Figura 5). A projeção de cenários contou com a cocriação de diferentes atores e aconteceu de forma presencial em diferentes encontros e workshops ao longo do ano de 2017. A partir de então, o Manifesto serve como base para as iniciativas, tendo o ativismo de design como fio condutor das estratégias que acontecem em momentos e territórios estratégicos.

Esta pesquisa se iniciou no mês de janeiro de 2018, através de encontros colaborativos que tiveram o intuito de traçar novas estratégias de ativações ecossistêmicas relacionados à difusão da cultura da sustentabilidade na moda. O processo aberto, inerente ao Design Estratégico, permitiu que as estratégias fossem cocriadas entre os atores, que abraçaram a dinamicidade e a transdisciplinaridade dos encontros colaborativos. Para explicitar ideias e sugestões, operamos através de encontros presenciais e ferramentas digitais de conversação, funcionando de forma experimental, hora com determinados atores, hora com outros, num processo orgânico e auto-organizado.

Figura 5 - Manifesto do Ecossistema da Moda Sustentável do RS

## **MODA SÃO MODOS.**

Modos de ser, de agir, de viver, de vestir e de sentir coletivos. Moda é cultura. Moda é intrinsecamente coletiva. E nosso modo coletivo de ser é colaborativo. A **TRANSPARÊNCIA** e o **RESPEITO** ao ser humano e a natureza, valorizando toda a sua **DIVERSIDADE**, são nossas bases. >>>**CONFIANÇA** é o que nos conecta.<<< Queremos

**TRANSFORMAR** SOCIAIS, ECONÔMICAS  
E AMBIENTAIS, DIMINUINDO  
**REALIDADES**, AS DESIGUALDADES.

Acreditamos que **o todo é maior que a soma das partes**, que a multiplicidade é a potência das relações entre as partes. No ecossistema **>POTENCIALIZAMOS<** todos os atores envolvidos na cadeia de moda: pessoas, instituições, organizações. Nossas trocas são baseadas na **ABUNDÂNCIA** de recursos que podemos oferecer.

**RESPONSABILIDADE, CRIATIVIDADE,  
CONHECIMENTO & CONSCIÊNCIA**

temos de sobra. Pensamos fora do casulo e agimos fora da bolha. Contribuímos para o mundo pela potencialização e compartilhamento dos talentos humanos. >>>Fugimos das polaridades.<<< Geramos aprendizagem social. Pensamos políticas públicas. >>>Trabalhamos com amor, compartilhamos sonhos, vivemos os nossos talentos<<<<<  
**VALORIZAMOS A VIDA PARA TORNAR O MUNDO MELHOR.**

**#modamudamundo #agirforadabolha.**

Fonte: Elaborado pelos atores do Ecossistema da Moda Sustentável do RS

Portanto, desde o mês de janeiro de 2018, por meio dos encontros colaborativos, aconteceram as produções de dados cartográficos. Produções que tiveram a atenção sensível como atitude de pesquisa. Segundo Passos, Kastrup e Escóssia (2015), a necessidade dessa atenção sensível corresponde ao método cartográfico e prevê que o pesquisador se deixe levar pelo desconhecido, sem expectativas, desativando a atenção seletiva e abrindo-se aos fluxos da pesquisa. Trata-se de uma atenção à espreita, flutuante, concentrada e aberta e significa desativar a atenção seletiva que habitualmente domina o nosso funcionamento cognitivo. O cultivo da atenção de um pesquisador cartógrafo deve sempre buscar o equilíbrio entre o relaxamento passivo e a rigidez controlada, evitando os dois extremos. Nesse sentido, procura-se demonstrar que a produção de dados ocorre desde a etapa inicial da pesquisa de campo, perdendo o caráter de uma simples coleta de dados. Informações, saberes e expectativas precisam ser deixados na porta de entrada do campo, e o cartógrafo precisa pautar-se por uma atenção sensível, capaz de encontrar o que não conhecia. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2015).

Entendemos que essa atenção sensível tenha sido operada ao longo de todo o percurso cartográfico, pois é possível identificar momentos em que a produção de dados acontecia de forma orgânica, sem ter sido planejada. Vagar pela cidade, nas feiras locais, pelas ruas dos bairros, ou então nos hipertextos dos canais digitais, serviu como fluxo que alimentou o cruzamento de informações. No entanto, existiram também momentos em que houve uma pretensão de realizar coleta de dados com uma atenção mais rígida, mas os sentidos mais prevalentes no instante como o tato, experimentado ao longo de diferentes momentos a partir do contato com roupas e acessórios, por exemplo, sobrepunha à rigidez e equilibrava a atenção voltando para as bases da pesquisa cartográfica.

A partir desses encontros colaborativos, algumas ideias de ativações foram desenhadas. Essas ideias, facilitadas por nós e cocriadas em parceria com os demais atores do Ecosistema, foram projetadas para acontecerem em três territórios principais: inicialmente na Virada Sustentável e Semana Fashion Revolution, ambos no mês de abril de 2018, e posteriormente através da hashtag <sup>2</sup> #modamudamundo na rede social Instagram<sup>3</sup>. As ativações propostas estão relacionadas com uma das pistas cartográficas indicadas por Passos, Kastrup e Escóssia (2015), que propõem um método não prescritivo através de uma pesquisa-intervenção. Ou seja, propomos intervenções através do Design Estratégico que possibilitaram o percurso cartográfico realizado na pesquisa. Essas intervenções serão desdobradas em seguida. A diretriz se faz por pistas que orientam o percurso da pesquisa, considerando os efeitos do processo do pesquisador sob o objeto da pesquisa, o pesquisador e seus resultados, construindo a inseparabilidade entre conhecer e fazer, entre pesquisar e intervir. A intervenção sempre se realiza com um aprofundamento na experiência, agenciando sujeito e objeto, teoria e prática. A cartografia como método de pesquisa pressupõe um plano de experiência, acompanhando os efeitos do próprio percurso de investigação. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2015).

---

2 Uma palavra ou frase precedida por um sinal de hash (#), usado em sites e aplicativos de mídia social, especialmente no Twitter, para identificar mensagens sobre um tópico específico. Fonte: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/hashtag>.

3 Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como Facebook, Twitter, Tumblr e Flickr. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Recentemente, a rede social passou a usar e permitir a funcionalidade de seguir hashtags.

Considerando que objeto, sujeito e conhecimento são efeitos coemergentes do processo de pesquisar, não se pode orientar a pesquisa pelo que se suporia saber de antemão acerca da realidade: o *know what* da pesquisa. Mergulhados na experiência do pesquisar, não havendo nenhuma garantia ou ponto de referência exterior a esse plano, apoiamos a investigação no seu modo de fazer: o *know how* da pesquisa. O ponto de apoio é a experiência entendida como um saber-fazer, isto é, um saber que vem, que emerge do fazer. Tal primado da experiência direciona o trabalho da pesquisa do saber fazer ao fazer-saber, do saber na experiência a experiência do saber. Eis aí o 'caminho' metodológico. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2015, p. 18).

Os processos desses diálogos sociais realizadas ao longo dos últimos meses foram nossa lente de pesquisa. O acompanhamento de processos é uma característica da cartografia compreendida por Passos, Kastrup e Escóssia (2015) como uma das pistas que guiam o pesquisador. Isso significa entender que a processualidade está presente em todo o momento da pesquisa. Parar e continuar, perder-se e achar-se, olhar com sensibilidade para outros territórios e retornar, são atitudes inerente ao processo cartográfico. Essa pista foi compreendida e suas características poderão ser percebidas nas análises da pesquisa, em que o olhar flutuante e seus processos possibilitaram os rizomas apresentados. Rizomas gerados a partir das experiências e conhecimentos da pesquisadora que foram contagiados pelas experiências e conhecimentos descobertos nos percursos de projeto. Sobre acompanhar processos, Passos, Kastrup e Escóssia (2015) dizem que na cartografia a processualidade está presente em todo o momento da pesquisa, partindo do reconhecimento de que estamos sempre em processo, em obra, fazendo-se presente nos avanços e nas paradas, em letras, linhas e escrita, em nós e no campo. A produção de dados é processual, e a processualidade avança também para o momento da análise do material, que se faz também no tempo, em sintonia com o coletivo.

Esses processos foram acompanhados e registrados através de dispositivos cartográficos, que para Passos, Kastrup e Escóssia (2015), podem estar relacionados aos diários de campo. Porém, esses diários foram diferentes dos diários padrões. Eles foram difusos e hibridizados. Transitaram entre folhas de papel e arquivos do *Word*, entre ferramentas de conversação digital, como o *Slack*<sup>4</sup>, e o

---

4 O Slack é um hub de colaboração para o trabalho, não importa o trabalho que você faz. É um lugar onde as conversas acontecem, as decisões são tomadas e as informações estão sempre ao alcance de suas mãos. Com o Slack, sua equipe está melhor conectada. Fonte: <https://slack.com/>

armazenamento de imagens no *Windows*. Alguns registros desses dispositivos estão apresentados nos Apêndices desta pesquisa. A necessidade do uso de diferentes dispositivos deu-se pela experiência projetada, que envolveu a participação coletiva na construção dos dados cartográficos. Essa experiência pode ser explicada a partir do que Passos, Kastrup e Escóssia (2015) definem como transdução e transversalização. Para o âmbito desta pesquisa, essas funções se desenham pelo uso da hashtag #modamudamundo como artefato projetado, que será apresentado a seguir, em que o contágio, atrações e encontros acontecem por meio desse dispositivo e amplificam a comunicação entre os grupos e entre pesquisador e pesquisados. O método cartográfico como modo de acompanhar processos de produção de subjetividades então, necessita de um dispositivo, que pode ser um diário de campo, um registro fotográfico ou um artefato projetado para gerar interação entre os sujeitos. Referência, explicitação e transformação são movimentos-função a serem explorados quando se está envolvido com o processo, sendo, o dispositivo, um ajudante no acompanhamento das linhas que se traçam, na marcação dos pontos de ruptura e enrijecimento, na análise do cruzamento dessas linhas diversas que funcionam ao mesmo tempo.

É através desses fluxos que ocorre também a dissolvência do ponto de vista do pesquisador, que é atraído pelo ponto de vista do coletivo e opera suas análises a partir desse coletivo, não se limitando às suas experiências vividas e potencializando outras esferas de análise. A inversão de base do ponto de vista posto sobre dada realidade faz com que surjam limitações, por estabelecer um caráter proprietário em relação à experiência vivida. Porém, se recusarmos responder de forma estereotipada e emergencialmente à experiência e não nos identificarmos com ela, enfraquecemos nosso eu identitário, aquele que nos leva a simplificação da experiência, dando lugar a uma liberdade ampla de atuação/incorporação, levando a experiências para outras esferas. O cartografo acompanha essa ocorrência de si e do mundo na experiência, pois, para realizar sua pesquisa, não pode estar na posição do observador distante, nem pode localizar o objeto como coisa idêntica a si mesmo, sendo, pela dissolvência do ponto de vista que ele guia as suas ações. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2015).

O trabalho da cartografia não pode fundar-se num sobrevoo conceitual sobre a realidade investigada, sendo, sempre pelo compartilhamento de um território existencial, que sujeito e objeto se relacionam e se codeterminam. Habitar um

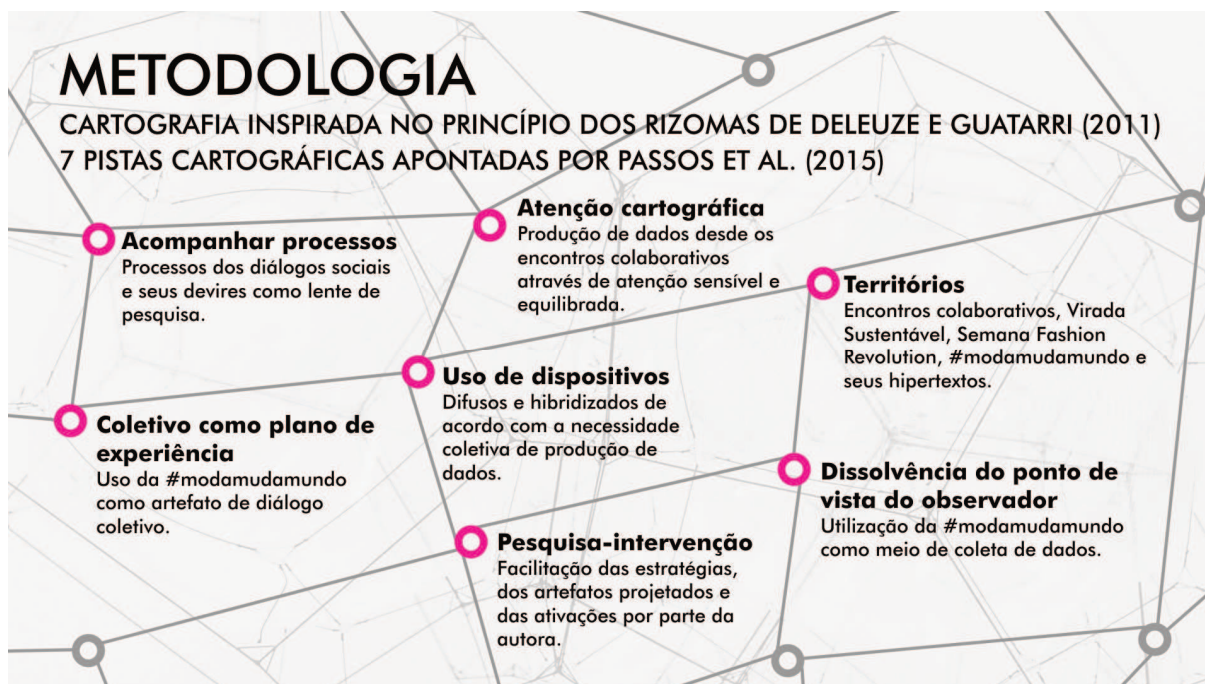
território existencial pressupõe um processo de aprendizado, não como etapas prescritíveis de uma metodologia, mas como engajamento, experiência que só acontece na medida em que se realiza. O cartografo vai sendo provocado e contagiado pelas experiências, abandonando regras fixas e formas rígidas, experimentando a abertura de uma atenção flutuante, desenvolvendo uma mudança de atenção focada e reduzida para uma atenção desfocada, capaz de apreender os movimentos do território.

A habitação de um território não visa a uma submissão ou domínio do campo, mas a um fazer com, constituindo os elementos envolvidos, aproximando as experiências de conhecer, agir e habitar um território. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2015). Os territórios percorridos transitam entre os encontros colaborativos, as ativações realizadas pelo Ecossistema na Virada Sustentável e Semana Fashion Revolution de 2018, a hashtag #modamudamundo e os fluxos identificados a partir de seus hipertextos. A habitação dos territórios e seus percursos estão relacionados com a sétima pista indicada por Passos, Kastrup e Escóssia (2015), e desenharam-se ao longo do processo de pesquisa, sem rigidez e caminhos fixos. A observação aconteceu de forma aberta, através de uma atenção flutuante, permitindo que o fluxo entre um território e outro acontecesse independente do seu tempo/espço de acontecimento. Isso foi possível pelo mapeamento dos registros realizados por nós e também pelos registros coletivos, encontrados nos espaços virtuais como sites, redes sociais e blogs da internet. A Figura 6 representa o percurso cartográfico desenvolvido ao longo do trabalho de pesquisa.

Nos próximos subcapítulos, iremos explicar as intervenções realizadas, bem como as suas características.



Figura 6 - Pistas Cartográficas



Fonte: Elaborada pela autora.

### 3.1.1 Virada Sustentável 2018

A Virada Sustentável é um evento cultural que reúne anualmente atrações educativas de música, teatro, dança, instalações e exposições, tendo a sustentabilidade como eixo principal. O projeto do Ecosistema foi inscrito como um debate-intervenção e teve como locação a Casa de Cultura Mário Quintana (Figura 7). O objetivo da ativação foi iniciar um diálogo sobre a cultura da sustentabilidade na moda. A escolha da Virada Sustentável 2018 como espaço de fala aconteceu no intuito de ativar um público maior, que transcendesse aqueles que estudam ou trabalham com moda, encontrando pessoas que são sensíveis às outras esferas da sustentabilidade, como a alimentação e o cuidado com o meio ambiente, e que pudessem também interessar-se pela sustentabilidade na moda.

O debate foi composto por três momentos principais: a explanação dos conceitos da cultura da sustentabilidade na moda, a apresentação do Ecosistema da Moda Sustentável do RS como espaço de inovação e a abertura para questionamentos vindos do público recebido. A intervenção se deu a partir da distribuição dos artefatos projetados: postais criados por artistas locais contendo no

verso o pedido de que as pessoas ativassem as suas redes, através do uso das hashtags #modamudamundo e #quemfezminhasroupas, contando quais eram os seus modos de mudar a moda.

Figura 7 - Ativação na Virada Sustentável 2018



Fonte: Compilação da autora <sup>5</sup>

Os postais distribuídos na Virada Sustentável tiveram suas frentes criadas por duas artistas de Porto Alegre, a Marcela de Bettio e a Renata Duarte - Coletivo Amélia, que se inspiraram no Manifesto (Figura 5) para criar as artes. O verso de ambos foi elaborado pelos atores do Ecossistema. O postal criado pela artista Marcela de Bettio representa a colaboração através de uma arte que simboliza as mãos de mulheres dadas imersas em tecidos, contendo no verso o Manifesto (Figura 8). A arte do Coletivo Amélia representa a conexão do corpo com a natureza, sugerindo que as pessoas mudem seu modo de pensar a moda, contendo no verso o questionamento sobre o modo de cada pessoa de mudar a moda (Figura 9). As artistas tiveram liberdade para criar as artes. Essa estratégia foi projetada de acordo com as ideias geradas nos encontros colaborativos e contemplavam a distribuição conjunta dos dois postais para que a mensagem fosse completa.

---

<sup>5</sup> Montagem a partir de imagens coletadas pelo fotógrafo Cereca (2018) e compartilhadas na pasta do Google Drive do Ecossistema da Moda Sustentável do RS.

Figura 8 - Frente e Verso do Postal Colaboração



## MODA SÃO MODOS.

Modos de ser, de agir, de viver, de vestir e de sentir coletivos. Moda é cultura. Moda é intrinsecamente coletiva. E nosso modo coletivo de ser é colaborativo. A **TRANSPARÊNCIA** e o **RESPEITO** ao ser humano e a natureza, valorizando toda a sua **DIVERSIDADE**, são nossas bases. >>>>**CONFIANÇA** é o que nos conecta.<<< Queremos

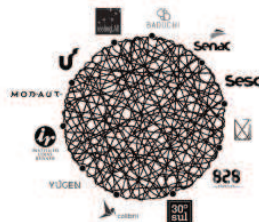
**TRANSFORMAR** SOCIAIS, ECONÔMICAS E AMBIENTAIS, DIMINUINDO **REALIDADES**, AS DESIGUALDADES.

Acreditamos que **o todo é maior que a soma das partes**, que a multiplicidade é a potência das relações entre as partes. No ecossistema **>POTENCIALIZAMOS<** todos os atores envolvidos na cadeia de moda: pessoas, instituições, organizações. Nossas trocas são baseadas na **ABUNDÂNCIA** de recursos que podemos oferecer.

**RESPONSABILIDADE, CRIATIVIDADE, CONHECIMENTO & CONSCIÊNCIA**

temos de sobra. Pensamos fora do casulo e agimos fora da bolha. Contribuímos para o mundo pela potencialização e compartilhamento dos talentos humanos. >>>Fugimos das polaridades.<<< Geramos aprendizagem social. Pensamos políticas públicas. >>>Trabalhamos com amor, compartilhamos sonhos, vivemos os nossos talentos<<<<< **VALORIZAMOS A VIDA PARA TORNAR O MUNDO MELHOR.**

**#modamudamundo #quemfezminhasroupas**



ECOSSISTEMA  
DA MODA  
SUSTENTÁVEL

Fonte: Frente elaborada pela artista Marcela de Bettio e verso elaborado pelos atores do Ecosistema da Moda Sustentável do RS

Figura 9 - Frente e Verso do Postal Mude o Mood



Fonte: Frente elaborada pela artista Renata Duarte do Coletivo Amélia e verso elaborado pelos atores do Ecosistema da Moda Sustentável do RS

A estratégia de participação na Virada Sustentável pode ser interpretada a partir de três pontos principais: a escolha do ativismo como forma de operar através do design; a escolha da arte como forma de representação; e a escolha da hibridização dos territórios de ativação, iniciando-se na rua e propagando-se para um ambiente de conversação em rede digital.

A escolha do ativismo de design parte do entendimento de que o ativismo enquanto modo de questionar o status quo, provocando questionamentos e mudanças sociais, aliado à cultura de design que prevê a cocriação de processos em prol dessas mudanças, fazem sentido dentro do contexto da moda sustentável e da operação ecossistêmica estabelecida.

A escolha da arte como representação do ativismo vem do casamento entre arte e design e do entendimento de que artistas locais engajadas com temas que permeiam a cultura da sustentabilidade na moda poderiam retratar o Manifesto de forma criativa. Marcela de Bettio é uma artista que participa voluntariamente de eventos relacionados à moda e colaboração realizados em Porto Alegre, tendo seus trabalhos reconhecidos pelos atores do Ecossistema como sensíveis às questões tratadas no Manifesto, tendo a colaboração humana como premissa para a mudança social. Renata Duarte, do Coletivo Amélia, foi convidada para interpretar artisticamente o Manifesto por sua afinidade com questões relacionadas ao empoderamento feminino. O Coletivo Amélia é um coletivo ativista idealizado por Renata para tratar dos direitos e dar voz para as mulheres.

A escolha pela hibridização dos territórios teve como objetivo explorar a democratização dos espaços de diálogo, considerando as premissas da conversação em rede como meio de propagação de mensagens e do potencial ativista que as atuais redes sociais digitais apresentam. A partir desse entendimento, sobre o potencial dos territórios de ativação, surgiu a estratégia da combinação dos postais artísticos inspirados no Manifesto com a hashtag #modamudamundo. Essa combinação configura os artefatos projetados. Atualmente, a conexão a partir de hashtags por meio das redes sociais da internet possibilita o encontro e o acompanhamento de manifestações sociais, habilitando as pessoas para que troquem entre si experiências e conhecimentos. A hashtag #modamudamundo, assim como os postais, foi projetada a partir do Manifesto, e tem o intuito de sintetizar a mensagem proposta nele. A hashtag #quemfezminhasroupas faz parte do Movimento Fashion Revolution e sua utilização juntamente com a hashtag

#modamudamundo é também uma proposta estratégica, pois o Fashion Revolution é um movimento mundialmente reconhecido por tratar as questões sensíveis relacionados ao mundo da moda. Suas características serão relatadas abaixo.

### 3.1.2 Semana Fashion Revolution 2018

A segunda ativação proposta aconteceu durante a Semana Fashion Revolution de 2018 em Porto Alegre (Figura 10), dentro de um evento educativo sediado na UNISINOS. O Movimento Fashion Revolution é uma ação global que incentiva maior transparência, sustentabilidade e ética na indústria da moda. Seu propósito é a união de pessoas e o impulsionamento da revolução para mudar radicalmente o modo como roupas são produzidas e consumidas, para que elas sejam feitas de maneira segura, limpa e justa, através da conscientização, mobilização e educação. O Fashion Revolution foi criado após o desabamento do Rana Plaza, que abrigava confecções de roupas em Bangladesh, no dia 24 de abril de 2013, deixando mais de 1.134 mortos e 2.500 feridos. O movimento surgiu para dizer um basta e reivindicar a mudança, não apenas para as questões relacionadas à sustentabilidade, mas, também, para as questões sociais relacionadas às más condições de trabalho. Presente em 92 países, o Fashion Revolution desenvolve ações mobilizadoras e incentiva os consumidores a questionarem suas marcas favoritas, convidando-os à reflexão: #quemfezminhasroupas? O dia 24 de abril ficou marcado como o Fashion Revolution Day e a celebração se estende até o dia 30 de abril, a Fashion Revolution Week. O projeto baseia-se na criação e execução de ações locais realizadas voluntariamente por pessoas interessadas na causa, com o objetivo de gerar debate e conscientização da sociedade com relação à moda *verde*. Cada ação local somada com outra ação local gera um grande movimento mundial que cresceu no último ano, tendo o Brasil como o maior disseminador da ideia. (CAMARGO; FREIRE, 2018).

Na semana do dia 24 de abril de 2018, foram realizadas diversas ativações do Fashion Revolution pela cidade, entre elas o Espaço Rede e o Talk intitulado Moda e Colaboração, que ocorreram na UNISINOS. Foram nesses territórios que ativamos também a difusão da cultura da sustentabilidade através dos artefatos projetados pelo Ecossistema. Na Semana Fashion Revolution, mantivemos a

estratégia dos postais, agregando uma nova arte, agora criada pelo artista Augusto Lima, que representou as indagações sobre o universo da moda através de uma mulher inquieta e sobreposta em corpos que se misturam com pontos de interrogação e exclamação (Figura 11). O convite para Augusto Lima foi realizado por sua sensibilidade artística em retratar realidades relacionadas ao universo feminino. A concepção de novas ilustrações artísticas ao longo do processo de difusão da cultura da sustentabilidade por meio do Ecosystema é uma estratégia para manter o diálogo sempre aberto com a sociedade, portanto, quem tiver interesse pode criar uma arte a partir do Manifesto. Essa iniciativa é estimulada ao longo das ativações do Ecosystema.

Figura 10 - Ativação na Semana Fashion Revolution 2018



Fonte: Compilação da autora <sup>6</sup>

A escolha do Fashion Revolution é inerente ao processo de difusão da cultura da sustentabilidade na moda, pois o movimento é mundialmente reconhecido por sua bandeira ativista em prol de uma mudança sistêmica do setor. As universidades que englobam cursos de Design de Moda em seus portfólios tendem a se envolver e promover ações anuais relacionadas ao Movimento. Esse território foi naturalmente considerado pelos atores do Ecosystema como um espaço de diálogo e ativações por ser potencialmente provedor de educação em relação à moda sustentável.

<sup>6</sup> Montagem a partir de imagens coletadas pelo fotógrafo Cereca (2018) e compartilhadas na pasta do Google Drive do Ecosystema da Moda Sustentável do RS.

Figura 11 - Frente e Verso do Postal Indagações sobre a Moda



## MODA SÃO MODOS.

Modos de ser, de agir, de viver, de vestir e de sentir coletivos. Moda é cultura. Moda é intrinsecamente coletiva. E nosso modo coletivo de ser é colaborativo. A **TRANSPARÊNCIA** e o **RESPEITO** ao ser humano e a natureza, valorizando toda a sua **DIVERSIDADE**, são nossas bases. >>>**CONFIANÇA** é o que nos conecta.<<< Queremos

**TRANSFORMAR** SOCIAIS, ECONÔMICAS  
E AMBIENTAIS, DIMINUINDO  
**REALIDADES, AS DESIGUALDADES.**

Acreditamos que o **todo é maior que a soma das partes**, que a multiplicidade é a potência das relações entre as partes. No ecossistema >**POTENCIALIZAMOS**< todos os atores envolvidos na cadeia de moda: pessoas, instituições, organizações. Nossas trocas são baseadas na **ABUNDÂNCIA** de recursos que podemos oferecer.

**RESPONSABILIDADE, CRIATIVIDADE,  
CONHECIMENTO & CONSCIÊNCIA**

temos de sobra. Pensamos fora do casulo e agimos fora da bolha. Contribuímos para o mundo pela potencialização e compartilhamento dos talentos humanos.>>>Fugimos das polaridades.<<<Geramos aprendizagem social. Pensamos políticas públicas.>>>Trabalhamos com amor, compartilhamos sonhos, vivemos os nossos talentos<<<<<  
**VALORIZAMOS A VIDA PARA TORNAR O MUNDO MELHOR.**  
**#modamudamundo #quemfezminhasroupas**

Se inspire neste card e nos mostre o seu modo de mudar a moda. Tire uma foto e compartilhe usando as hashtags: **#modamudamundo #quemfezminhasroupas**

Fonte: Frente elaborada pelo artista Augusto Lima e verso elaborado pelos atores do Ecosistema da Moda Sustentável do RS



### 3.1.3 #modamudamundo

No verso dos postais, continha o pedido para que as pessoas expressassem suas formas de mudar o mundo através da moda. A ideia foi que a hashtag #modamudamundo pudesse servir de ponto de encontro e disseminação desses relatos. Ao longo do processo de pesquisa de campo, podemos perceber que a utilização da hashtag aconteceu de forma orgânica, sem que pudéssemos saber se as pessoas estavam ativando suas redes e utilizando as hashtags a partir do contato com os postais ou não. Esse fenômeno foi interpretado como positivo, pois o objetivo principal, que é contribuir com a difusão da cultura da sustentabilidade na moda, parece estar sendo cumprido a partir da disseminação e engajamento orgânicos observados. Portanto, a contabilização do uso dos postais não é nosso foco nesta pesquisa, mas sim os efeitos gerados a partir das publicações feitas com a #modamudamundo e seus cruzamentos com os demais territórios percorridos. Nosso levantamento de dados aconteceu de forma exploratória, num processo cartográfico que conectou pontos percebidos ao longo do percurso, como se um mapa estivesse sendo desenhado e as informações mais importantes estivessem, nesse momento, sendo priorizadas. O intuito também não foi contabilizar o número de *likes* de cada publicação e nem a quantidade de vezes que a mesma pessoa publicou.

Até o momento da redação deste capítulo, que aconteceu no dia 21 de janeiro de 2019, a hashtag contava com 638 publicações no Instagram. A escolha da rede social Instagram como ferramenta habilitante aconteceu pela proximidade com o segmento da moda, por ser propícia para a publicação de conteúdos que correspondem à micro momentos das pessoas, além de oferecer a possibilidade de seguir hashtags, ou seja, seu algoritmo é otimizado para que facilmente as pessoas possam encontrar temáticas que lhes agradem, podendo seguir essas temáticas através do uso de hashtags. Essa rede, por também oferecer um ambiente de interação mútua (conversação), pode ser considerada uma rede social multiplexa, que segundo Recuero (2009), são as redes que possibilitam o acontecimento de diferentes tipos de laços, potencializando as chances de gerar vínculos fortes.

O Ecossistema, como uma organização colaborativa que trabalha em prol da inovação sociocultural, não sendo uma empresa com fins lucrativos e nem mantida pelo governo, quis distanciar-se das estratégias de marketing comumente utilizadas

pelas empresas de moda ou instituições ligadas ao setor. Por esse motivo, primeiramente quisemos priorizar o debate sobre a cultura da sustentabilidade na moda apenas através do uso democrático da hashtag e com um blog, também de conteúdos democráticos criados pelos diferentes atores do Ecosistema. Por alguns meses, operamos dessa forma. Porém, a partir da locação do espaço físico, no Vila Flores, e da campanha para motivar apoiadores que está atualmente no ar através da plataforma Apoia-se, O Ecosistema viu a necessidade de padronizar a comunicação, emancipando as ações e obtendo um espaço formal para as divulgações. Então, foram criadas as páginas do Ecosistema no Instagram e posteriormente no Facebook. Hoje contamos com os seguintes canais de contato expostos na Tabela 1, em ordem de criação:

Tabela 1 - Canais de Contato do Ecosistema da Moda Sustentável do RS

Canal	Endereço Virtual
#modamudamundo	<a href="https://www.instagram.com/explore/tags/modamudamundo">instagram.com/explore/tags/modamudamundo</a>
Blog	<a href="http://modamudamundo.cc">modamudamundo.cc</a>
Página no Instagram	<a href="https://www.instagram.com/modamudamundo">instagram.com/modamudamundo</a>
Apoia-se	<a href="https://apoia.se/ecossistemamodasustentavel">apoia.se/ecossistemamodasustentavel</a>
Página no Facebook	<a href="https://www.facebook.com/Moda-Muda-Mundo-1976209465761767">facebook.com/Moda-Muda-Mundo-1976209465761767</a>

Fonte: Elaborada pela autora.

O fluxo de coleta e análise de dados possibilitado a partir do acompanhamento da hashtag, contou com a utilização do hipertexto como ferramenta de navegação. Isso significa que a pesquisa cartográfica foi potencializada por essa possibilidade de seguir rastros, de entender o território da hashtag #modamudamundo mais extenso do que suas próprias publicações, ampliando o espaço de observação para os diferentes caminhos digitais percorridos. Sobre a necessidade de acompanhar a evolução da comunicação mediada pelo computador, Canevacci (2009) diz que, atualmente, necessitamos de uma metodologia que se adapta ao objeto de pesquisa, no decorrer simultâneo de códigos, ícones, grafismos, links, nas passagens lógicas e linguísticas, que acentua sua montagem desordenante. Expressam-se as tramas multisequenciais da

representação, através de um processo morfológico linguístico-icônico. Na web-comunicação, os fluxos mentais são multilineares, multisequenciais, multiperspectivos. Como exemplo, podemos citar os hipertextos, sem fim nem começo e talvez sem sentido completo, que funcionam como fluxos livres, como saltar de um espaço para outro, expandindo-se a partir da trama baseada na reprodutibilidade aurática da comunicação digital.

É nessa perspectiva que tivemos a hashtag #modamudamundo como ponto de partida para nossa análise de dados, servindo como norte para a explicitação de tramas construídas coletivamente pelos atores do Ecossistema e pelas demais pessoas que tiveram contato com nossas ativações.

A partir dos percursos dessas ativações, foram desenhadas as tramas que serão agora apresentadas.

### **3.2 Tramas**

As tramas que serão agora apresentadas figuram como registros das conexões encontradas ao longo do estudo cartográfico, frutos da pesquisa-intervenção que percorreu diferentes territórios ao longo da pesquisa.

É importante registrar a nossa compreensão sobre como o Design Estratégico opera nesse estudo. Para nós, ele está implícito nas estratégias do Ecossistema, que projeta ativações com base nos conhecimentos dos especialistas e ativistas de design que dele fazem parte. Nessa análise, então, concentramos nossos cruzamentos entre os dados e os conceitos de ecossistemas criativos, ativismo de design, redes sociais e cultura digital e cultura da sustentabilidade na moda. Esses são os caminhos teóricos que nos levaram à compreensão das tramas, permitindo abertura para um estudo experimental sobre o processo de difusão da cultura da sustentabilidade na moda e a inovação sociocultural.

As tramas serviram como base para o desenvolvimento de um mapa de processos. O objetivo desse mapa é ser um *frame* que auxilie na projeção de novas iniciativas, por meio do Ecossistema ou de outras organizações que tenham interesse em utiliza-lo, contribuindo com o processo de difusão da cultura da sustentabilidade na moda. O mapa será apresentado no capítulo 3.3.

### 3.2.1 Ativistas e Diálogos Estratégicos

Existe uma aura de que a moda sustentável é caracterizada por roupas compradas em brechó, feitas com algodão orgânico ou doadas para pessoas carentes. Essas constatações surgem de diálogos com diferentes pessoas ao longo do percurso cartográfico desenvolvido nos últimos meses. Pessoas que apontam a moda sustentável como *ir ao brechó* que por sua vez é *roupa de gente morta*. Com ressalva daquelas que fazem parte da *bolha*<sup>7</sup> (estilistas, estudantes, professores, ativistas e entusiastas), as pessoas observadas fora desse contexto demonstram ter um contato mínimo sobre o que é a cultura da sustentabilidade na moda. A negligência e o desconhecimento das questões emergentes apontadas pelas pautas de sustentabilidade parecem estar entre os fatores mais importantes relacionados à produção e consumo exagerado de roupas e acessórios. Esses relatos sugerem que novos diálogos precisam ser abertos, trazendo novas possibilidades para que a sociedade possa pensar a moda.

Podemos perceber, ao longo desse estudo cartográfico, a importância do papel de ativistas da moda sustentável na promoção de diálogos estratégicos. O papel de ativistas parece estar associado ao que Guattari (2001) chama de subjetividade humana. A subjetividade humana é um dos três registros ecológicos necessários para a sustentabilidade, sendo o meio ambiente e as relações sociais os demais registros. A subjetividade humana está relacionada com a capacidade do ser humano em elevar genuinamente a consciência sobre sua própria visão de mundo. Acreditamos que, através da explicitação de suas subjetividades, pessoas com características e habilidades ativistas possam contribuir com a conscientização de outras pessoas. Essa contribuição é importante por possibilitar a abertura de novos diálogos. Acreditamos, também, que o ativismo de design seja um caminho fértil para que estratégias de diálogo sejam traçadas e disseminadas.

Considerando que o papel de ativistas de design é operar em sociedade, através de instrumentos naturais da atividade de design capazes de inferir na qualidade e aceitabilidade de novas projeções, interpretamos que o discurso e as

---

<sup>7</sup> Bolhas ou clusters de relacionamento. Para Peter Sloterdijk, viver em bolhas é uma característica da época moderna e significa dizer que vivemos em esferas que nos protegem dos perigos e da falta de camadas protetoras. Esse conceito pode ser interpretado a partir da observação das bolhas em ambientes digitais, em que a manipulação através de algoritmos pode causar a escassez de debate e de crítica, fazendo com que cada vez menos nos deparemos com pessoas que pensem diferente. Fonte: IHU Online (2016).

ferramentas de comunicação digital sejam dispositivos desse ativismo, construídos a partir da combinação de recursos existentes e servindo como meio de propagação de contra narrativas, capazes de gerar e equilibrar as mudanças em prol de uma sociedade sustentável. (FUAD-LUKE, 2009).

O ativismo vem de dentro, do desejo de transformar o status quo de uma situação, de transmitir uma visão de mundo através de narrativas e ações. A roupa, nesse contexto, é símbolo de discurso e de exemplo. Eventos de moda ao redor do mundo são focados em apresentar as tendências, novas modelagens e cores da estação. Esse modo de operar parece não representar as pessoas engajadas com a moda sustentável. A confecção da roupa sustentável, muitas vezes por motivos técnicos, mas principalmente em função da cultura abraçada por seus criadores, acontece de uma forma mais original e lenta, sem seguir o padrão da indústria. São essas roupas que causam a sensação de que existe algo diferente a ser exposto e dito. Geralmente, são peças de muito valor para seus usuários, por realmente contarem uma história. Podemos notar que algumas peças de roupas e acessórios fazem parte do ativismo, transcendendo a íntima relação das suas usuárias com a causa da moda consciente (Figuras 12a, 12d e 12i) instigando a curiosidade nas demais pessoas em se interessarem por quem fez aquela roupa. Nesse sentido, acreditamos que a roupa inicia um processo novo de pensamento e um diálogo em relação à moda.

Na Figura (12a), a especialista em design e ativista Cacá Camargo, aparece utilizando roupas das marcas Wendyel Borin, Real Envido e Yugen. Marcas locais e sustentáveis. Wendyel Borin produziu a saia assimétrica utilizada pela ativista, posicionando-se como uma marca de alfaiataria desconstruída com o propósito de ressignificar a moda. A Envido, uma marca eco e *slow fashion*, presa pela moda brasileira e tem como propósito a concepção de um futuro mais sustentável em relação à moda. Já a Yugen, promove a ideia de livre experimentação através do vestuário. Marcas locais, que prezam pela qualidade das peças, pela mão de obra justa e principalmente pelo propósito através da moda. Marcas inovadoras, que evoluíram muito em relação ao modo de fazer roupas, indo além da preocupação com o algodão orgânico como matéria-prima. Outro exemplo local e importante de ser citado é o NUZ, produto desenvolvido e aperfeiçoado há quase 10 anos por sua criadora, sendo a principal peça da coleção contínua da marca NUZ. O NUZ é uma peça atemporal e versátil, que pode ser vestido de, no mínimo, oito formas

diferentes, sendo suéter, calça, vestido e saia, ao mesmo tempo, figurando como uma peça que promove inovação de significado perante o cenário da moda. (LUZ; FREIRE, 2018). O NUZ é constantemente visto sendo utilizado por ativistas da moda sustentável na cidade de Porto Alegre.

Os espaços de fala representam um formato importante de exposição e explicitação da cultura da sustentabilidade na moda através do Ecosystema, sendo eles conquistados e ocupados por essas mulheres envolvidas com a causa (Figuras 12a, 12b, 12c, 12f, 12g, 12h). O tom da fala de umas é mais provocativo, de outras é mais esperançoso, mas o que existe em comum parece ser o alinhamento de todas em relação aos objetivos a serem perseguidos através desses ambientes, que é proporcionar para a sociedade um maior conhecimento sobre moda sustentável, explorando os diferentes aspectos propostos pelos estudos atuais da área.

Ainda podemos notar que muitas pessoas que se aproximam do Ecosystema, em sua maioria alunas e entusiastas de moda, são curiosas para saber mais das possibilidades desse universo, entendendo que existe muito a ser dito e feito além do uso da matéria-prima orgânica, seja ela para o tecido, para o tingimento ou aviamento. Percorrendo os espaços de fala, escutei relatos informais de estilistas e estudantes satisfeitas e felizes com o que haviam acabado de ouvir e conhecer a partir dos diálogos ativistas projetados pelo Ecosystema. Relatos que demonstraram o reconhecimento das pessoas sobre a importância da sustentabilidade na moda e das ativações que estavam sendo projetadas.

Durante as eleições de 2018, ativistas do Ecosystema foram às ruas (Figura 12d), levando mensagens e posicionamentos políticos para compartilhar com a sociedade através da campanha Vote Nelas. Ambientes em que a cultura da sustentabilidade na moda esteve presente, sendo representada e tangibilizada através de diferentes ações. A ação mais expressiva foi a colaboração ocorrida para o desenvolvimento de ecobags e lenços ativistas, que foram distribuídos e utilizados como forma de protesto nas semanas que antecederam as eleições (Figura 12e). A colaboração em torno da projeção dos artefatos pode ser considerada benéfica por promover a transmissão de conhecimento entre as pessoas, que em um ambiente de produção conjunta podem trocar experiências e unirem-se por uma causa maior. Esse também é um formato de contato genuíno com a colaboração relacionada à moda, um dos pilares da cultura da sustentabilidade. Dessa forma, a geração de sentido acontece de duas formas: pelo uso dos acessórios produzidos com o

reaproveitamento de resíduos têxteis e pela movimentação realizada para a produção dos mesmos, aproximando e exercendo o valor da troca de conhecimento entre os atores envolvidos.

Outra provocação foi iniciada por Carina Brendler, designer de moda que criou o seu próprio Ateliê focado na recuperação de vestidos usados em momentos de celebração, como casamento, formatura, *début* e demais rituais. Carina é entusiasta da moda sustentável e conectou-se com o Ecosistema desde a sua criação, acompanhou alguns encontros e abraçou a ideia da hashtag #modamudamundo após ter contato com os postais através das nossas ativações, utilizando-a em suas publicações como forma de tornar visível a sua manifestação.

A motivação é conscientizar as mulheres sobre moda sustentável através de uma linguagem mais próxima delas, trazendo os rituais de celebração como ponto central desse processo de conscientização. Mulheres que não fazem parte da *bolha* da moda e que por vezes acabam tendo o seu primeiro contato com uma possibilidade de recuperação e reutilização de peças através desses rituais (Figuras 12j, 12k, 12l, 12m). Podemos observar ao longo de nossas vidas que rituais de celebração carregam com si um código de vestimenta. Esse código parece estar relacionado, em muitos rituais, com a utilização de um vestido por parte das mulheres. É possível também percebermos que vestidos de festa são peças que alugamos desde a primeira comunhão, ou, até mesmo, desde o aniversário de um ano de idade. Aparentemente, herdamos esse comportamento de nossas mães e avós, sendo este um caminho interessante para o início de uma conversa mais longa sobre moda sustentável. Sabemos que ateliês especializados em aluguel de vestidos de festa são bastante difundidos no mundo, o que muda na perspectiva de Carina é a abordagem que ela utiliza através de suas peças reaproveitadas e a capacidade ativista de utilizar dispositivos de comunicação que instigam um novo pensamento.

Acompanhando as intenções de Carina e suas representações através do uso das hashtags e dos textos que acompanham as imagens, escritos pela própria estilista, percebemos que o contexto das hashtags usadas é propenso para que novos fluxos de comunicação se estabeleçam além daqueles já ocorridos dentro da esfera da moda sustentável. Ou seja, assim como nossa intenção ao participar da Virada Sustentável, para que novas pessoas tivessem contato com o Ecosistema e

com a cultura transmitida, Carina consegue comunicar-se com um público que pode tornar-se sensível e conhecedor de nossas propostas.

As hashtags #ecosexy, #ecochic e #ecostyle aparecem em diversas postagens, fazendo com que a moda sustentável seja representada por diferentes caminhos e diálogos. Caminhos que envolvem a difusão da cultura da sustentabilidade na moda por meio de rituais comuns à sociedade parecem ser possíveis pelo ativismo de Carina para com as questões sociais relacionadas ao empoderamento feminino, que relaciona as hashtags citadas acima com uma maior independência e força das mulheres, além do seu empenho em explicitar questões como *moda local*, *compre de quem faz e feito à mão*. Diálogos que ainda não são comuns para a sociedade num geral, e que ganham força através de ativistas como Carina e seus vestidos de festa. A estratégia de ativação da estilista Carina Brendler alcança mulheres comuns, fazendo com que elas se engajem, inicialmente, com a possibilidade de reformar, alugar ou reaproveitar um vestido de festa, e conseqüentemente tenham um contato mais próximo com a cultura da sustentabilidade. Nesse sentido, parece que o trabalho de Carina Brendler pode ser útil para a difusão da cultura da sustentabilidade.

Acreditamos que o modo de operar dessas ativistas favoreça a difusão da cultura da sustentabilidade na moda através da combinação de recursos necessários para que o diálogo chegue até as pessoas que estão fora da *bolha*. A utilização de artefatos capazes de dialogar com diferentes grupos parece ampliar as relações sociais, através de conexões que geram vínculos para com o Ecossistema. É o caso da hashtag #modamudamundo e dos textos e imagens que as acompanham. É possível perceber nas publicações (Figura 12), que as ativistas em questão unem temáticas do seu interesse através das hashtags, Cacá Camargo é envolvida com o Fashion Revolution, Liege Massi com questões políticas e Carina Brendler com o diálogo pensado para conversas com diferentes públicos. Baseado nos princípios de Recuero (2009), acreditamos que a junção de diferentes hashtags possibilita o surgimento de novos laços sociais originados pelos diferentes interesses pessoais. O surgimento de novos laços sociais é o propulsor da difusão da cultura.

Como principal contribuição dessa trama, consideramos a identificação de que ativistas de moda sustentável que operam por meio do design, são importantes para o processo de difusão da cultura da sustentabilidade na moda, pois conseguem



inspirar, motivar e educar a sociedade, num diálogo difuso, porém alinhado, sobre as mudanças necessárias para que a sustentabilidade seja uma prioridade do setor. A recombinação de recursos como a roupa, a fala, as hashtags, o Instagram e o estímulo à colaboração, são estratégias de promover o capital social através do aprendizado possibilitado pelo ativismo de design. (FUAD-LUKE, 2009; HIGGINS, 2005; MANZINI, 2008, 2017). A conexão das ativistas com o Ecossistema parece ser o elo entre os artefatos projetados e o alinhamento dos discursos sobre a cultura da sustentabilidade na moda. É através dos diálogos propostos pelo ativismo de design que a conscientização social começa a emergir. Essas evidências podem ser observadas no decorrer da próxima trama, chamada de Questionamento como Forma de Conscientização, em que a circulação de conteúdos produtores atrelados ao ativismo é observada e debatida.

Figura 12 - Ativistas e Diálogos Estratégicos



Fonte: Elaborada pela autora com base nas publicações feitas com a #modamudamundo.

[Nota: Ver versão ampliada no Apêndice A](#)

### 3.2.2 Questionamento e Conscientização

Como vimos a partir da trama anterior, diálogos estratégicos para promover a difusão da cultura da sustentabilidade na moda já estão sendo ensaiados, sendo que ao longo dos últimos anos podemos perceber o aumento dos movimentos relacionados ao consumo consciente. Movimentos que não se iniciaram com a moda, mas que rapidamente se entrosaram com ela. Através do percurso cartográfico que nos levou por diferentes territórios relacionados ao ativismo de moda sustentável, podemos identificar que, com o auxílio das redes sociais, aconteceu em 2011 uma manifestação que despertou um ponto de atenção: o caso da Arezzo e o uso das peles de animais em seus sapatos. Esse foi um marco para a indústria, que precisou entender que as pessoas estavam passando para um estágio mais participativo em relação aos produtos de moda que consomem. Esse movimento parece ter motivado o acontecimento de outros, desde a crítica com estampas que incitavam a escravidão, desenvolvidas por marcas como Farm e Maria Filó até, mais recentemente, em 2018, a interrupção de uma coleção inteira da marca Lança Perfume que, sob o ponto de vista da sociedade, fazia alusão ao Holocausto. Esses e outros casos parecem acompanhar o despertar da sociedade para diferentes questões sociais, fazendo com que os designers e as marcas precisem ter mais cautela e zelo ao longo do processo criativo e produtivo de roupas e acessórios.

Como vimos no capítulo 3.2, um acontecimento marcante foi o desabamento do Rana Plaza, no dia 24 de abril de 2013. Esse desabamento deu origem ao principal movimento de moda consciente e sustentável já existente, o Fashion Revolution. Movimento que tem como estratégia a disseminação da hashtag #quemfezminhasroupas como modo questionador e ativista de estabelecer um diálogo por meio das redes sociais da internet, podendo ser percebido que o seu alcance mundial e engajamento se dá a partir da capacidade da rede de propagar tal diálogo.

O fenômeno do Fashion Revolution, assim como os demais citados acima, que envolveram os casos das marcas Arezzo, Farm, Maria Filó e Lança Perfume, parecem ocorrer em função da mudança de comportamento da sociedade em relação ao nível de envolvimento com causas sociais através de ferramentas de comunicação digital. Fenômeno interpretado por Jenkins (2014) através do conceito

da cultura da participação. É a partir das facilidades e habilidades do uso de ferramentas de comunicação que o compartilhamento de informação passa pela decisão e inferência da sociedade, que imprime sua cultura, ou seja, os seus valores e princípios, no conteúdo compartilhado e difundido dentro de uma comunidade. (JENKINS, 2014).

Esse conceito também ajuda a explicar a utilização, pelos atores do Ecosistema e sociedade em geral, de combinações de hashtags (Figura 13a, 13c, 13e, 13g, 13h, 13i e 13j) demonstrando a capacidade social de promover relações que possam fortalecer vínculos e ideias, imprimindo sua cultura, valores e princípios. Observando as ativações realizadas por diferentes pessoas que utilizaram a hashtag #modamudamundo em conjunto com as hashtags #quemfezminhasroupas, #fashrevpoa, #fashionrevolution e #fash\_rev\_brasil, é possível perceber a fusão do movimento Moda Muda Mundo com o Fashion Revolution. As publicações observadas representam o reconhecimento dessa fusão por estudantes e estilistas de moda (Figura 13a, 13g, 13h), marcas de moda que presam e/ou aplicam a cultura da sustentabilidade (Figura 13c, 13e), atores do Ecosistema tornando visível as ativações (Figura 13i) e o próprio Movimento Fashion Revolution, que também reconheceu sua conexão com o Ecosistema por entender que o as ativações podem contribuir com a mudança do sistema atual (Figura 13j).

A proposta do questionamento projetado a partir dos postais, que continham no verso a provocação para que as pessoas contassem qual o seu modo de mudar a moda através do uso da hashtag #modamudamundo, foi inspirada na abordagem do Movimento Fashion Revolution. Nós interpretamos esses artefatos como produtores, ou seja, aqueles inacabados que geram participação e engajamento dos públicos para que seus significados sejam desenhados (Figura 13d). Para tanto, em momentos oportunos, chamaremos de artefatos produtores projetados.

A cocriação por meio das redes sociais pode ser observada através do conceito de *colmeia*, em que comunidades criam artefatos através de um processo evolutivo, inacabado, repetitivo e contínuo. (JENKINS, 2014). Nesse sentido, entendemos que engajamento social através da combinação de hashtags serve como meio de autoafirmação de grupos e difusão de ideias, fazendo com que elas tenham força e escala, sem depender do espaço geográfico.

Conforme relatado, o Fashion Revolution é uma inspiração para os artefatos produtores projetados pelo Ecosistema. Artefatos que carregam com sigilo um viés

ativista e questionador. A cidade de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, abraçou o Fashion Revolution de forma intensificada, sendo a cidade brasileira com 40% do número das postagens utilizando a hashtag #fashionrevolution no Brasil. (CAMARGO; FREIRE, 2018). Esse fenômeno pode ser estudado e interpretado em sua plenitude, porém, um dos entendimentos propostos a partir dos fluxos observados nesta pesquisa, perpassa o incentivo das Universidades de ensino da região para com o movimento. Ao longo do mês de abril, diferentes ações foram elaboradas e iniciadas a partir dessas instituições, transcendendo os ambientes universitários e sendo explicitadas para a sociedade civil. Como exemplo, podemos citar a UNISINOS, que durante a semana Fashion Revolution de 2018 viabilizou a exposição de um outdoor na esquina da Av. Nilo Peçanha com a Av. Marechal Andréa, uma esquina importante do bairro Boa Vista, em Porto Alegre (Figura 13i).

O fato das ativações do Ecosistema terem ocorrido dentro desse território é uma estratégia de difusão da cultura da sustentabilidade, pois ao longo das ações, foram convidados para o diálogo em formato de Talk diferentes atores envolvidos na cadeia de produção e distribuição de moda gaúcha, muitos pertencentes ao Ecosistema. Alguns deles menos integrados com a cultura da sustentabilidade e outros mais, abrindo possibilidade de um diálogo profundo e questionador em que as relações da indústria, do lucro e das condições de trabalho foram colocadas em pauta através de debate, arte e indagações.

O postal do autor Augusto Lima, que desenhou uma mulher de olhar marcante sobreposta em pontos de interrogação e exclamação (Figura 13e), foi distribuído durante esse evento, tendo sido impresso também em tamanho grande como banner exposto do lado de fora da sala onde aconteceu a dinâmica de debate chamada Aquário. Essa dinâmica (Figura 13b), idealizada pela ativista e promotora de diálogos estratégicos Cacá Camargo, teve como base o questionamento, a explicitação dos problemas e as reivindicações da sociedade para com os executivos da indústria. O fluxo do questionamento incorporado pela atmosfera do Fashion Revolution e pela arte de Augusto Lima para o Ecosistema aconteceram de forma orgânica e não planejada, dando o tom do debate: questionador. Esse tom, percebido a partir dos registros de campo (Figura 13f), instigou, inspirou e conectou muitos dos presentes no Talk, gerando conscientização sobre as diferentes questões relacionadas ao problema da sustentabilidade na moda. Essa perspectiva nos mostra que ativações de cunho educativo podem oferecer um ambiente fértil

para o debate e a conscientização sobre questões emergentes. Esses diálogos projetados podem abrir espaço para que novos atores se interessem pelas atividades do Ecosystema, sendo, portanto, diálogos abertos com poder de estimular vínculos fortes e fracos em prol de inovação e mudança sociocultural. (MANZINI, 2017).

Observando os fluxos e diálogos estabelecidos a partir dessas ativações que envolveram atores do Ecosystema, universidades e sociedade num geral, podemos notar o envolvimento ocorrido através de vínculos fracos, característicos dos vínculos estabelecidos pelas redes sociais (MANZINI, 2008; RECUERO, 2009). Envolvimentos que aconteceram através do compartilhamento de conteúdos e uso das hashtags e que contribuíram para a difusão da cultura da sustentabilidade na moda através de ativações realizadas durante a Semana Fashion Revolution.

Para Manzini (2017), o nível de envolvimento dos atores pode mudar ao longo do percurso do projeto, e essa característica é experimentada no Ecosystema. Diferentes atores participam de forma voluntária e aberta, sem o compromisso de estarem sempre conectados com as atividades desenvolvidas. Outros, porém, são perenemente mais envolvidos, como os especialistas e ativistas de design, contribuindo para que as premissas do Ecosystema mantenham-se vivas e que possam ser perduradas. Os níveis desses envolvimento dependem dos vínculos sociais estabelecidos entre os atores, chamados de vínculos fortes ou fracos. Os vínculos fortes podem ser reconhecidos dentro do Ecosystema a partir da interação dos especialistas em design que estão constantemente conectados entre si e com os atores envolvidos em cada iniciativa. Os vínculos fracos podem ser observados a partir da participação de diferentes pessoas que se conectam com o Ecosystema através do uso da hashtag #modamudamundo, por exemplo. O equilíbrio entre esses vínculos é o que possibilita o crescimento do Ecosystema de forma que as iniciativas possam ser replicadas sem perder a capacidade de transformação do tecido social.

É a partir dessa compreensão que o ativismo de design em rede pode operar como produtor de cultura, em que o resultado de recursos culturais gerados a partir da participação das pessoas serve como norteador da construção de novos significados. Se o ativismo está relacionado ao questionamento em relação ao futuro (FUAD-LUKE, 2009), podemos dizer que o ativismo de design contribui para a cocriação desses futuros desejados? A proposição dos caminhos analisados acima,

desenhados por meio dos artefatos projetados, nos indicam que é possível operar pelo ativismo. Para tanto, replicamos aqui o conceito abordado no capítulo 2.3 por (FUAD-LUKE, 2009, p. 147): “a premissa subjacente do codesign é baseada no conceito de que as pessoas que usam um artefato projetado têm o direito de ter voz para determinar como esse artefato é projetado”. É nesse sentido que o ativismo de design opera, possibilitando o espaço de fala do outro.

O desenho dessa trama, portanto, trás como contribuição a percepção de que diálogos estratégicos projetados por meio do ativismo de design podem estimular a cultura da participação através de artefatos produtores. Esses artefatos podem ser cocriados e circulados por diferentes atores do Ecossistema, como as ativistas de moda sustentável, as instituições de ensino, os estudantes e as marcas. Essa fusão amplia a capacidade do alcance do questionamento proposto. A ampliação do alcance contribui com a formação de vínculos fortes e fracos por meio de ecossistemas criativos, oportunizando a difusão da cultura da sustentabilidade na moda.

A próxima trama irá abordar uma temática emergente observada por meio desses fluxos: o reaproveitamento. O debate se dará em torno de como as relações podem acontecer por meio das redes sociais e como o surgimento de temáticas emergentes podem contribuir para que novos nós se estabeleçam em relação à moda sustentável.

Figura 13 - Questionamento e Conscientização



Fonte: Elaborada pela autora com base nas publicações feitas com a #modamudamundo.

[Nota: Ver versão ampliada no Apêndice B](#)



### 3.2.3 Reaproveitamento e Coalizão de Design

O reaproveitamento parece fazer parte da relação do ser humano com as coisas, principalmente em momentos de escassez. Considerando o atual cenário sobre o desgaste ambiental causado pela extração de matéria prima e produção descontrolada de roupas e acessórios, é notória a importância de falar em reaproveitamento na moda. Como exemplo de explicitações sobre o reaproveitamento na moda, é possível citar desde a exposição elaborada pelo museu Fashion Institute of Technology (FIT), em Nova Iorque, visitado ao longo desta pesquisa, que no ano de 2018 exibiu *Fashion Unravelled*, abordando questões como imperfeições, desconstruções e reaproveitamento de peças icônicas da moda, até os vídeos de Do It Yourself (DIY)<sup>8</sup> que circulam na internet estimulando o reaproveitamento de artigos, mais focados nas diferentes formas de uso para peças de roupas.

Reaproveitar roupas é um dos caminhos possíveis dentro da sustentabilidade, sendo uma prática já difundida na moda tradicional enquanto vestimenta e ornamentação. Porém, é possível pensarmos num reaproveitamento que transcenda esses itens, de forma que o foco não seja apenas a reutilização de peças para nós mesmos? Ao longo do percurso desta pesquisa, foi possível perceber nuances em relação a essa temática. Foram observados movimentos e práticas que unem o interesse das pessoas na colaboração com o entendimento de que é possível trabalhar de forma sustentável para além da peça de roupa que pode ser reutilizada, estando essa perspectiva alinhada com o conceito de mentalidade lenta proposto por Fletcher e Grose (2011).

É possível perceber, através das publicações realizadas por diferentes atores, que existem movimentos acontecendo localmente sobre o reaproveitamento na moda. A Comunidade Gera Bomja, um grupo de geração de trabalho e renda vinculado à secretária municipal de saúde de Porto Alegre, situado no bairro Bom Jesus, considerado um bairro da periferia da cidade, promove o reaproveitamento de resíduos em diferentes perspectivas, que vão além da reutilização de roupas,

---

<sup>8</sup> DIY – Do It Yourself, em português Faça Você Mesmo, é o método de construção, modificação ou reparação das coisas sem a ajuda direta de especialistas ou profissionais. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Faça-você-mesmo>

ampliando o âmbito do *upcycling*<sup>9</sup> de resíduos têxteis. A comunidade reutilizou tecidos do Banco de Tecidos (Figura 14f) para criar as bolinhas de natal feitas sob encomenda (Figura 14a; 14b; 14c) e produziu turbantes que foram comercializados em diferentes pontos da cidade através da sua ligação com a secretária da saúde (Figura, 14d). Podemos perceber que o uso da hashtag #economiacriativa em conjunto com a hashtag #modamudamundo, realizado pela comunidade Gera Bomja, oferece a possibilidade de mapeamento de iniciativas espalhadas pela cidade. Comunidades, coletivos, organizações e empreendimentos sociais que operam sob a ótica da economia criativa, parecem estar propensos a oferecer soluções em prol de mudanças sistêmicas, assim como o Ecosystema. Essa conexão pode ser um importante canal para que coalizões de design aconteçam, como é possível perceber com a Gera Bomja e o Banco de Tecidos.

Aparentemente, e seguindo na lógica da cocriação e da colaboração propostas por Manzini (2017), o cenário é propício para que a comunidade Gera Bomja, marcas locais de moda sustentável como Envido e Colibri, designers especialistas atuantes no Ecosystema e organizações pertencentes à indústria criativa, unam esforços e construam uma rede de troca em torno do reaproveitamento. A coalizão de design é proposta por Manzini (2017) como o encontro de design difuso e especializado, sendo uma importante característica da inovação sociocultural por sua capacidade de gerar o aprendizado social necessário para a formação de sistemas abertos e ao mesmo tempo resilientes.

A Envido, marca presente na trama anterior, desfilou no último BEFW no mês de novembro de 2018 em São Paulo, apresentando uma coleção de jaquetas produzidas a partir do reaproveitamento de paraquedas descartados em função do prazo de validade do equipamento. Ela pode ser destacada como empresa que pratica o reaproveitamento de forma criativa, tendo conectado o seu modo de mudar a moda com o Ecosystema através do uso da hashtag #modamudamundo em sua postagem sobre o importante desfile (Figura 14h). Podemos também citar a Colibri, empresa que cocria produtos com artesãs e costureiras locais a partir do reaproveitamento de resíduos têxteis e que se manifesta constantemente utilizando a hashtag #modamudamundo. Suas manifestações trazem conhecimentos sobre a

---

<sup>9</sup> Upcycling - Reutilização (objetos ou materiais descartados) de forma a criar um produto de maior qualidade ou valor que o original. Fonte: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/upcycle>

cultura da sustentabilidade na moda, como a sugestão de substituir a compra de roupas de festas pelo reuso, estando essa característica conectada com o conceito de Fletcher e Grose (2011) sobre a resignificação do consumo, em que a possibilidade de consertar e reaproveitar roupas e acessórios faz parte de um novo formato de mentalidade, a mentalidade lente (Figura 14i). As artesãs e empresárias da marca Colibri são bastante engajadas com as ativações do Ecossistema.

É possível perceber que, Real Envido e Colibri, desenvolveram um processo de trabalho que envolve a colaboração com outras empresas ou coletivos para que a produção seja realizada. Esse processo é um conhecimento adquirido, que na lógica da cultura da sustentabilidade na moda, pode ser transferido para outras pessoas. Essa troca potencializaria o desenvolvimento da moda sustentável em nossa cidade e estado, através de um pensamento mais estratégico em relação ao reaproveitamento de materiais e colaboração.

Nesse sentido, os resíduos têxteis da indústria gaúcha podem ter um novo destino, através de coletivos de costura e marcas inovadoras, como Gera Bomja e Colibri, que operam na lógica da economia criativa e que podem desenvolver um novo processo (Figura 14a; 14b; 14c; 14d; 14i); o empoderamento feminino pode ganhar vida através do trabalho justo para mulheres aprenderem uma nova profissão, através de cooperativas como a Copearte (Figura 14e), paraquedas podem servir como matéria prima (Figura 14h). Essas características, que podem ser observadas a partir dos fluxos apresentados nas publicações, podem dar espaço para a formação de um processo que envolva as diferentes atividades que já acontecem dentro da cidade de Porto Alegre. Atividades que podem ser conectadas, articuladas e ampliadas através da coalizão de design.

Porém, como podemos realizar o cruzamento para que esses encontros aconteçam? Quais ferramentas de design podem ser úteis para esse estágio de diálogo social, tornando visível e tangível o que está sendo proposto de discutido? Assim como Manzini (2017), acreditamos que os *prompts* de diálogo podem facilitar o diálogo social nas diferentes fases do processo. *Prompts* de diálogo podem ser materiais de comunicação, *toolkits* ou manuais de uso, e servem para ilustrar o estado das coisas e alternativas viáveis e um modo mais acessível de replicação de ideias.

Porém, vamos além, e contribuímos com a sugestão de que os artefatos produtores circulados por meio das redes sociais da internet, nesse caso, as

hashtags em conjunto com texto e imagem, podem servir como canal de mapeamento de temáticas, em que um processo de coalizão de design pode ser iniciado. O reaproveitamento fica bastante evidente como temática emergente observada nos fluxos das publicações realizadas com a hashtag #modamudamundo. Temáticas emergentes, num contexto de redes distribuídas, costumam ter um processo sistêmico e *de baixo para cima*, ou seja, o próprio tecido social se auto-organiza e adota padrões de comportamento coletivos. (JOHNSON, 2003). Nas redes sociais da internet, essas temáticas podem emergir a partir dos laços sociais dialógicos, ou seja, serem motivadas através de interações mútuas entre usuários, abrindo espaço para a geração de vínculos fortes. (RECUERO, 2009).

Nessa perspectiva, podemos sugerir que o uso de conjuntos de hashtags, tipicamente observados nas publicações feitas através de redes sociais, pode ser entendido como formador de laços do tipo associativos, tipicamente característicos dos vínculos fracos (MANZINI, 2008; RECUERO, 2009). Esses laços, no entanto, parecem ser importantes para a geração e manutenção de vínculos mais fortes, através de laços dialógicos, característicos das interações mútuas. O uso de conjuntos de hashtags (vínculos fracos) e os comentários (vínculos fortes) podem ser percebidos nas diversas publicações observadas (Figura 14).

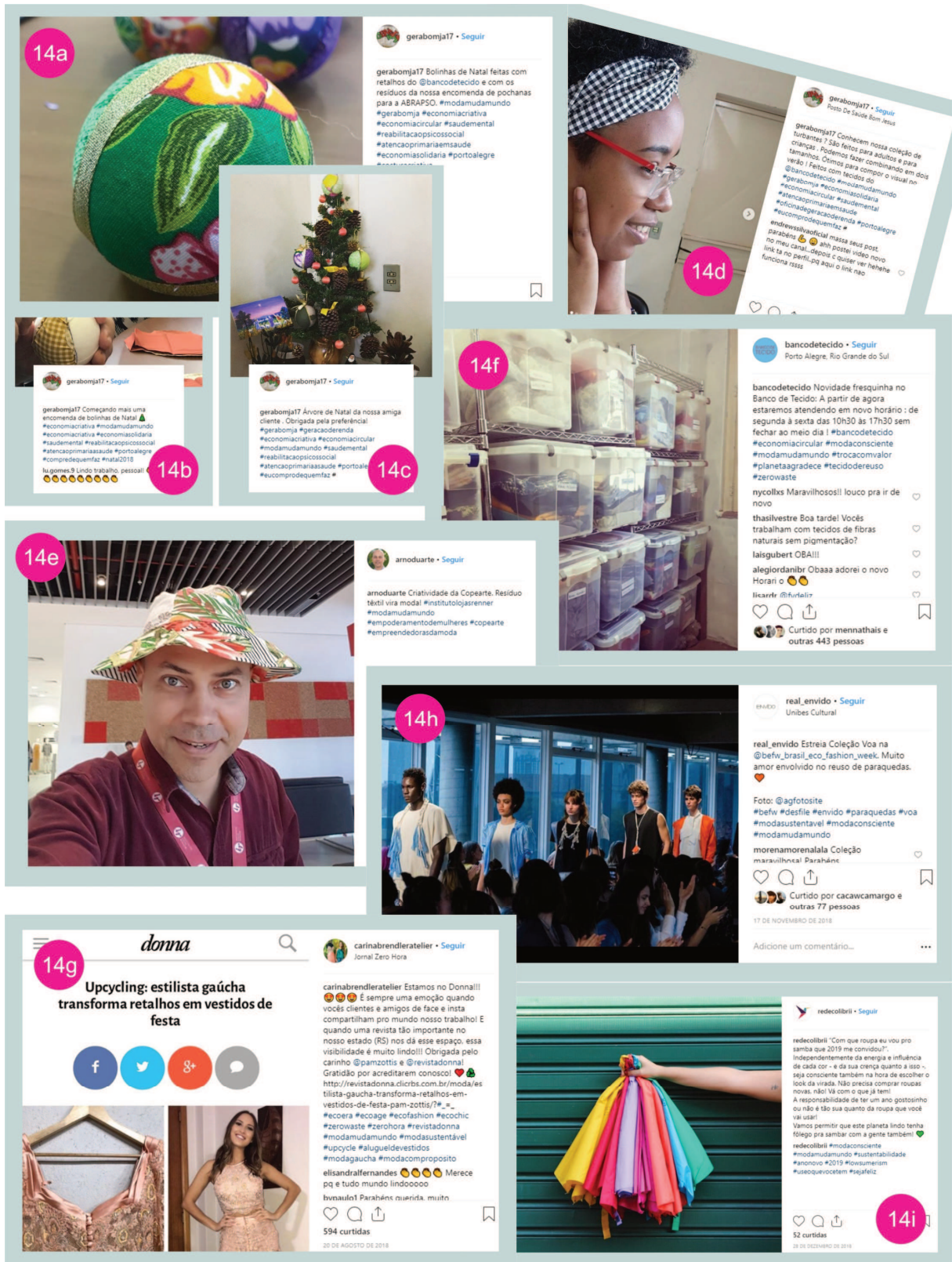
Acreditamos que o nível dos vínculos estabelecidos através das redes sociais pode estar relacionado com a temática emergente nascida e difundida através das próprias redes sociais. Ou seja, um ator pode estabelecer vínculo forte se a temática emergida competir aos seus interesses e valores pessoais, como no caso do reaproveitamento para a comunidade Gera Bomja, Banco Tecidos, Revoada, Colibri e demais atores apresentados na Figura 14. Ou estabelecer vínculo fraco, por ter uma relação mais difusa com tal temática. Isso significa que a intensidade dos vínculos estabelecidos pelo mesmo ator pode variar de acordo com o tema. Essa dinâmica faz parte do contexto dos ecossistemas criativos e aparentemente faz sentido também dentro do processo de difusão estabelecido a partir de artefatos projetados com o intuito de serem ativados nas redes sociais.

Nesse sentido percebe-se, novamente, a importância do papel dos especialistas em design para que estratégias de mapeamento sejam realizadas. No fluxo processual observado e apresentado no mapa do capítulo 4.2, o reaproveitamento aparece como tema emergente, trazido a tona pelos próprios atores do Ecossistema e sociedade, sendo ele apenas um dos temas que podem

servir como ponto de coalizão de design e fortalecer o processo de difusão da cultura da sustentabilidade.

Um ensaio pode ser observado a partir da próxima trama desenhada, que aborda as evidências da colaboração ocorrida por meio do Ecossistema e suas possíveis ramificações.

Figura 14 - Reaproveitamento e Coalizão de Design



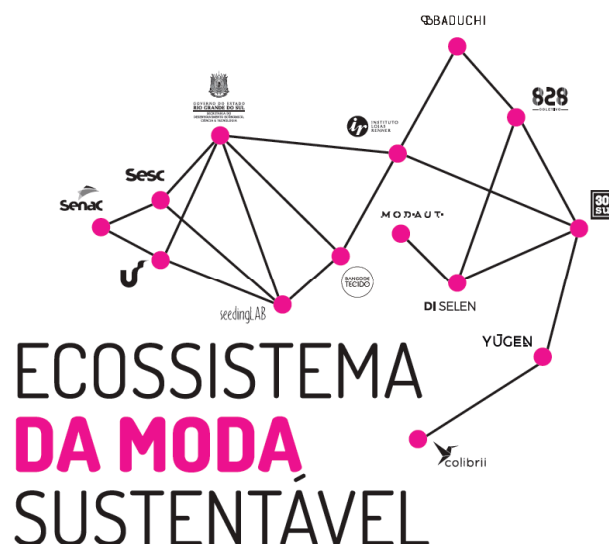
Fonte: Elaborada pela autora com base nas publicações feitas com a #modamudamundo

Nota: Ver versão ampliada no Apêndice C

### 3.2.4 Colaboração e Inovação Sociocultural

Um dos valores projetados pelo Ecossistema e explicitado através do Manifesto (Figura 5) é a colaboração. O Manifesto foi cocriado pelo Ecossistema por meio da construção de cenários, e utilizado como norteador das estratégias ativistas também cocriadas entre os atores. Ele figura como o primeiro artefato projetado capaz de produzir sentido e gerar diálogos estratégicos entre atores e sociedade. A construção de cenários é definida por Manzini e Jegou (2006) como uma importante ferramenta para a operação sistêmica das organizações, pois auxilia no envolvimento dos diferentes atores, servindo como elemento de explicitação de pensamentos e ideias. Nesse sentido, a construção de cenários serve também como indicativo de que o Ecossistema opera à luz do Design Estratégico. O mapa de atores (Figura 15) representa quem participou da construção dos cenários que deram vida ao Manifesto, sendo atores envolvidos organicamente com o projeto. É importante relatar, porém, que apesar do mapa de atores ser composto por organizações, cada uma delas é representada por uma ou mais pessoas, sendo a motivação dessas pessoas o que importa para a construção de um Ecossistema.

Figura 15 - Mapa de Atores do Ecossistema da Moda Sustentável do RS



Fonte: Elaborado pelos atores do Ecossistema da Moda Sustentável do RS

Os fluxos observados demonstram que estilistas, designers, ativistas, costureiras, estudantes e os demais atores que fazem ou fizeram parte do Ecosistema ao longo dos últimos dois anos, manifestam inclinações para um modo mais colaborativo de viver e fazer moda (Figura 16). Por tanto, a presente trama é desenhado a partir das manifestações desses atores perante os encontros colaborativos ocorridos em 2018, fazendo-se importante registrar que esses encontros foram projetados e organizados de acordo com as necessidades (emergências) identificadas ao longo do tempo. As potências da troca, do diálogo e do empenho dos especialistas em design, parecem ser importantes para a projeção e acontecimento dessas ações. São os especialistas que fazem o mapeamento de temáticas emergentes, mesmo que de forma intuitiva, projetando encontros que possam tratar de soluções para essas questões que emergem do tecido social. Soluções que estejam alinhadas com o propósito do Ecosistema e com a cultura da sustentabilidade que viemos construindo.

É possível observar que o papel dos especialistas em design é reconhecido pelos demais atores como importante para o processo colaborativo. A marca Colibri evidencia o envolvimento dos especialistas para com questões emergentes, como o reaproveitamento de resíduos têxteis, observado na trama anterior como o principal assunto operacional observado por meio do fluxo da hashtag #modamudamundo (Figura 16d). A Rosica Handmade, criada por artesãs, também explicita a contribuição dos especialistas do Ecosistema para com a seleção de tecidos de reaproveitamento para a confecção de caminhas pet (Figura 16f).

A motivação desses atores parece estar conectada com o objetivo comum em contribuir para o desenvolvimento sustentável da indústria da moda, mas também são notáveis suas motivações pessoais relacionadas ao desejo de colaborar, dividir ideias e realizar atividades que possam trazer algum valor a partir da troca. Publicações como a de Laura (Figura 16a), são comuns entre os demais especialistas, que parecem orgulharem-se de fazer parte desse projeto. Essas características parecem estar relacionadas ao bem-estar duradouro almejado pelas pessoas. O bem-estar duradouro é apontado por Manzini (2008, 2017) como o principal incentivador do envolvimento social e está relacionado à eficiência ecológica da região em que a pessoa habita, ao contato com a natureza e com a habilidade e possibilidade de realizar atividades através de seu próprio esforço. As



atividades desempenhadas por cada pessoa estão de acordo com seu contexto e seus recursos pessoais disponíveis, como habilidades físicas ou organizacionais.

Dentro do Ecossistema, atualmente, podemos notar a presença de designers especializados, que estão ativamente colaborando para que as iniciativas sejam criadas e disseminadas. A participação desses atores é importante para a manutenção e andamento dos projetos propostos. São esses atores que tornam visíveis aos demais as características, objetivos, propósitos e resultados das ações ecossistêmicas. O Ecossistema conta com 11 designers especialistas. Todos podem ser conhecidos através do endereço <https://modamudamundo.cc/sobre/>. Esse número é variante, sendo hora mais designers envolvidos, hora menos. Os designers citados no link estão em torno de um ano e meio envolvidos ativamente com o projeto.

Outros especialistas em design também podem ativar o Ecossistema através de iniciativas próprias. Essa abertura é o que caracteriza o conceito de ecossistema, pois é através do contágio com outras pessoas e coletivos que a ordem e a desordem ocorrem, gerando o equilíbrio necessário para a resiliência. Como exemplo desses especialistas, podemos citar a designer Daniela Neumann, que trouxe a iniciativa do Café Reparo para dentro do Ecossistema (Figura 16e, 16h e 16i). O Café Reparo é um espaço permanente ou temporário espalhado pelo mundo com o objetivo de difundir a cultura do reparo. Propondo a iniciativa de reparo relacionada à moda, Daniela conectou o propósito desse conceito com o propósito ecossistêmico da colaboração e da difusão da cultura da sustentabilidade na moda.

Outros atores, porém, podem ser reconhecidos pelo que Manzini (2017) chama de design difuso, ou seja, pessoas que não são especialistas em design, mas que oferecem habilidades de design capazes de contribuir com os projetos colaborativos, trazendo sua especialidade de outras áreas como complemento para o aprendizado social. É o caso de alguns empreendedores da moda e da comunicação, que encontraram na moda sustentável um propósito de colaboração, como os coletivos 30° sul, 828 e a Casa Modaut que podem ser vistos no Mapa de Atores (Figura 15). Existem também atores ligados ao setor público, como o Governo do Estado, sendo eles importantes para a criação de futuras políticas públicas que atuem em benefício das iniciativas e mudanças propostas. Costureiras, entusiastas, aprendizes e comunidade, são atores que devem fazer parte da

evolução do mapa apresentado, pois são importantes para os fluxos projetados, por proporcionarem também relações de aprendizado social.

Os encontros colaborativos analisados, na maioria das vezes, acontecem através de cursos livres oferecidos e ministrados no espaço do Ecosistema, no Vila Flores. A motivação desses encontros parte do entendimento de que o tempo e o conhecimento de alguém são retribuídos pelo tempo e pelo conhecimento do outro, possibilitando para os atores o valor da troca. Essa troca de conhecimentos estabelecidas em laboratórios como o Ecosistema é uma das potências da inovação social dirigida pelo design, pois é através do compartilhamento de saberes que os valores do projeto se transformam e são ampliados, gerando o interesse de novos atores e novos fluxos. Esses acontecimentos, portanto, parecem colaborar para a difusão da cultura da sustentabilidade na moda, que é transmitida através da coalizão de design ocorrida por meio do Ecosistema. (MANZINI, 2017).

O aprendizado social costuma acontecer inicialmente *de baixo para cima*, de comunidades criativas que almejam realizar mudanças em busca de uma melhor qualidade de vida relacionada à sustentabilidade. Esse aprendizado é inerente ao envolvimento social e seu sistema de comunicação. (CAPRA, 2005; MANZINI, 2017). A promoção de aprendizado social acontece por meio do Ecosistema de forma autopoietica. Podemos observar essa característica ao nos depararmos com as iniciativas e intervenções lançadas e a forma com que a sociedade operou com elas, desde a dinâmica de ativismo incorporada por diferentes atores que inclusive conectaram o Ecosistema com o Movimento Fashion Revolution, até o uso e as conexões realizadas através da #modamudamundo, que aconteceu de forma orgânica. Esses comportamentos espontâneos são coerentes com o funcionamento das redes sociais (CAPRA, 2005; JOHNSON, 2003; RECUERO, 2009) e demonstram que o Ecosistema oferece abertura e flexibilidade para que os atores exerçam a troca e promovam inovações sociais.

A pesquisa-intervenção proposta por meio do Ecosistema, que escolheu como territórios percorridos a Virada Sustentável, a Semana Fashion Revolution e a #modamudamundo, aconteceram através da recombinação de recursos existentes. A produção e distribuição de postais artísticos, o debate através da dinâmica Aquário, e o uso da tecnologia para a disseminação da hashtag #modamudamundo através das redes sociais da internet, são a recombinação de recursos de comunicação e reunião de pessoas. Essa recombinação foi pensada a partir da

lógica do ativismo de design para que a mensagem do Ecosistema pudesse ser transmitida. A recombinação de recursos está associada ao aumento do capital social local, que para Higgins (2005), contribui com o desenvolvimento de comunidades através da geração compartilhada de informações e conhecimentos. É a partir do capital social que o ativismo de design também ganha força. Para Fuad-luke (2009), o ativismo de design impulsiona a inovação sociocultural, que perpassa o âmbito das conexões sociais que geram engajamento cívico, apoio mútuo e confiança, consolidando interesses comuns e criando reciprocidade entre indivíduos e indivíduos e uma sociedade, alimentando, assim, o capital social. O aprendizado ocorrido através da recombinação de recursos e do ativismo de design pode ser responsável pelo capital social que irá proporcionar as mudanças desejadas, tanto no âmbito cultural quanto social.

Nesse sentido, podemos interpretar que o papel dos especialistas em design que atuam no Ecosistema seja catalisar iniciativas e iniciar diálogos estratégicos para que elas sejam perceptíveis aos demais atores, estimulando a participação e a geração de valor social. Considerando que os encontros colaborativos sejam oportunos para o desenvolvimento de diálogos sociais, entendemos que o Ecosistema da Moda Sustentável pode funcionar como um ecossistema habilitante para que eles aconteçam. Ecossistemas habilitantes requerem uma infraestrutura, que está relacionada com o desenvolvimento de ambientes favoráveis para que os fluxos dos encontros aconteçam. (MANZINI, 2017). Essa infraestrutura pode ser física ou virtual. No caso do Ecosistema, o espaço físico sediado no Vila Flores figura como um local propício para a circulação de atores, em que encontros periódicos podem ser realizados para que ocorram as trocas de ideias e alinhamentos de projeto. Como infraestrutura virtual, as redes sociais do Ecosistema apresentadas na Tabela 1, com foco para o Instagram, que figura atualmente como a rede social de maior alcance orgânico, tendo servido como lente para esta pesquisa, são ambientes favoráveis para a manutenção dos encontros.

É por meio das redes sociais da internet que laços fracos se estabeleçam, e são os especialistas em design que podem operar para que esses laços se fortaleçam, contribuindo para a efetivação de mudanças no tecido social. A manutenção dos laços pode contar com o uso de ferramentas de conversação como *Slack* e *Whatsapp*, que podem também ser consideradas redes sociais, ao nosso

entendimento, funcionam com o propósito de estabelecer interações mútuas e mais duradouras entre os atores. (RECUERO, 2009).

Para a efetividade dos encontros colaborativos, também é necessário um ambiente que conte com tolerância, abertura e que gere a capacidade de aprendizado. (MANZINI, 2017). Aparentemente, essas características já podem ser observadas nos encontros colaborativos ocorridos por meio do Ecosistema ao longo de 2018. Essa constatação surge a partir da observação dos relatos dos atores através das postagens. Relatos que explicitam a união e a colaboração para o conserto de roupas, curadoria de tecidos e ideias de solução para os resíduos têxteis em que as palavras *colaborar* e *contribuir*, e as frases *vamos consertar juntos* e *juntos somos mais fortes* são identificadas. Nesse sentido, acredita-se que novas iniciativas podem acompanhar esse processo, tornando o Ecosistema uma solução habilitante e tornando os encontros colaborativos efetivos e eficazes.

A partir dessas características identificadas no Ecosistema, podemos prever que a conexão entre atores e a replicação de projetos sejam possibilitados. Para Manzini (2017), a conexão e a replicação fazem parte das estratégias necessárias para o desenvolvimento de ideias que estejam alinhadas com o cenário PLAC.

Nessa trama, podemos explorar o potencial da colaboração por meio do Ecosistema como ponto central e como conector dos demais eixos. Acreditamos que a dinâmica da colaboração pode iniciar-se a partir de coalizões de design estabelecidas por meio das redes sociais da internet que tenham motivações e interesses comuns. Essas conexões podem ser mapeadas e tangibilizadas pelos especialistas e ativistas de design (vínculos fortes), gerando novas conexões e encontros colaborativos que podem reunir diferentes atores em torno de soluções futuras para questões emergentes, como a sustentabilidade da moda e as mudanças socioculturais que ela pode plantar.

Figura 16 - Colaboração e Inovação Sociocultural



Fonte: Elaborada pela autora com base nas publicações feitas com a #modamudamundo

Nota: Ver versão ampliada no Apêndice D

### 3.3 Mapa de Processos

Este mapa (Figura 17) pretende representar as tramas observadas no processo de difusão da cultura da sustentabilidade na moda por meio do Ecosistema. Nosso objetivo com essa representação é sintetizar e registrar os processos identificados no intuito de servirem de inspiração para novas iniciativas ecossistêmicas. Percorrendo os territórios ativados e observando as ações dos atores do Ecosistema e sociedade perante nossas iniciativas, identificamos tramas que podem ser conectadas: ativistas como promotoras de diálogos estratégicos, questionamento como forma de conscientização, reaproveitamento como ponto de coalizão de design e colaboração e inovação sociocultural. A relação entre essas tramas e suas contribuições para o processo de difusão da cultura da sustentabilidade na moda compõem a base dos caminhos traçados no mapa.

O mapa sugerido não propõe uma ordem ou uma rota, ele é cíclico e representar a relação das tramas interconectadas, pois é assim que interpretamos o processo de difusão observado. No entanto, a fim de tornar claras as relações das tramas, iremos, nas linhas abaixo, descrever o processo.

A presença e motivação de ativistas da moda sustentável para com o Ecosistema é uma constatação ocorrida desde os primeiros momentos em campo. O Ecosistema nasceu a partir de ativistas, não podendo ser dissociado delas. A evolução aconteceu quando essas ativistas também uniram seus conhecimentos de design, sendo capazes de promover diálogos estratégicos através de suas capacidades de recombinação de recursos e alcance, geralmente naturais de quem assume esse posicionamento e papel na sociedade. Ao longo dos percursos observados destacamos, então, as ativistas de design como importantes difusoras da cultura da sustentabilidade através da educação sobre sustentabilidade na moda, promovendo a conscientização social sobre o tema.

A recombinação de recursos perpassa a criatividade, colaboração e habilidade para projetar artefatos. Através da pesquisa-intervenção proposta e inspirada no Movimento Fashion Revolution, identificamos que através do ativismo de design podem ser projetados artefatos produtores, capazes de instigar a participação de pessoas sensíveis ao tema na circulação da mensagem. Dentro de um sistema difuso, esses artefatos, que no caso desta pesquisa figuraram em torno da hashtag #modamudamundo, podem servir como conectores de vínculos sociais.

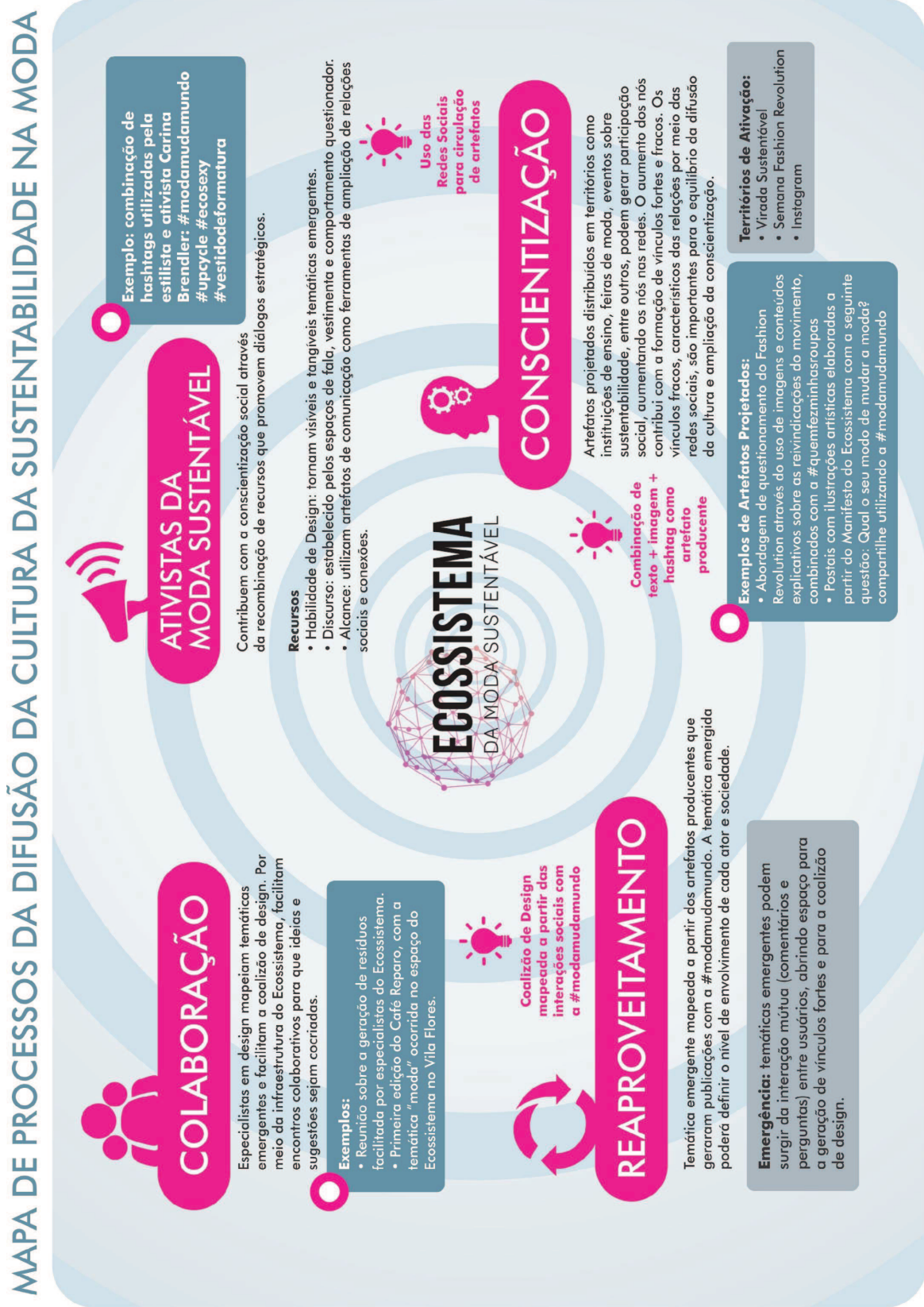
A partir dessa conexão, podem acontecer novas relações sociais. Dessas relações surgem temas emergentes, como o caso do reaproveitamento, que aparentemente regulam o nível dos vínculos que serão estabelecidos. Vínculos fortes ocorrem se o interesse pessoal com o tema emergente em questão for alto, ou vínculos fracos, se a motivação for mais difusa. Os vínculos fracos servem como nós capazes de prosseguir a disseminação, gerando novos vínculos fortes e assim sucessivamente, num processo *de baixo para cima* e auto-organizado.

A colaboração surge da identificação de que especialistas em design, atuantes no Ecossistema ou que tenham interesse em contribuir com ele, possam mapear e catalisar os temas emergentes, oferecendo suas habilidades de design para tornar esses temas visíveis e tangíveis para os demais atores e sociedade. O Ecossistema oferece a infraestrutura física e virtual necessárias para um processo colaborativo, em que encontros projetuais podem servir como estrutura para que inovações aconteçam.

É dessa forma que percebemos as conexões entre as tramas, estabelecendo um processo que pode ser compartilhado de forma visual representado por um mapa, para tornar explícitos os nossos achados. A inspiração para a criação de um mapa surge das características da própria cartografia, método utilizado para o desenvolvimento desta pesquisa, unidas ao que Manzini (2017) chama de mapeamento e ampliação de projetos, que funciona como uma espécie de atalho gráfico, capaz de descrever e revelar as conexões ocultas dos sistemas complexos. A ampliação de sinal fraco pode ser considerada nosso modo de operação e apresentação dos achados cartográficos. Ela está relacionada com a capacidade e intervenção do design especialista em escolher quais casos irá destacar. Esse princípio cartográfico também surge da ideia dos rizomas, apresentados por Deleuze e Guattari (2011) e operada, nesta pesquisa, a partir das sete pistas sugeridas por Passos, Kastrup e Escóssia (2015).

Rizomas estão relacionados com a oportunidade de realizar conexões através do encontro de ideias e saberes. Esse fenômeno pode ser observado através do desenho das tramas, em que a multiplicidade de pensamentos e conhecimentos foi exposta na tentativa de gerar novas conexões, sendo o mapa apenas um *frame*, um congelamento momentâneo do processo em questão. Rizomas significam movimentos, são dimensões que se transformam a cada nova conexão, por isso funcionam como mapas e não como decalques.

Figura 17 - Mapa dos Processos





#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estímulo para esta pesquisa nasceu da curiosidade em entender como a difusão da cultura da sustentabilidade na moda por meio de ecossistemas criativos pode contribuir com processos de Design Estratégico para a Inovação Sociocultural. Acreditamos que os processos de difusão dessa cultura sejam gatilhos para a inovação sociocultural em direção a uma sociedade sustentável. A inovação é necessária quando nos deparamos com problemas emergentes enfrentados pelo desenfreado sistema de produção e consumo de roupas e acessórios e as consequências que esses problemas podem trazer para as gerações futuras e para o planeta. Para tanto, foi realizada uma pesquisa-intervenção no Ecossistema da Moda Sustentável do RS. Esse Ecossistema foi ativado e é mantido por especialistas em design e ativistas de design que operam à luz do Design Estratégico.

O Design Estratégico, como norteador de soluções para problemas complexos, pode dar acesso ao desenvolvimento coletivo de estratégias através de ferramentas capazes de orientar processos e tangibilizar caminhos possíveis. Os conhecimentos sobre a evolução dos processos nos levaram ao entendimento de que as inovações socioculturais à luz do design estratégico estão relacionadas com organizações colaborativas e ecossistemas criativos. Nesse sentido, operamos a partir dos embasamentos sobre o surgimento, características e motivações de organizações colaborativas e ecossistemas criativos. Esses embasamentos nos deram suporte para compreender as dinâmicas que já estavam acontecendo no Ecossistema da Moda Sustentável do RS, indicando que as ativações propostas por meio de nossa pesquisa-intervenção estavam coerentes com o modo ecossistêmico de operar.

O ativismo de design foi entendido como propulsor de mudanças sociais, possibilitadas pelas habilidades do design de recombina recursos. Ativistas de design são capazes de criar contra narrativas que podem penetrar no tecido social através de ferramentas que ampliam a comunicação e a coordenação de redes distribuídas. O papel das ativistas de design que atuam no Ecossistema é observado como resultado encontrado no processo de difusão da cultura da sustentabilidade na moda. Esse resultado será abordado logo abaixo, quando apresentaremos nossas considerações sobre as tramas desenhadas.

Os embasamentos teóricos sobre as redes sociais da internet e a cultura digital, nos ajudaram a projetar artefatos e a entender como os fluxos de comunicação estavam acontecendo a partir da interação das pessoas com esses artefatos. A partir disso, entendemos também as relações sociais estabelecidas através da hashtag #modamudamundo no Instagram e as motivações pessoais e coletivas para que a circulação de conteúdos e temáticas emergentes aconteça por meio das redes.

A cultura da sustentabilidade na moda foi interpretada pelo conjunto de práticas e mudanças necessárias para a criação de um novo sistema, que se propõe a ser oposto ao sistema atual reconhecido pelo *fast fashion*. Esses conceitos nos guiaram no entendimento dos temas emergentes observados ao longo do processo de pesquisa de campo e nos deram clareza sobre os pilares que o Ecosistema pode atuar para que os processos de difusão dessa cultura sejam cada vez mais assertivos.

Foi através da cartografia que conseguimos realizar esta pesquisa, que necessitava de um método aberto, exploratório e experimental, que comportasse a complexidade da observação de fenômenos, tendo o conceito de rizomas como inspiração para o percurso. Porém, tivemos o cuidado de que esta pesquisa fosse conduzida a partir da lente de cartógrafos experientes e que pudessem nos oferecer pistas de como o pesquisador cartografo iniciante poderia operar. Essas pistas nos levaram à concepção de uma pesquisa-intervenção que ocorreu nos seguintes territórios: Virada Sustentável 2018, Semana Fashion Revolution 2018 e hashtag #modamudamundo no Instagram.

A partir da pesquisa-intervenção realizada no Ecosistema da Moda Sustentável do RS, observamos e desenhamos as tramas que fazem parte dos processos de difusão da cultura da sustentabilidade na moda. Tramas que foram encontradas colaborativamente a partir de artefatos projetados e produtores que continham a hashtag #modamudamundo como ponto de conexão. Essa conexão possibilitou a participação dos atores do Ecosistema e da sociedade na construção das tramas.

A primeira trama trata do papel das *ativistas da moda sustentável como promotoras de diálogos estratégicos*, através de suas ativações observadas em diferentes territórios da cidade de Porto Alegre. Ativistas que podem ou não ser especialistas em design, mas que comportam habilidades de design e recombina

recursos para que suas mensagens possam alcançar pessoas da moda, mas também pessoas de fora da *bolha*, motivando, educando e gerando consciência social sobre a cultura da sustentabilidade. A recombinação de recursos realizada pelas ativistas observadas envolve a utilização de dispositivos de discurso como a roupa e a fala, e o uso de artefatos produtores capazes de ampliar o alcance da mensagem por meio das redes sociais da internet, como a combinação de hashtags.

Na segunda trama, intitulada *Questionamento e conscientização*, fazemos uma reflexão sobre o tom ativista do Movimento Fashion Revolution e sua capacidade de mobilização social, servindo como inspiração para as ativações e artefatos projetados pelo Ecosistema. Podemos entender que a educação sobre a cultura da sustentabilidade na moda é um pilar bastante importante para promover debates e questionamentos em relação ao tema, sendo instituições de ensino, espaços de fala como palestras, workshops e debates, promotores de educação e conscientização. Foi também observado que a ampliação desses conhecimentos está relacionada com a participação social para com o questionamento (ativismo) em questão, em que artefatos produtores podem figurar como motivadores da participação e circulação de informações. Essa circulação gera novas conexões e novas relações sociais através das redes sociais da internet, estabelecendo laços associativos capazes de equilibrar o nível dos vínculos entre fortes e fracos. Os laços fracos, característicos das relações ocorridas das redes sociais, são importantes conectores de laços fortes (Figura 4). Esse fenômeno foi percebido através do engajamento social para com a circulação de conteúdos e envolvimento com a Semana Fashion Revolution, em que atores se vincularam ao Ecosistema com diferentes níveis de envolvimento.

*Reaproveitamento e coalizão de design*, terceira trama desenhada, traça um paralelo entre diferentes iniciativas, coletivos, inovações, estilistas e marcas, sendo o reaproveitamento uma temática bastante movimentada pelos vínculos fortes e fracos do Ecosistema. Através dessa observação, podemos entender que temáticas trazidas à tona com tamanha expressividade podem representar assuntos emergentes e de interesse comum, abrindo um espaço para a coalizão de design por meio do Ecosistema. Coalizões de design acontecem através do encontro de design difuso e design especializado. Essa perspectiva nos faz entender que a cultura da sustentabilidade na moda possa ser disseminada através do aprendizado gerado pelas coalizões e suas características, como a resiliência. A intensidade e

nível dos vínculos gerados parecem estar relacionados com a temática emergente em questão, que nesse caso foi o reaproveitamento, mas que poderiam ser outras temáticas, como fotografia, modelagem, visual *merchandising*, e outras práticas que possam contribuir com a sustentabilidade na moda. Ou seja, o interesse pessoal de alguns atores pelo reaproveitamento de resíduos têxteis pode fazer com que o nível do vínculo aumente e laços dialógicos sejam estabelecidos através das redes sociais. Assim como o interesse mais difuso de outros atores pela mesma temática pode motivar vínculos fracos, através de laços associativos, mas importantes para a difusão de informações por seu potencial conector.

A quarta trama, intitulado *Colaboração e inovação sociocultural*, é o principal ponto entre as demais tramas, conectando seus potenciais. É através da colaboração que estratégias de diálogos operadas pelas ativistas de design podem ganhar força, que artefatos podem ser projetados, promovendo a maior circulação de informações e relações sociais relacionadas à cultura da sustentabilidade, que assuntos emergentes podem ser mapeados, como o caso do reaproveitamento, e que soluções podem ser cocriadas através de encontros colaborativos e da infraestrutura necessária para que conexões e replicações aconteçam. O papel dos especialistas em design fica evidente quando nos deparamos com tantas oportunidades de ação e transformação do tecido social.

Especialistas do Ecossistema já operam na lógica da colaboração e se sentem motivados e apoiados pelos demais atores para que essa lógica prossiga. Motivação que surge pela capacidade da colaboração em gerar bem-estar duradouro. Os especialistas em design figuram como vínculos fortes do Ecossistema, sendo capazes de transmitir e perpetuar os valores da organização. Eles servem também como conectores de vínculos fracos e podem catalisar e facilitar ativações para a geração de soluções. O Ecossistema da Moda Sustentável do RS parece oferecer ambiente propício para que a colaboração aconteça e tenha significado para os atores e sociedade. O aprendizado social ocorrido através de encontros colaborativos parece ser o caminho para a mudança sociocultural.

No intuito de apresentar uma síntese dos processos observados, que possa servir de inspiração para novas iniciativas, desenhamos um mapa de processos. Esse mapa poderá ser continuado, evoluído e atualizado quantas vezes forem necessárias. A representação exposta é apenas um dos decalques possíveis, um *frame* do que observamos ao longo dos meses de pesquisa. O mapa representa as

tramas identificadas e suas conexões. Lembrando que essas tramas emergiram a partir da análise da #modamudamundo, ou seja, de forma colaborativa, e do processo cartográfico ocorrido em diferentes territórios.

Resgatando, então, nossos objetivos com esta pesquisa, podemos tornar visíveis as nossas contribuições. O primeiro objetivo específico, que foi experimentar a difusão da cultura da sustentabilidade na moda através de uma intervenção urbana e digital, pode ser percebido a partir da pesquisa-intervenção possibilitada pela cocriação de postais artísticos contendo no verso o pedido para que as pessoas contassem o seu modo de mudar a moda utilizando a hashtag #modamudamundo, e as ativações desses artefatos realizadas na Virada Sustentável e Semana Fashion Revolution 2018. Descobrimos, ao longo dessa pesquisa, que esses artefatos projetados podem ser chamados de artefatos produtores. Os territórios projetados foram estratégicos por compreenderem públicos diferentes. Na Virada Sustentável, contamos com cerca de 40 pessoas, em sua maioria estudantes e entusiastas da moda sustentável, na Semana Fashion Revolution, além de estudantes, ativamos também atores relacionados à indústria e educação da moda, num debate que instigou o questionamento sobre diversas questões emergentes em relação à sustentabilidade na moda.

A distribuição e circulação desses artefatos e a ideia de ter a hashtag como conector de vínculos sociais, foi uma estratégia de design que contribuiu para que os processos ocorridos a partir das ativações pudessem ser mapeados e observados, o que responde ao nosso segundo objetivo específico. Esse mapeamento originou o desenho das tramas apresentadas, que foram construídos a partir das publicações de atores e sociedade realizadas com o uso da hashtag #modamudamundo na rede social Instagram, conferindo, assim, uma construção coletiva.

As tramas observadas e apresentadas fizeram emergir conhecimentos a cerca de como a projeção e circulação de artefatos produtores podem gerar coalizões de design, através do equilíbrio dos vínculos fortes e fracos estabelecidos por temáticas emergentes. Essa contribuição está relacionada à utilização das redes sociais da internet como ferramentas de design, capazes de alcançar atores e sociedade e iniciar diálogos estratégicos em prol da difusão da cultura da sustentabilidade. Porém, acreditamos que nossos rizomas representados pelas tramas, possam contribuir com esferas da difusão que transcendem o uso das ferramentas de comunicação digital, através de conexões e mapeamentos que só

puderam ser realizados por estarmos presentes nos diferentes territórios em que as relações sociais aconteceram.

Por último, acreditamos que o objetivo de propor um mapa dos processos aconteceu através do desenho de um *frame*, por entendermos que esse mapa pode ser constantemente evoluído, sendo que desde o início até o final desta pesquisa, novas relações e cruzamentos já puderam ser identificados. Nesse sentido, e conforme proposto ao longo desse trabalho, tratamos esse mapa com um *frame* do que pode ser observado dentro do que esta pesquisa nos permitiu, sendo ele apenas um dos possíveis mapas a serem experimentados.

Acreditamos, também, que nossa principal limitação com esse estudo seja o pioneirismo de estudar o Ecossistema da Moda Sustentável do RS, um projeto de Design Estratégico iniciado a pouco menos de dois anos, cujos processos são estabelecidos num movimento caótico, que se auto-organiza conforme a demanda estabelecida em conjunto com atores e comunidade. Nosso recorte foram os processos de difusão da cultura da sustentabilidade estabelecidos e percebidos a partir das ativações realizadas nesta pesquisa-intervenção, por acreditarmos no Ecossistema como potente canal de educação e conscientização em relação à moda sustentável, mas temos consciência de que outros movimentos e processos além dos estudados podem influenciar na difusão dessa cultura e que, portanto, merecem ser pesquisados.

Nesse sentido, como uma projeção de estudos futuros e dando seguimento a esta pesquisa, sugerimos a experimentação, em maior profundidade, do processo de colaboração indicado no mapa, em que os especialistas em design do Ecossistema atuam como catalisadores e facilitadores de encontros colaborativos gerados por temáticas emergentes a partir da hashtag #modamudamundo. Acreditamos que esse aprofundamento seja necessário para entender como os vínculos fortes e fracos de cada temática emergente operam na lógica da colaboração e da difusão da cultura da sustentabilidade na moda. O objetivo é investigar as características desses atores, quais suas motivações para com o Ecossistema, quais ferramentas de design utilizam no seu dia a dia e como elas podem contribuir com a difusão. Nesse sentido, pretendemos contribuir com a evolução dos processos, tornando o Ecossistema um canal fértil para a produção de inovações socioculturais na moda.

## REFERÊNCIAS

- CAMARGO, C; FREIRE, K. Transparência, colaboração e sustentabilidade no setor da moda: efeitos do ativismo de design no âmbito social e cultural. In: CARLI, Ana M. de; MARTINS, Suzana B. (Org.). **Para todos**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.
- CAPRA, F. **As conexões ocultas**: ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix, 2005.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 18. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017.
- CASTRO, P. Algoritmos devem ser debatidos. **IHU On-Line Revista Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, ano 16, n. 495, p. 25-30, out. 2016. Disponível em: <<http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao495.pdf>>. Acesso em: 21 fev. 2019.
- CERECA, G. **Talk Moda e Colaboração**. 168 fotografias, color. Disponível em: <<https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1uqk3JvQXGD8DMwyhNAcOpN19cYVhkYFe>>. Acesso em: 5 jun. 2018.
- COSTA, L. Cartografia: uma outra forma de pesquisar. **Revista Digital do LAV**, Santa Maria, v. 7, n. 2, p. 66-77, maio/ago. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/revislav/article/view/15111>>. Acesso em: 21 fev. 2019.
- DELEUZE, G; GUATTARRI, F. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia 2. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2011. v. 1.
- ECOSSISTEMA DA MODA SUSTENTÁVEL DO RS. Especialistas em Design. Porto Alegre, 2018. Disponível em: <<https://modamudamundo.cc/sobre/>>. Acesso em: 12 jan. 2017.
- FEDERIZZI, C. **Design para inovação social**: a cidade feita pelas pessoas. 2014. 132 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós Graduação em Design, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Porto Alegre, 2014.
- FLETCHER, K; GROSE, L. **Moda e sustentabilidade**: design para mudança. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.
- FRANZATO, C. et al. Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In: FREIRE, K. (Org.). **Design Estratégico para a Inovação Social e Cultural**. São Paulo: Kazuá, 2015. p. 157-182.
- FREIRE, K. **Design estratégico**: origens e desdobramentos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 11., 2014, Gramado. Anais. São Paulo: Edgard Blücher, 2014, p. 1187-1196.
- FREIRE, K. **Design estratégico para a inovação social**. In: FREIRE, K. (Org.). **Design Estratégico para a Inovação Social e Cultural**. São Paulo: Kazuá, 2015, p. 13 - 41.

FUAD-LUKE, A. **Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world.** London: Earthscan, 2009.

GUATTARI, F. **As três ecologias.** 11. ed. Campinas: Papirus, 2001.

HIGGINS, S. **Fundamentos Teóricos do Capital Social.** Chapecó: Argos Ed. Universitária, 2005.

IHU ONLINE. **A bolha do Facebook e a astúcia do capitalismo.** São Leopoldo, 19 de Out. 2016. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/561334-a-bolha-do-facebook-e-a-astucia-do-capitalismo>. Acesso em: 26 de Abr. 2019. Blog: IHU Online, matéria postada originalmente por Carta Capital.

LUZ, D; BORBA, G. FREIRE, K. Inovação de Significado na Moda: a influência dos processos criativos e do propósito de marca. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 13., 2018, Joinville. **Anais eletrônicos...** Joinville: Universidade da Região de Joinville, 2019. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/inovao-de-significado-na-moda-a-influncia-dos-processos-criativos-e-do-propsito-de-marca-30112>. Acesso em: 29 abr. 2019.

JENKINS, H. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo: Aleph, 2014.

JOHNSON, S. **Emergência: a dinâmica da rede em formigas, cérebros, cidades e softwares.** Tradução: Maria Carmelita Pádua Dias, Rio de Janeiro: Jorge Zahar editores, 2003.

LEE, M. **Eco Chic: o guia de moda ética para a consumidora consciente.** São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

MALAGUTI, C. **Design e valores materializados.** Cultura, ética e sustentabilidade. In: MORAES, D. de; KRUCKEN, L. (Org.) Caderno de estudos avançados em Design Sustentabilidade I. Barbacena: Universidade do Estado de Minas Gerais, v.a, 2009.

MALINI, F. Internet é uma máquina que potencializa minorias. **IHU On-line – Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, ano 17, n. 502, p. 20-25, abril. 2017. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao502.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2018.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais.** Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MANZINI, E. **Design quando todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social.** São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017.

MANZINI, E; JÉGOU, F. **Design dos cenários.** In: BERTOLA, P.; MANZINI, E. Design Multiverso | Notas de fenomenologia do design. Milano: Edizioni POLI.design, 2006, p. 189-207.



MARTELETO, R; SILVA, A. **Redes e Capital Social**: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. Ci. Inf., Brasília, v. 33, n. 3, p.41-49, set/dez. 2004.

MAURI, F. **Progettare Progettando Strategia**. Milano: Dunod, 1996.

MERONI, A. **Strategic design: where are we now?** Reflection around the foundations of a recent discipline. Strategic Design Research Journal, v.1, n.1, Dec 1, p.31-38, 2008.

MURATOVSKI, G. **Research for Designers**. Sage Publications Ltd, 2016, London.

MODAMUDAMUNDO. **[Hashtag #modamudamundo]**. Menlo Park, 14 jan. 2017. Instagram: #modamudamundo. Disponível em: <<https://www.instagram.com/explore/tags/modamudamundo/>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

PASSOS, E; KASTRUP, V; ESCÓSSIA, L. **Pistas do método da cartografia**. Pesquisa intervenção e produção de subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2015.

PINTO, A; SOUZA, C. **Roupas feitas de roupas**. Revista Iniciação. Edição temática em sustentabilidade. v.5, n. 3. São Paulo: Centro Universitário Senac, 2015.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TALKING, C. **[Comunidade]**. Menlo Park, 14 jan. 2017. Instagram: @talking\_city. Disponível em: [https://www.instagram.com/talking\\_city/](https://www.instagram.com/talking_city/). Acesso em: 11 fev. 2019.

ZURLO, F. **Design Strategico**. In: XXI Secolo, vol. IV, Gli spazi e le arti. Roma: Enciclopedia Treccani, 2010.

## APÊNDICE A – ATIVISTAS E DIÁLOGOS ESTRATÉGICOS

12a



**cacawcamargo** • Seguindo  
São Paulo, Brazil

cacawcamargo Gratidão às pessoas que apoiaram e tornaram a Fashion Revolution Week e a primeira Edição do FR Forum possíveis!!! @feh\_simon obrigada pela persistência. @eloartuso obrigada pela parceria. @wendyelborin @yugen.store @real\_envido obrigada por fazerem minha roupa. @carvalhando obrigada pelo exemplo e por disseminar a moda com propósito. @fepaesleme obrigada por ampliar a nossa voz! @kmfreire obrigada pelo apoio, sempre. @neideschulte @anne\_anicet Carol e demais pesquisadoras, obrigada por inspirarem através de suas pesquisas. Thanks @orsoladecastro and @carysomers for starting this Movement! ❤️

#FashionRevolution  
#quemfezminhasroupas #fashionactivism  
#designactivim #modamudamundo

👍🗨️📌

👤 Curtido por claudinhapalma e outras 284 pessoas

## ATIVISTAS E DIÁLOGOS ESTRATÉGICOS

12b



**cacawcamargo** • Seguindo  
Casa De Cultura Mario Quintana

cacawcamargo Fazendo a minha microREVOLUÇÃO na Virada Sustentável em POA. 🌱💚🍌🍌🍌

📧 @georgecereco  
#modamudamundo  
#quemfezminhasroupas #fashionrevolution  
#fashrevpoa #designactivism  
#fashionactivism

inaraitrombini Linda. Cacá! 🌟

bruholder Que lindaaa

cacawcamargo @bruholder saudades de ti! 💜

arielerezende Linda 🍌

liviavargasgo Que linda! 🍌🍌🍌

hellsoares Belo deslocamento dessa grafia

nataarend Oi Cacá! De qual marca é o

👍🗨️📌

👤 Curtido por juschnneider e outras 242 pessoas

12c



**cacawcamargo** • Seguindo  
DaDo Bier Bourbon Country

cacawcamargo Sobre consciência... 🌱🍌🍌🍌

Nesta terça (05.06) participarei do evento 'Trocias Inteligentes', realizado pela BPW Porto Alegre. O tema será "Produção Consciente X Consumo Consciente: ações do setor da moda para Eco-fashion." Todos convidados!!! Inscrições gratuitas pelo sympla.

📧 @georgecereco  
#slowfashion #lowsumerism  
#consumoconsciente #modamudamundo  
#quemfezminhasroupas  
#fashrevpoa

m\_m\_c\_ecojoias 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌

feh\_simon 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌

marcelagrega Estaremos lá 🌟

@andreiaarciastyle 🍌

madi\_muller 🍌🍌🍌🍌🍌

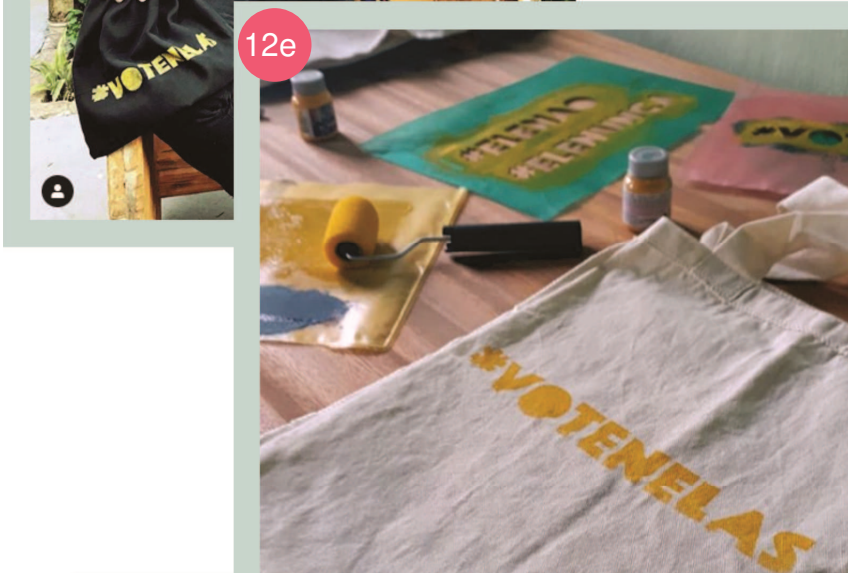
👍🗨️📌

👤 Curtido por juschnneider e outras 177 pessoas



liegemassi • Seguindo  
Vila Flores

liegemassi Tá tendo ação! Vote em quem te respeita #elenao #votenelas #modamudamundo  
alinebueno79 Ele não!!!



mennathais • Seguindo  
Vila Flores

mennathais #votenelas #elenão #modamudamundo @modamudamundo danieladeassis Faz uma pra mim?

25 DE SETEMBRO DE 2018

Curtido por cacawcamargo e outras 67 pessoas



liegemassi • Seguir

liegemassi Neste sábado estarei com a @kmfreire e a @liduda falando sobre como empreender de forma sustentável. É lá no Espaço Unisinos. Apareçam! #modamudamundo #mulheresnopoder kattpower Amei! rico\_assoni Liege Maxima: liegemassi @rico\_assoni kkkkkk

88 curtidas

13 DE SETEMBRO DE 2018

Entrar para curtir ou comentar.

12f



12i



carinabrendleratelier • Seguir

carinabrendleratelier Sabe aquela roupa que faz tu te sentir uma borboleta🦋? É essa! A saia foi feita com o reaproveitamento de um vestido longo. Tínhamos usado a parte de cima pra confeccionar um vestido pra uma cliente e sobrou a parte de baixo. Combinei ela com o vestido da @ateliestetrel (que é quase minha segunda pele ❤️) #upcycle #modasustentavel #modamudamundo #porummundomelhor #modacomproposito #ecoage #eco chic #ecofashion

luciana.schroeder ❤️❤️❤️

blogcheersformaturas 🥳🥳🥳🥳

elianacologneseatelier 🥳🥳🥳🥳

maysabonissoni Lindo demais! ❤️

carinabrendleratelier @luciana.schroeder linda 🙌



197 curtidas

12j



@carinabrendleratelier

Antes



Depois

carinabrendleratelier • Seguir  
Carina Brendler Eco Clothing

carinabrendleratelier Gostaram do resultado? Eu sempre esqueço de postar os antes e depois e muita gente me pergunta como os vestidos são feitos, de onde vem os tecidos e tudo mais 🧑🧑 esse aqui foi um vestido que compramos no brechó @nolitadresstore e como estou muito apaixonada por ele vai ter overpost 🧑❤️ 🙌 foram alguns meses trabalhando em cima desse vestido e o resultado ficou lindo! Obrigada @yohannafreitas pela confiança e pelo carinho 🙌🥳

#antesedepois #upcycle #modamudamundo #modasustentavel #modacomproposito #ecoera #eco chic #ecofashion #recicle #reuse #portoalegre #porummundomelhor #vestidosdefesta #vestidodeformatura #vestidodossonhos




Curtido por mennathais e outras 652 pessoas

29 DE JULHO DE 2018

Adicione um comentário...

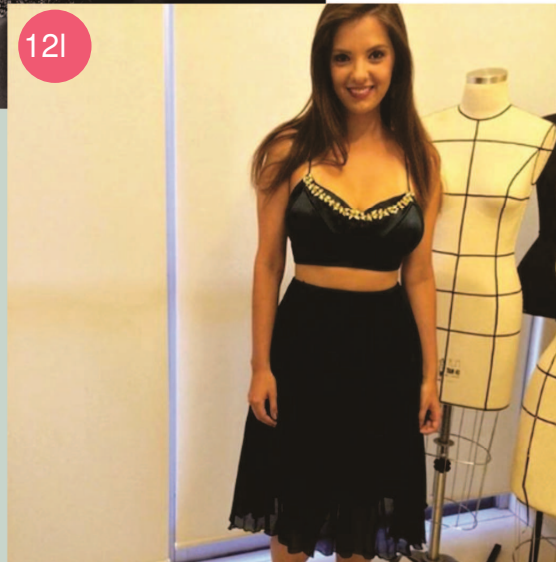




12k

**carinabrendleratelier** • Seguir  
Carina Brendler Eco Clothing

carinabrendleratelier @marialuizelli maravilhosa com nosso conjunto bordado vermelho 🍷❤️🌱 #upcycle #comprequemfaz #ecoera #modacomproposito #modasustentavel #modamudamundo #ecosex #ecochic #ecostyle #vestidodeformatura #alugueldevestidos #portoalegre #riograndedosul baheagora 🍷🍷🍷



12l


**carinabrendleratelier** • Seguir  
Montenegro

carinabrendleratelier Que tal transformar aquele vestido 👗 de quando tu tinhas 15 anos? A linda @leticiamig embarcou nessa conosco! Nos trouxe seus vestidos para reformar. Este, por exemplo, era inteiro mas tinha um recorte logo abaixo do busto que não valorizava a silhueta dela. Então optamos por fazer duas peças saia e cropped. Com o tecido do forro da saia conseguimos aumentar o tamanho do busto, também trocamos o bojo e colocamos umas pedrarias pra dar um charme a mais 🌱❤️🌈

#comprequemfaz #upcycle #ecoera #portoalegre #modacomproposito #modasustentavel #modamudamundo #porummundomelhor #ecoage #ecosex #ecochic #ecostyle #vestidodeformatura

leticiamig Muito amor pelas peças e pela atitude de sustentabilidade ❤️

Curtido por carinabrendler e



**carinabrendleratelier** • Seguir

carinabrendleratelier Esse era o vestido de noiva da minha avó ❤️ e como todas as peças que caem na minha mão, não consegui deixar ele passar ileso 🙏 separamos a parte de cima da de baixo pra ficar saia e cropped! E nitem que ele é de 1966 e a vó já usava renda com transparência! e o detalhe do cinto era rosa! 🌸 E não tenho certeza se algum dia ele foi Branco Branco mesmo 😊

#fash\_rev\_brasil #fash\_rev #ecosex #modamudamundo #modasustentavel #modacomproposito #noiva #upcycle #vestidodenoiva #portoalegre #riograndedosul #mesdasnoivas

Curtido por lessandraif e outras 137 pessoas

18 DE MAIO DE 2018

12m

## APÊNDICE B – QUESTIONAMENTO E CONSCIENTIZAÇÃO



## QUESTIONAMENTO E CONSCIENTIZAÇÃO



13c



tortugas.shoes • Seguir  
São Leopoldo

tortugas.shoes 📍 Esse moço sorridente aí da foto é o César, mas podem chamá-lo de Baixo, que é como carinhosamente o chamamos por aqui.

É ele quem risca, corta e prepara as peças dos cabedais de cada parzinho de Tortugas.

O César, vulgo Baixo, é o "alto" astral do nosso time, ele está sempre contando piadas e pregando peça em todo mundo. Brincadeiras à parte, é um profissional extremamente caprichoso e metódico, diz ele que gosta de fazer uma coisa de cada vez porque é o tipo de pessoa que se derem duas Tartarugas para cuidar, uma foge 🤪🤪🤪🤪🤪 📍 O César não tem instagram nem facebook, mas deixe sua mensagem que a gente repassa 🙌

#tortugasshoes  
#slowfashion  
#handmade  
#quemfezmeutortugas  
#quemfezmeucalçado  
#whomademyclothes  
#fashionrevolution  
#fashionrevolutionbrasil  
#fashionrevolutionweek  
#whomademyclothes  
#zerowaste #modamudamundo

mfesportes César que capricho viu!! Gente como voce é o Brasil que eu quero para o futuro. Parabéns!!! E a equipe toda também.

tortugas.shoes Obg pelo comentário @dktrainingtravel... logo-logo repassaremos ao César e a toda equipe. Esse tipo de reconhecimento é o que nos alegra e nos motiva para fazer o que



147 curtidas

25 DE ABRIL DE 2018

13d





13e

**fashionistasrs** • Seguir  
Campus Unisinos Porto Alegre

fashionistasrs Semana passada, tivemos, #FashionRevolutionWeek em Porto Alegre. Participei como Voluntária, desse Movimento que a cada ano, cresce e trás mais notoriedade. Quinta-feira, tivemos Bate papo, bem bacana na Universidade Unisinos. Na saída, distribuimos esse flyer, bacaníssimo, recheado de informações importantes. 🍷

x  
x  
x  
x

#FashRevPoa #QuemFezSuasRoupas #FashionRevolutionWeek #PortoAlegre #Moda #Unisinos #Sustentabilidade #Reivente #Recric #ModaComPropósito #Autorial #FashionRevolutionBrasil #ModaMudaMundo #PoanaRua #ModaConsciente #Tbt

♡ 💬 ↗ 📌

**25 curtidas**

3 DE MAIO DE 2018

Entrar para curtir ou comentar. ...

TALHO  
MBÉM VIRA  
A.  
O PEQUENO +  
TERESSE =  
LOUPA.

DEBATE  
DEBATE  
DEBATE  
DEBATE  
DEBATE  
DEBATE  
DEBATE

DE ENTENDER.

13g

use93ml • Seguir  
Porto Alegre, Rio Grande do Sul

use93ml Já perguntou  
#quemfezminhasroupas hoje?  
Começa oficialmente o evento do Fashion Revolution aqui em Porto Alegre e estamos juntos nessa oferecendo uma moda limpa e transparente. #fashrevpoa

•  
•  
•

#use93ML #upcycling #eufizsuasroupas  
#feitocomamor #modamudamundo  
#modasustentavel #modalimpa  
#fashionrevolution

isabelafciamponi ♥  
franciellemachados Maravilhosa!! 🍌🍌  
robertaroth 😊  
xphelipex ♥  
caftimone 🙄🙄🙄🙄

♥ 💬 ↗

137 curtidas

24 DE ABRIL DE 2018

Entrar para curtir ou comentar. ...

13h

carinabrendleratelier • Seguir

carinabrendleratelier Assim encerramos a semana fashion revolution ♥ com sorriso no rosto, amor no coração e muito trabalho! Afinal nós fizemos (e estamos fazendo 🙌) as suas roupas ♥ 🙌 gratidão por essa equipe e por todos que nos ajudam, gostam, confiam e acreditam no nosso trabalho 🙌🙌🙌🙌

#quemfezminhasroupas #eufizsuasroupas  
#ecoera #ecoage #modamudamundo  
#porummundomelhor #ecochic

In nomes 9 Ahhhh! Que pena. Foi muito

♥ 💬 ↗

105 curtidas

27 DE ABRIL DE 2018

Entrar para curtir ou comentar. ...

13i



kmfreire • Seguir  
Campus Unisinos Porto Alegre

kmfreire Semana de revolução da moda em Porto Alegre. Uma agenda intensa! Temos várias atividades na @unisinos, no campus Porto Alegre. Apresentaremos o ecossistema de moda sustentável e a importância da colaboração. TEMOS OUTDOOR para espalhar a beleza da moda sustentável. 📷 @raulkrebs  
#modamudamundo #modaunisinos #ppgdesignunisinos #fashrevpoa #quemfezminhasroupas #fashionrevolution #whomademyclothes

feh\_simon 🍋🍋🍋🍋🍋🍋

feh\_simon #quemfezminhasroupas #fashionrevolution

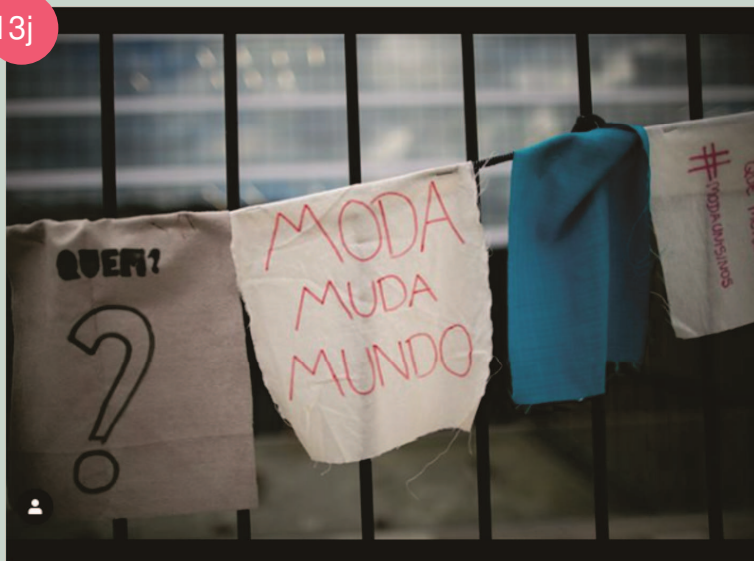
cacawcamargo Together for a better world!  
@fash\_rev @fash\_rev\_brasil @sarahditty @orsoladecastro @feh\_simon @eloartuso ... #FashRevPOA #designactivism



89 curtidas

22 DE ABRIL DE 2018

13j



fash\_rev\_brasil • Seguindo

fash\_rev\_brasil Isto já é fato: a moda muda o mundo. Agora, precisamos atentar para como a moda muda o mundo e por quê. Repensar nosso impacto e transformá-lo numa potência para o bem, esta é a mudança que lutamos. Vem com a gente?

#fashionrevolution #quemfezminhasroupas #modamudamundo  
Foto: @georgecereca

Carregar mais comentários



Curtido por cacawcamargo e outras 2.537 pessoas

16 DE JULHO DE 2018

Adicione um comentário...

[Nota: Voltar para a Trama Questionamento e Conscientização](#)

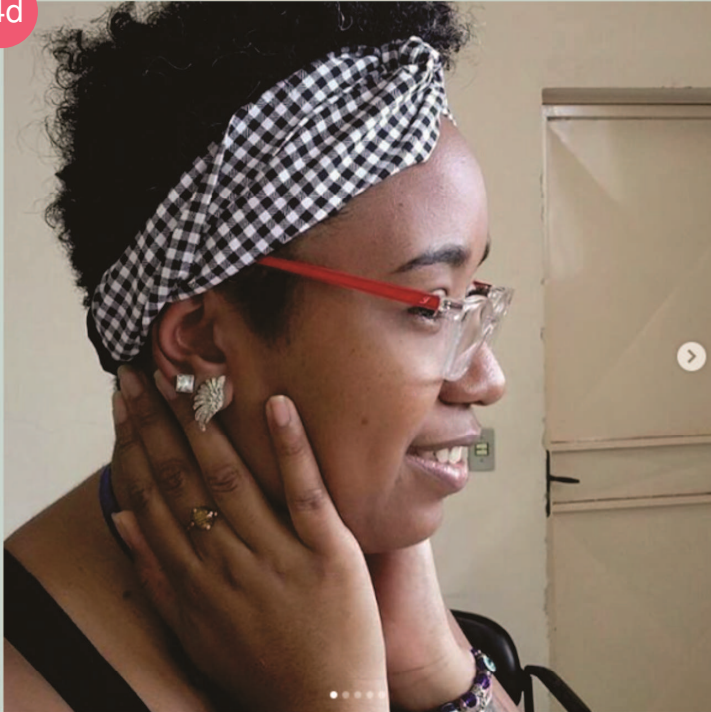
## APÊNDICE C – REAPROVEITAMENTO E COALIZÃO DE DESIGN



## REAPROVEITAMENTO E COALIZÃO DE DESIGN



14d



gerabomja17 • Seguir  
Posto De Saúde Bom Jesus

gerabomja17 Conhecem nossa coleção de turbantes ? São feitos para adultos e para crianças . Podemos fazer combinando em dois tamanhos. Ótimos para compor o visual no verão ! Feitos com tecidos do @bancodetecido #modamudamundo #gerabomja #economiasolidaria #economicircular #saudemental #atencaoprimariaemsaude #oficinadegeracaoderenda #portoalegre #eucomprodequemfaz #

andrewssilvaoficial massa seus post, parabéns 🙌 😊 ahh postei video novo no meu canal...depois c quiser ver hehehe link ta no perfil..pq aqui o link nao funciona rssss



13 curtidas

23 DE NOVEMBRO DE 2018

Adicione um comentário...



14e



arnoduarte • Seguir

arnoduarte Criatividade da Copearte. Resíduo têxtil vira moda! #institutoojasrenner #modamudamundo #empoderamentodemulheres #copearte #empreendedorasdamoda



Curtido por kmfreire e outras 37 pessoas

24 DE OUTUBRO DE 2018

Adicione um comentário...



14f



**bancodetecido** • Seguir  
Porto Alegre, Rio Grande do Sul

**bancodetecido** Novidade fresquinha no Banco de Tecido: A partir de agora estaremos atendendo em novo horário : de segunda à sexta das 10h30 às 17h30 sem fechar ao meio dia ! #bancodetecido #economicircular #modaconsciente #modamudamundo #trocacomvalor #planetaagradece #tecidodereuso #zerowaste

nycollxs Maravilhosos!! louco pra ir de novo

thasilvestre Boa tarde! Vocês trabalham com tecidos de fibras naturais sem pigmentação?

laisgubert OBA!!!

alegiordanibr Obaaa adorei o novo Horário 🍌🍌

licardr @fvdeliz



Curtido por mennathais e outras 443 pessoas

14g



*donna*



**carinabrendleratelier** • Seguir  
Jornal Zero Hora

### Upcycling: estilista gaúcha transforma retalhos em vestidos de festa



**carinabrendleratelier** Estamos no Donna!!! 🍌🍌🍌 É sempre uma emoção quando vocês clientes e amigos de face e insta compartilham pro mundo nosso trabalho! E quando uma revista tão importante no nosso estado (RS) nos dá esse espaço, essa visibilidade é muito lindo!!! Obrigada pelo carinho @pamzottis e @revistadonna! Gratidão por acreditarem conosco! ❤️🌱 [http://revistadonna.clicrbs.com.br/moda/estilista-gaucha-transforma-retalhos-em-vestidos-de-festa-pam-zottis/?#=#\\_#\\_#ecoera #ecoage #ecofashion #eco chic #zerowaste #zerohora #revistadonna #modamudamundo #modasustentavel #upcycle #alugueldevestidos #modagaucha #modacomproposito](http://revistadonna.clicrbs.com.br/moda/estilista-gaucha-transforma-retalhos-em-vestidos-de-festa-pam-zottis/?#=#_#_#ecoera #ecoage #ecofashion #eco chic #zerowaste #zerohora #revistadonna #modamudamundo #modasustentavel #upcycle #alugueldevestidos #modagaucha #modacomproposito)

elisandralfernandes 🍌🍌🍌 Merece pq e tudo mundo lindooooo

bvnaulo1 Parabéns querida. muito



594 curtidas

20 DE AGOSTO DE 2018

14h



real\_envido • Seguir  
Unibes Cultural

real\_envido Estreia Coleção Voa na @befw\_brasil\_eco\_fashion\_week. Muito amor envolvido no reuso de paraquedas. ❤️

Foto: @agfotosite  
#befw #desfile #envido #paraquedas #voa #modasustentavel #modaconsiente #modamudamundo

morenamorenalala Coleção maravilhosa Parahéns



Curtido por cacawcamargo e outras 77 pessoas

17 DE NOVEMBRO DE 2018

Adicione um comentário...



14i



redecolibrii • Seguir

redecolibrii "Com que roupa eu vou pro samba que 2019 me convidou?". Independentemente da energia e influência de cada cor - e da sua crença quanto a isso -, seja consciente também na hora de escolher o look da virada. Não precisa comprar roupas novas, não! Vá com o que já tem! A responsabilidade de ter um ano gostosinho ou não é tão sua quanto da roupa que você vai usar! Vamos permitir que este planeta lindo tenha fôlego pra sambar com a gente também! ❤️

redecolibrii #modaconsiente #modamudamundo #sustentabilidade #anonovo #2019 #lowsumerism #useoquevocetem #sejafeliz



52 curtidas

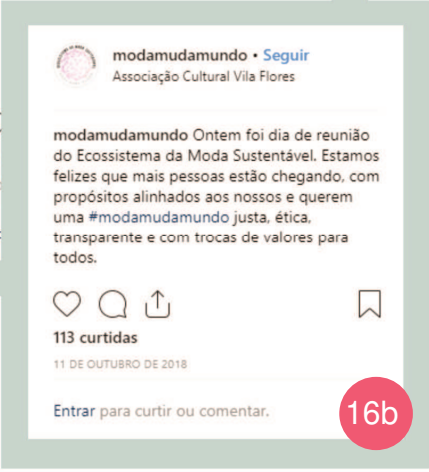
28 DE DEZEMBRO DE 2018

[Nota: Voltar para a Trama Reaproveitamento e Coalizão de Design](#)

### APÊNDICE D – COLABORAÇÃO E INOVAÇÃO SOCIOCULTURAL



### COLABORAÇÃO E INOVAÇÃO SOCIOCULTURAL





16d



redecolibrii • Seguindo

redecolibrii Sobre a reunião que aconteceu esta semana no Ecosistema da Moda Sustentável...

Junção cheia de boas ideias, mediada pela @mennathais, reunindo pessoas interessadas em solucionar/discutir sobre uma questão urgente da indústria têxtil: a geração de resíduos. @modamudamundo, potencializando o comportamento inventivo para contribuir com reestruturação da moda. 🙌

redecolibrii #modasustentavel #ofuturodamoda #zerowaste #modamudamundo #industriatextil #desperdiciozero #slowfashion

bamboobrushcom Nice shot! Give away for you FREE Bamboo Toothbrush! 24H only @bamboobrushcom



Curtido por mennathais e outras 58 pessoas

HÁ 23 HORAS

Adicione um comentário...

16e



danineumann • Seguir  
Vila Flores

danineumann Confere aí, as fotos lindas da segunda edição do Café Reparo de Roupas. A terceira edição será no dia 02 de fevereiro. Vem consertar e tomar um café com a gente!

#modamudamundo #modasustentavel #caféreparo #repaircafe #fixermovement #reparoderoupas #consertarésustentavel #consertesuasroupas

franciacarlotto 🥰❤️👍

danineumann @franciacarlotto ❤️

july\_soares\_ 🥰👍 Parabéns pela iniciativa. Qual horário que vai acontecer o café reparo do dia 02/02?



59 curtidas

HÁ 1 DIA

Entrar para curtir ou comentar.

 modamudamundo



 **rosica\_handmade** • Seguir  
Vila Flores

**rosica\_handmade** #Repost  
@modamudamundo with @get\_repost  
...

Hoje a nossa bolsista do PPG em Design @jan.ledur atendeu Rosele Bittencourt da marca @rosica\_handmade, e sua querida mãe. Ambas garimparam lindos tecidos aqui no @bancodetecido. Confeccionarão caminhas para o pet Olívia. #modamudamundo #economicriativa #economicircular #vilaflores #fashrevpoa

   **16f**

42 curtidas

 modamudamundo



 **mastri.me** • Seguir  
Associação Cultural Vila Flores

**mastri.me** A Mastri esteve presente na última reunião do Ecosistema da Moda Sustentável! Super feliz em estar junto com esse time, porque juntos somos mais fortes e podemos fazer a diferença! 🍷 Repost @modamudamundo  
...

Foi linda nossa reunião mensal. ❤️ Novas pessoas apareceram, compartilhando sonhos e habilidades para que o Ecosistema se fortaleça. Agradecemos pelo engajamento por uma moda mais justa, ética, transparente e sustentável. #modamudamundo #vilaflores

37 curtidas

15 DE NOVEMBRO DE 2018

**16g**

Entrar para curtir ou comentar. ...

16h



**MODA SÃO MODOS.**  
Modos de ser, de agir, de viver, de vestir e de sentir coletivos. Moda é cultura. Moda é intrinsecamente coletiva. E nesse modo coletivo de ser é colaborativo. A **TRANSPARÊNCIA** e o **RESPEITO** ao ser humano e à natureza, valorizando toda a sua **DIVERSIDADE**, são nossas bases. >>> **CONFIANÇA** é o que nos conecta.<<< **TRANSFORMAR** SOCIAIS, ECONÔMICAS E AMBIENTAIS. **REALIZAR** AS DESEJADAS. Acredite, múltiplas relações < todos os recursos. Não baseados em recursos. **RESPEITO** DE CRIANÇAS. **CONSUMO** CONSCIENTE.

danineumandn • Seguir  
Vila Flores

danineumandn Fotinhas especiais da primeira edição do Café Reparo de roupas, que aconteceu dia 06/10. Consertar é sustentável ❤️

#modamudamundo #modasustentável  
#caféreparo #repaircafe #fixermovement  
#reparoderoupas #consertarésustentável  
#consertesuasroupas

gavocarlotto Ces são todx lindx 💙💜

danineumandn @gavocarlotto Manaaa 😊❤️

\_calebe\_h Oi ali a Nilce!!! Bacana isso 😊

danineumandn @\_calebe\_h sim! A dona Nilce super me ajudando, sem ela o grupo não acontece praticamente hahaha

senanewyork ❤️

65 curtidas

11 DE NOVEMBRO DE 2018

Entrar para curtir ou comentar.



danineumandn • Seguir  
Vila Flores

danineumandn Um botão que caiu, um zíper que estragou, uma manga que rasgou, uma bainha por fazer ou uma compra arrependida? É somente isso, uma roupa descartada? Separa as peças de roupa que você deseja consertar e visite o Café Reparo. Vamos consertar juntos!

Data: 17/11  
Horário: das 14:00 às 18:00.  
Local: Vila Flores - São Carlos, 753 - Poa

#modamudamundo #modasustentável  
#caféreparo #repaircafe #fixermovement  
#reparoderoupas #consertarésustentável  
#consertesuasroupas

lovely.mazzotti.style We are in love with your fresh style ! Please contact us. we have a proposition for you that you will love ❤️

70 curtidas

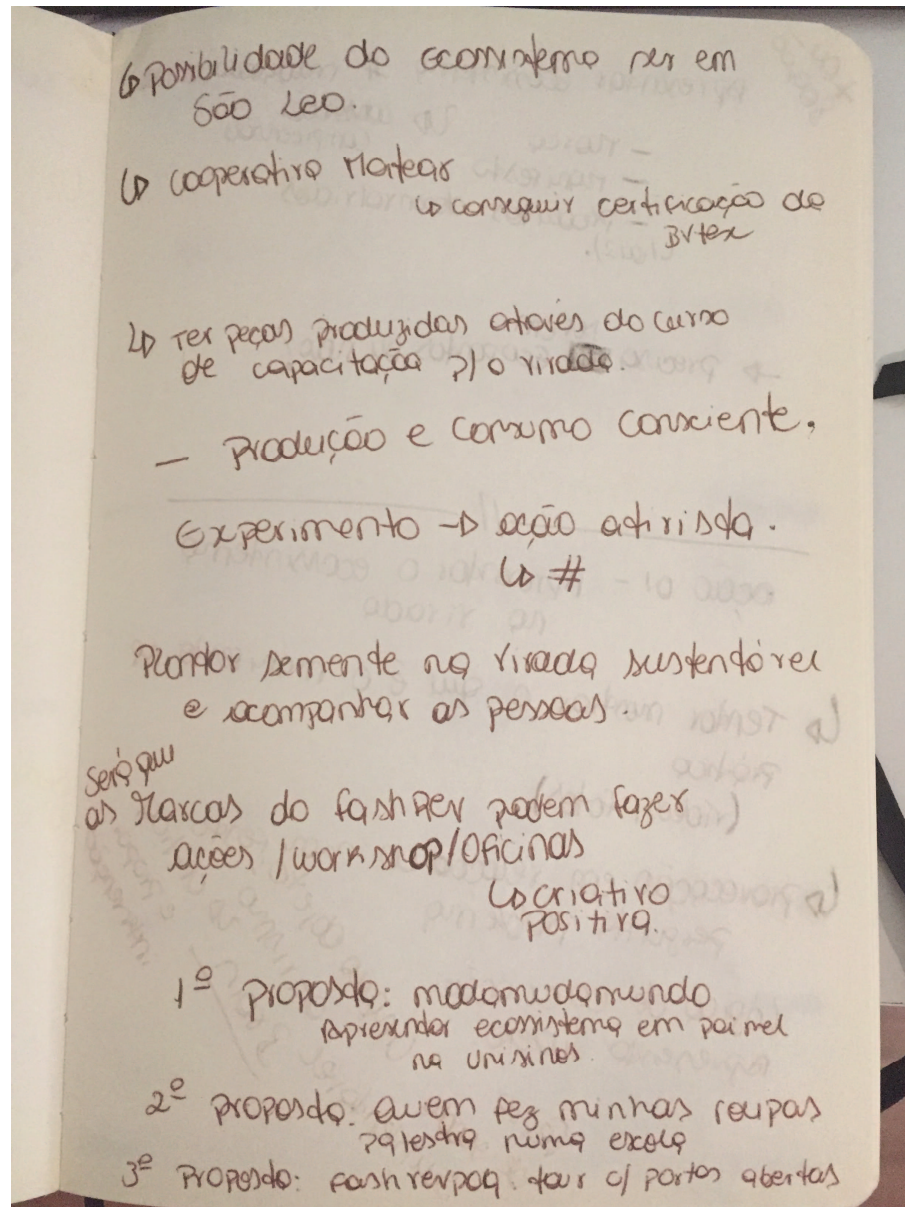
15 DE NOVEMBRO DE 2018

Entrar para curtir ou comentar.

16i

## APÊNDICE E – VIRADA SUSTENTÁVEL 2018

### Projeção de ativações



X ou 20000

Aprender ecossistemas # mediomundo

- risco
- requisito
- produtos desenvolvidos (ou 2).

↳ ~~conclusão~~ compreensão

→ precisa  ou não? <sup>res em</sup> Ecopontos ou não?

\_\_\_\_\_ // \_\_\_\_\_

ação 01 - Aprender o ecossistema na virada.

↳ Tentar mostrar o que é o manifesto na prática (vídeos, fotos)

↳ provocação em relação ao manifesto pergunta problema

Lógica de cocriação representando ideia.

Feira de ideias sustentáveis Brasil  
Linguagem objetiva: e propõe interação

## Inscrição do projeto



### Virada Sustentável Porto Alegre 2018

**Proponente: Deise da Luz Santos**

**Protocolo: 22480**

#### Informações da Atração

##### A Organização

**Nome do Grupo ou Artista**  
[VERSÃO FINAL] Ecosistema da Moda Sustentável do Rio Grande do Sul

**Breve descrição sobre o Grupo ou Artista**  
O atual cenário de transformações e avanços tecnológicos impõe novas práticas de aprendizagem, sociabilidades e modelos de negócios que atendam às demandas para o desenvolvimento sustentável, ou seja, projetos colaborativos, compartilhados, ecologicamente corretos. No setor da Moda, identifica-se o surgimento de um movimento que estimula modos mais sustentáveis e conscientes de se produzir: slow fashion, que anda direção oposta aos modos de produção em massa e da busca pela reprodução de modelos de negócio globalizados. Um dos pilares do movimento é a valorização da mão-de-obra, predominantemente feminina, que vive em condições de grande vulnerabilidade social ou até mesmo em condições análogas à escravidão. Retomar a consciência no consumo de moda de todos os processos e impactos envolvidos nessa cadeia de produção de valor é o maior benefício desse movimento para a sociedade. O projeto busca compreender modos de promover descontinuidades locais capazes de gerar mais sustentabilidade.

**Website**  
<http://unisinos.br/seedinglab/index.php/2018/01/11/manifesto/>

**Facebook**  
<https://www.facebook.com/seedingLab>

##### A Atração

**Nome da Atração**  
#modamudamundo

**Responsável pela Atração**  
Deise da Luz

**Classificação Indicativa**  
livre

**Duração Estimada**  
02:00

**Este projeto será acessível a portadores de necessidades especiais?**  
Não

**Categorias**  
Debate

**Temas que seu projeto pertence**  
Consumo e produção responsáveis

**Já participou de alguma Virada?**  
Não

YouTube  
<https://vimeo.com/235798776>

Link de Interesse  
<http://unisinos.br/seedinglab/index.php/iniciativas/>

Link de Interesse

Link de Interesse



**Virada**

**Sustentável Porto**

## Alegre 2018

**Proponente: Deise da Luz Santos**

**Protocolo: 22480**

**Detalhamento e Viabilidade**

### Detalhes da Atração

Descreva detalhadamente a atração  
 A ideia é promover um debate relacionado ao manifesto desenvolvido pelo Ecossistema de Moda Sustentável do RS. Nesse manifesto, que pode ser visualizado através deste link: <http://unisinos.br/seedinglab/index.php/2018/01/11/manifesto/> levantamos questões como colaboração e união para promover a transformação no sistema da moda. As atividades podem ser organizadas nas seguintes etapas: [ANTES] >> Divulgação da #modamudamundo que será um ponto de encontro virtual e engajamento antes, durante e depois da ação realizada na Virada Sustentável. O objetivo é lançar esse canal como meio de comunicação entre as pessoas que serão impactadas e que se preocupam com o sistema da moda. [DURANTE] >> Ação 1 - Apresentação do Ecossistema de Moda e do Manifesto, bem como alguns produtos já desenvolvidos pelo ecossistema, através de marcas participantes e dentro lógica da colaboração. A ideia é tangibilizar para as pessoas como o pensar e agir colaborativo pode gerar frutos. >> Ação 2 - Promoção de um debate, em tom de pergunta problema, incentivando o público a participar, em conjunto, da geração de ideias para os problemas causados pela indústria da

### Viabilidade da Atração

Atração deve ser realizada em:  
 Indiferente

Em relação à viabilidade, como sua atividade se enquadra?  
 Financiada

Valor da Atração  
 R\$ 500,00

Descreva detalhadamente o orçamento da atração

Espaço: É legal que o debate ocorra em local público, que tenha trânsito de pessoas que podem se interessar pelo tema. A ideia é justamente angariar novos pensadores e seguidores do movimento slow fashion, abrindo o debate para as pessoas de "fora da bolha" da moda. Cadeiras, almofadas, pufs ou bancos são bem vindos. Além disso, precisamos de um projetor para a apresentação do ecossistema. Materiais: A verba será destinada para a impressão de materiais como flyers e adesivos relacionados ao tema, constando a #modamudamundo para incentivar as pessoas em participar mesmo depois que forem embora do evento.

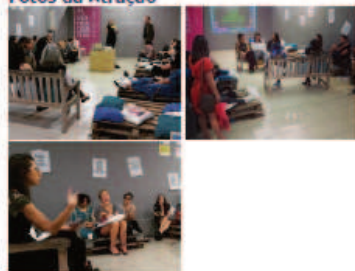
Já participou de alguma Virada?  
 Não

moda. Será uma espécie de Workshop colaborativo. [DEPOIS] >>  
Acompanhamento de alguns participantes da ação promovida, ao longo de 6 meses, para entender como a explanação sobre o ecossistema de moda e sua possibilidades de transformação, ajudou na mudança de hábitos diários relacionados à produção (para quem for profissional da indústria da moda) e ao consumo (para o público em geral). A ideia é selecionar 5 participantes que tenham interesse em contribuir com a pesquisa posterior ao evento. Essa pesquisa faz parte do grupo de pesquisa Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social, da instituição de ensino UNISINOS, filiado à rede DESIS.

#### Release da atração

#modamudamundo A indústria de moda é uma das indústrias que mais polui o meio ambiente e também umas das indústrias com maiores índices de condições precárias de trabalho. Criamos um manifesto e queremos compartilhar com a sociedade, para que, juntos, desenhemos futuros possíveis relacionados à esse sistema. Qual o seu papel na mudança relacionada ao sistema da moda? Como podemos, juntos, transformar a forma de produção e consumo de moda local? Venha participar do debate que irá promover o ecossistema da moda sustentável do RS e faça parte da mudança do mundo da moda.

#### Fotos da Atração





## Materiais de divulgação



Virada Sustentável  
Porto Alegre 2018  
#viresuacidade

**Moda é diversidade.  
#modamudamundo**

**6, 7 e 8  
DE ABRIL**  
programação completa:  
[www.viradasustentavel.org.br](http://www.viradasustentavel.org.br)

Virada Sustentável  
Porto Alegre 2018  
#viresuacidade

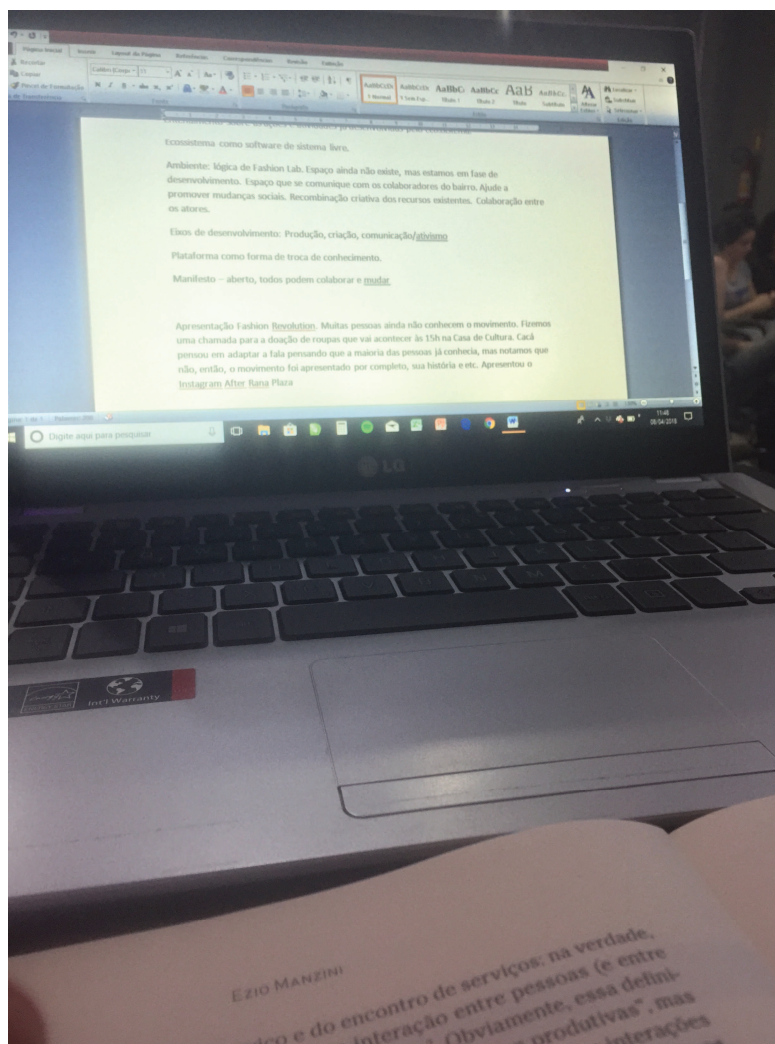
**6, 7 e 8  
DE ABRIL**  
programação completa:  
[www.viradasustentavel.org.br](http://www.viradasustentavel.org.br)

**Moda é coletividade,  
transparência e respeito.  
#modamudamundo**

Registros fotográficos



## Diário de Campo em arquivo digital



- Cerne do encontro: algo que todos reconhecem como valor  
Nosso público no dia do primeiro debate foi bem jovem. 20 meninas que parecem ter um objetivo em comum.

A Professora Doutora Karine Freire iniciou a fala apresentando e explicando o ecossistema da moda, adaptando sua fala e conteúdo para conversar com o público que estava presente.

A partir de uma apresentação visual sobre o ecossistema, conduziu os ouvintes ao entendimento sobre as ações e atividades já desenvolvidas pelo ecossistema.

Ecossistema como software de sistema livre.

Ambiente: lógica de Fashion Lab. Espaço ainda não existe, mas estamos em fase de desenvolvimento. Espaço que se comunique com os colaboradores do bairro. Ajude a promover mudanças sociais. Recombinação criativa dos recursos existentes. Colaboração entre os atores.

Eixos de desenvolvimento: Produção, criação, comunicação/ativismo

Plataforma como forma de troca de conhecimento.

Manifesto – aberto, todos podem colaborar e mudar

Apresentação Fashion Revolution. Muitas pessoas ainda não conhecem o movimento. Fizemos uma chamada para a doação de roupas que vai acontecer às 15h na Casa de Cultura. Cacá pensou em adaptar a fala pensando que a maioria das pessoas já conhecia, mas notamos que não, então, o movimento foi apresentado por completo, sua história e etc. Apresentou o Instagram After Rana Plaza.

Os participantes utilizaram as plaquinhas para compartilhar #.

Claudia Palma fez analogia com o calor que estávamos sentindo na Casa de Cultura com os operários das fábricas.

Cacá apresentou a semana em Poa.

Karine voltou. Fez uma provocação para as pessoas se perguntarem quem fez suas roupas. De que modo podemos contribuir para a melhoria da economia do estado? Apresentou suas roupas, todas feitas localmente.

Demanda, consumo local, condições de trabalho. Costura é uma habilidade muito desenvolvida em mulheres.

Karine chamou a Janine para estimular o debate.

Janine explicou sua experiência com projetos relacionado ao descarte de resíduos em colaboração com as alunas do Senac.

Explicou que por causa do mestrado ressignificou os projetos relacionados à sustentabilidade, que agora pensam no projeto desde o início.

Fala vem de sonho, de reinvenção da vida, repensar o modelo de vida. = Alunas falam sobre isso. Modelagem como engenharia.

Debate:

- Elogiou a palestra, disse que tem vontade de abraçar a causa. Disse que é um momento muito especial ouvir as três falarem. Isso é um modo de vida que tá entranhado em ti, e aí tu quer fazer a diferença.

Claudia Palma: falou sobre a nossa angustia em querer mudar o mundo. Contou sobre a sua angustia em não querer mais trabalhar para o sistema. Entendeu que em alguma dimensão desse trabalho, ela poderia mudar essas empresas. Percebeu que através do seu trabalho poderia questionar seus clientes sobre como a mulher poderia ser representada. Trabalho com joalheria.

Microrecoluções locais que fazem a diferença.

Que ações eu posso fazer hoje para contribuir para a mudança do mundo.

92 ml (marca) – trabalha como upcycling. Não queria só fazer roupa. A parte mais difícil é as pessoas entenderem que o produto não vai ser igual ao das maiores marcas de roupa. Falou em passar o conhecimento através das redes sociais.

Karine – Redes dão acesso à comunicação.

Vínculos fortes e fracos:

Relatos de uma aluna de moda que estava da plateia: as vezes nos achamos meio et, por que pensamos que o ecossistema estava somente na nossa cabeça. Compartilhamos um pensamento que parece utópico, mas na verdade não é. Adorei o mantra modamudamundo. Atuo através de brechó. Consumidor autor. Daí entra a questão da educação. Quero fazer o tcc sobre isso. Quais são as motivações das pessoas para quererem mudar o mundo? A partir de suas motivações. Toda essa revolução precisa sair do imaginário.

Modos: reciclando, reaproveitando

Começo pela reciclagem de lixo. - #agirforadabolha

## APÊNDICE F – SEMANA FASHION REVOLUTION 2018

### Contribuição da autora com materiais de divulgação

**SEMANA FASHION REVOLUTION**

**26 DE ABRIL - #MODA E COLABORAÇÃO**

Talk sobre colaboração com diferentes representantes do Sistema da Moda

Unisinos Porto Alegre (8º andar)  
Av. Dr. Nilo Peçanha, 1600  
Horário: 17h às 19h  
Mediação: Cacá Camargo e Jajá Menegotto

www.fashionrevolution.org

modaunisos • Seguir

modaunisos No dia 26 de Abril, das 17 às 19h, acontecerá um TALK sobre Moda & Colaboração, no 8º andar do Campus da Unisinos, em Porto Alegre. Esse TALK faz parte do circuito #FASHREVPOA e contará com a presença de convidados especiais que dividirão conosco as suas iniciativas para a mudança no sistema da moda. Acesse o link abaixo e faça a sua inscrição. O evento é gratuito e aberto ao público, mas fiquem ligados pois temos vagas limitadas. :) Dentre os convidados, estarão o Rubens Magalhães da Di Selen e Vinícios Malfatti do Instituto Renner.

Inscrições:  
[https://www.sympla.com.br/circuito-fashrevpoa-moda--colaboracao-na-unisinos\\_270969](https://www.sympla.com.br/circuito-fashrevpoa-moda--colaboracao-na-unisinos_270969)

31 curtidas

21 DE ABRIL DE 2018

Entrar para curtir ou comentar.

**SEMANA FASHION REVOLUTION**

**SEMANA FASHION REVOLUTION**

**SEMANA FASHION REVOLUTION**

**SEMANA FASHION REVOLUTION**

**CACÁ W. CAMARGO**  
Mediadora

#Moda & Colaboração  
Unisinos Porto Alegre  
26 de abril - 17 às 19h

modaunisos • Seguir

modaunisos Cacá Camargo, coordenadora educacional do Fashion Revolution em POA, ativista e inspiradora da moda sustentável, será uma das mediadoras do nosso TALK: Moda & Colaboração - O Poder do Coletivo, que acontece no dia 26 de Abril a partir das 17h, no Campus da Unisinos em Porto Alegre. Cacá é graduada em Moda, pós-graduada em Desenvolvimento de Produto, mestre em Design. Atualmente cursa Doutorado em Design na UFRGS. Sua pesquisa é focada em ativismo de design e inovação cultural e social no contexto da moda. É docente na UNISINOS e uma das idealizadoras do projeto social Desperta - Moda para Mudança. Também é co-fundadora do DesFAZ - Repensando Moda e co-organizadora do Fashion Revolution.

61 curtidas


25 DE ABRIL DE 2018

Entrar para curtir ou comentar.



**JAJÁ MENEGOTTO**  
Mediadora

#Moda & Colaboração  
Unisinos Porto Alegre  
26 de abril - 17 às 19h

 modaunisinos • Seguir

modaunisinos Junto com a Cacá, teremos também a super Jajá Menegotto como mediadora do TALK: O Poder do Coletivo, às 17h no dia 26 de Abril, no Campus da Unisinos em Porto Alegre. O TALK é parte do circuito #FashRevPoa 2018. Jajá Menegotto é formada em Comunicação Social e sempre teve um relacionamento sério com a moda.

Depois de trilhar uma carreira tradicional como redatora e tirar um ano sabático em Portugal, está experimentando desapegar de rótulos que limitem a sua atuação.

Hoje estuda e produz conteúdo sobre temas como educação, yoga, feminismo, moda sustentável e consumo consciente; faz curadoria de projetos e eventos; coordena cursos e atua em projetos sociais



20 curtidas


25 DE ABRIL DE 2018

Entrar para curtir ou comentar.



**CAMILLA MATOS**  
[Shieldmaiden e Coletivo 828]

#Moda & Colaboração  
Unisinos Porto Alegre  
26 de abril - 17 às 19h

 modaunisinos • Seguir

modaunisinos Como diz o manifesto desenvolvido pelo Ecossistema Criativo da Moda Sustentável: moda são modos. Modos de ser, de agir, de viver, de vestir e de sentir coletivos. Para tanto, representando a coletividade na moda, receberemos no dia 26 de Abril, às 17h para o TALK da Unisinos, a Camilla Matos, que é Designer de Moda com especialização em Ciências do Consumo. Criadora da marca Shieldmaiden e co-fundadora do Coletivo 828.

O evento, que faz parte do circuito da Semana do Fashion Revolution em POA, é gratuito e aberto ao público, mas fiquem ligados pois temos vagas limitadas. ;). #modaunisinos #modamudamundo #fashrevpoa #quemfezminhasroupas #fashionrevolution



27 curtidas

25 DE ABRIL DE 2018

Entrar para curtir ou comentar.





**SEMANA FASHION REVOLUTION**

**RAISSA ASSMANN KIST**  
[Engenharia de Materiais - UFRGS]

#Moda & Colaboração  
Unisinos Porto Alegre  
26 de abril - 17 às 19h



modaunisinos Raissa Assmann Kist também é nossa convidada para o TALK: O Poder do Coletivo, que acontece dentro do circuito #FASHREVPOA, no dia 26 de Abril, na UNISINOS. Raissa é estudante de Engenharia de Materiais na UFRGS, desde 2016 aprendiz de empreendedora em negócios de impacto. O evento é gratuito e aberto ao público, mas fique ligado pois temos vagas limitadas. :)  
Inscrições:  
[https://www.sympla.com.br/circuito-fashrevpoa-moda--colaboracao-na-unisinos\\_270969](https://www.sympla.com.br/circuito-fashrevpoa-moda--colaboracao-na-unisinos_270969) #modaunisinos #modamudamundo #fashrevpoa #quemfezminhasroupas #fashionrevolution  
\_ricardobaldez @variavely



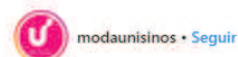
Entrar para curtir ou comentar.



**SEMANA FASHION REVOLUTION**

**EDUARDO DANILO SCHMITZ**  
[SESC Comunidade]

#Moda & Colaboração  
Unisinos Porto Alegre  
26 de abril - 17 às 19h



modaunisinos Garanta a sua presença e inscreva-se para o TALK: O Poder do Coletivo, que acontecerá no dia 26 de Abril, das 17 às 19h, no Campus da Unisinos em Porto Alegre, como parte do circuito #FASHREVPOA. Um dos nossos convidados especiais é o Eduardo Danilo Schmitz. Eduardo é gerente do Sesc Comunidade em Porto Alegre, mestre em Envelhecimento Humano (UPF) e doutorando em Educação (UFRGS). #modaunisinos #modamudamundo #fashrevpoa #quemfezminhasroupas #fashionrevolution



Entrar para curtir ou comentar.

Registros fotográficos



**APÊNDICE G – #MODAMUDAMUNDO****Cronograma cartográfico**

Data	Descrição
Julho/2018	Coleta de dados: identificação de assuntos e usuários em destaque
Agosto/2018	Coleta de dados: identificação de conexões entre ativações, assuntos e usuários
	Coleta de dados: identificação da difusão das publicações para além do uso da #modamudamundo
	Análise de dados: categorização de assuntos
Novembro/2018	Análise de dados: categorização de assuntos
Janeiro/2019	Análise de dados: desenho das tramas de conexão