

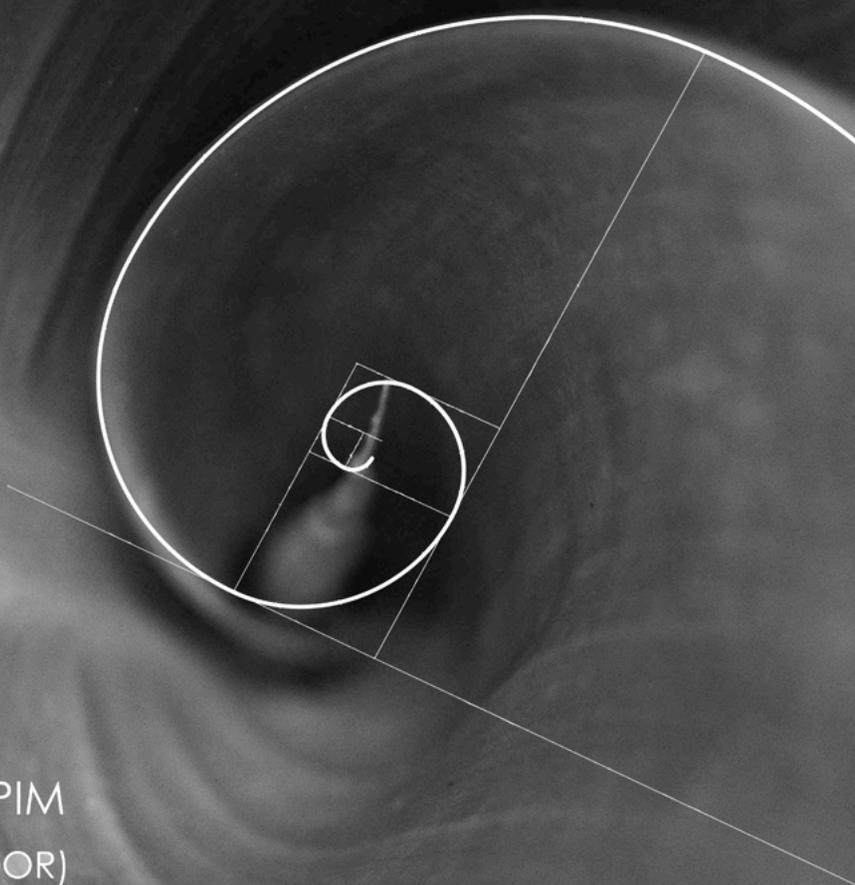
Design:

Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável

RÉGIS PUPPIM
(ORGANIZADOR)

Design:

Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável



RÉGIS PUPPIM
(ORGANIZADOR)

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremonesi

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Design: contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável

Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Gabriel Motomu Teshima
Revisão: Os autores
Organizador: Régis Puppim

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D457 Design: contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável / Organizador Régis Puppim. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-592-8

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.928211410>

1. Desenho de moda. 2. Sustentabilidade. 3. Design. I. Puppim, Régis (Organizador). II. Título.

CDD 741.672

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

O livro “Design: Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável” é uma obra coletiva, feita à muitas mãos e de diversas perspectivas, que propõe reflexões críticas e provocativas sobre os caminhos emergentes da pesquisa e desenvolvimento para a Sustentabilidade, como contributo significativo para o Design.

Em consonância com as mais atuais considerações sobre a temática da Sustentabilidade, globalmente e (quase que) irrestritamente às áreas da Ciência, tal questão (Sustentabilidade) é vista como fundamental para o futuro próspero do planeta e da humanidade. Neste sentido, a Organização das Nações Unidas (ONU) publicou e está promovendo, transversalmente, a Agenda 2030, chamada de “Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável (ODS)”, em que uma série de metas, métricas e perspectivas de resultados são propostos, de modo a propor uma nova visão para a Indústria, Governos, Corporações, Entidades e Pessoas, em que a Sustentabilidade Global é, indiscutivelmente e inadiavelmente, a pauta da vez.

Para a área do Design, ainda não é possível se estabelecer uma “adjetivação” de produto com “Design Sustentável”, uma vez que, o significado originário do termo “Sustentável/Sustentabilidade” frequentemente divergente, profundamente, dos atuais métodos produtivos e de manufatura na área do Design, sobretudo com pontos cruciais como a “Obsolescência Programada” e o atual cenário de estímulo constante ao Consumo (por vezes, sem racionalidade). Para muitos dos autores e pesquisadores especializados nesta área, o “Design Sustentável” é uma Utopia, que ainda está um tanto distante de ser alcançado.

Porém, como designers (e pesquisadores da área), a inquietude e o planejamento estratégico para superar obstáculos é uma meta constante e diariamente renovável. De modo que, mesmo distantes de um “Design Sustentável”, muitas propostas, projetos e empreitadas se mostram positivas e enobrecedoras num caminho do Design para a Sustentabilidade. Motivo pelo qual, este livro se faz tão importante e pertinente a este debate vigente.

Os capítulos constam de diferentes visões e propósitos para com o Design e a Sustentabilidade, de modo a propiciar uma perspectiva multidisciplinar e contributiva para os próximos passos em favor de um Design, cada vez mais, próximo à Sustentabilidade. Todos os capítulos foram feitos com esforços de pesquisas sérias e revisados, de modo a apresentar o melhor possível dos resultados alcançados.

Boa leitura e que o espírito da mudança, por um “Design mais Sustentável” possa contaminar, também, a você.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

UMA FUGA DA INSUSTENTABILIDADE AMBIENTAL DO CARVÃO EM SANTA CATARINA

Julio Cesar Lopes Borges

Renata Corvino

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114101>

CAPÍTULO 2..... 9

INSCRIÇÃO EM DESENHO INDUSTRIAL NA CU UAEM ZUMPANGO, ANÁLISE DO SEU COMPORTAMENTO 1987-2020 NA PRIMEIRA ADMISSÃO

Raymundo Ocaña Delgado

Argelia Monserrat Rodríguez Leonel

Mario Gerson Urbina Pérez

Omar Eduardo Sánchez Estrada

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114102>

CAPÍTULO 3..... 19

TIPOGRAFIA E DESIGN NA CONSTRUÇÃO DA LINGUAGEM VISUAL DA LETRA

Marcelo José da Mota

Mariangela Fazano Amendola

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114103>

CAPÍTULO 4..... 35

AVALIAÇÃO DA INFLUÊNCIA DO DESIGN NA DESMONTAGEM DE LÂMPADAS LED DO TIPO BÚLBO PARA POSTERIOR RECICLAGEM

Emanuele Caroline Araujo dos Santos

Angéli Viviani Colling

Aline Schaab

Carlos Alberto Mendes Moraes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114104>

CAPÍTULO 5..... 48

SUSTENTABILIDADE NO COLÓQUIO DE MODA: MAPEAMENTO E CATEGORIZAÇÃO DE ARTIGOS (2005-2017)

Régis Puppim

Luisa Arruda Mendes

Ana Cristina Broega

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114105>

CAPÍTULO 6..... 60

A ARTE COMO DISPOSITIVO FORMAL NA INSPIRAÇÃO DE *PRÊT-À-PORTER* CONTEMPORÂNEO

Anerose Perini

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114106>

CAPÍTULO 7..... 74

FIGURINO DE TEATRO PELO DESIGN DE MODA: UM CENÁRIO COLABORATIVO E SUSTENTÁVEL

Mariane Fernandes Costa
Cleuza Bittencourt Ribas Fornasier

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114107>

CAPÍTULO 8..... 78

REDE DE COLETIVIDADE E COLABORAÇÃO E A VALORIZAÇÃO DA MODA AUTORAL: APRESENTAÇÃO DO PROJETO/MOVIMENTO SOMOS MODA AUTORAL GAÚCHA

Paula Cristina Visoná
Luciana Bulcão é Mestre

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114108>

CAPÍTULO 9..... 85

MODA INCLUSIVA: IDENTIFICAÇÃO DE AVIAMENTOS DE VESTUÁRIO

Mariana Luísa Schaeffer Brilhante
Lucas da Rosa
Silene Seibel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114109>

CAPÍTULO 10..... 93

CONTRIBUTO DA MODA PARA A SUSTENTABILIDADE ATRAVÉS DA TÉCNICA DO *UPCYCLING*

Marcela Delgado Ranzani
Carolina Yuri Mifune
Gabriela Elora Lugli

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.92821141010>

CAPÍTULO 11..... 99

PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS E A INDÚSTRIA 4.0 NO SEGMENTO JEANSWEAR: INVESTIGAÇÃO NO CORREDOR DA MODA (CIANORTE-MARINGÁ-LONDRINA)

Maryanna Bevervanso Buzin
Ronaldo Salvador Vasques
Eliane Pinheiro
Fabrício de Souza Fortunato
Priscila Locatelli
Márcia Regina Paiva de Brito

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.92821141011>

CAPÍTULO 12..... 109

EMPRESAS DE MODA COM PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS BRASILEIRAS: UMA LINHA DO TEMPO

Andréa dos Anjos Moreiras
Isabel Cristina Scafuto

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.92821141012>

| | |
|---------------------------------|------------|
| SOBRE O ORGANIZADOR..... | 115 |
| ÍNDICE REMISSIVO..... | 116 |

CAPÍTULO 8

REDE DE COLETIVIDADE E COLABORAÇÃO E A VALORIZAÇÃO DA MODA AUTORAL: APRESENTAÇÃO DO PROJETO/MOVIMENTO SOMOS MODA AUTORAL GAÚCHA

Data de aceite: 01/10/2021

Paula Cristina Visoná

Doutora Em Comunicação Social, Mestre em Design – com foco em Design Estratégico – e graduada em Moda.

Luciana Bulcão é Mestre

Design, com foco em Design Estratégico, tem MBA em Gestão de Negócios de Moda e graduação em Administração com ênfase em vestuário.

RESUMO: O atual momento mostra a importância da coletividade e, junto a isso, da colaboração como bases para o desenvolvimento de estratégias de enfrentamento aos efeitos negativos da Pandemia do Coronavírus. Tendo esses elementos como pano de fundo, esse trabalho explora aspectos que embasaram o projeto/movimento Somos Moda Autoral Gaúcha, permitindo o desenvolvimento de ações para valorizar a autoralidade e a produção local.

PALAVRAS - CHAVE: Moda Autoral; Coletividade; Colaboração.

ABSTRACT: The current moment shows the importance of the collectivity and, together with this, collaboration as bases for the development of strategies to cope with the negative effects of the Coronavirus Pandemic. With these elements as a background, this work explores aspects that underpinned the project/movement somos moda autoral gaúcha, allowing the development of

actions to value authorality and local production.

KEYWORDS: Autoral Fashion; Collectivity; Collaboration.

Coletividade, autoralidade e colaboração como elementos de enfrentamento das dificuldades estabelecidas pelo fenômeno da Pandemia Global: fatores de ativação do projeto/movimento Somos.MAG

Choo (2006, p. 224) argumenta que a “construção do conhecimento não é mais uma atividade isolada, mas o resultado da colaboração de seus membros seja em grupos ou em parceria com outras organizações”. A estruturação de redes de informação tem sido vista, por muitos, como o grande trunfo da pós-modernidade, fazendo com que os agentes sociais construam suas próprias relações em um ambiente virtual, interajam em tempo real e consolidem suas ansiedades informacionais. Para Castells (1999), cada vez mais, as pessoas organizam seu significado não em torno do que fazem, mas com base no que elas são ou acreditam que sejam. Enquanto isso, as redes globais de intercâmbios instrumentais conectam e desconectam indivíduos, grupos, regiões e até países, de acordo com sua pertinência na realização dos objetivos processados na rede, em um fluxo contínuo de decisões estratégicas.

A sociedade da informação requer uma nova leitura do mundo. Suas características são: a aceleração da inovação científica e

tecnológica; a rapidez na transmissão de informações em tempo real; as informações não lineares; e uma drástica ruptura com os conceitos de tempo e espaço. Vivencia-se uma sociedade em rede, com um conjunto de nós interconectados e energizados pela internet, flexíveis e adaptáveis, características essenciais para sobrevivência e prosperidade em ambientes de rápidas mudanças.

A consolidação da sociedade em rede possibilitou o acesso não apenas a dados, mas, também, a pessoas, processos, conhecimentos e territórios, mesmo que, em alguns casos, só virtuais. Ao mesmo tempo, essa lógica de configuração de socialidades acabou por estabelecer o desejo da reconexão com o local e, também, o desejo de desenvolver estratégias pautadas pela lógica do *colabor* (YÚDICE, 2014).

Na visão de Maffesoli (2012), quanto mais globais nos tornamos, mais buscamos nos (re)conhecer no local que estamos/habitamos/vivemos. Esse sentimento de reconexão, que ele intitula de *localismo*, traz em si outra perspectiva pertinente ao observar as relações de socialidade contemporâneas: a proximidade. Ao dimensionar o *localismo* e a *proximidade* como valores inter-relacionados ao recorrente desejo de coletividade que se desdobra na atualidade e, ao mesmo tempo, compreendermos as dimensões de transformações comportamentais que esses fatores acarretam ao estarem relacionados ao estabelecimento da sociedade em rede, é possível compreender que temos um pano de fundo extremamente profícuo ao desenvolvimento de projetos e empreendimentos.

Esses elementos, aliados ao desejo inerente do *colabor*, ou seja, da colaboração, foram a base para a constituição do projeto/movimento/rede coletiva/colaborativa Eu Amo Moda Autoral Gaúcha - ou, simplesmente, Somos.MAG. Claro que o gatilho que ativou a constituição desse empreendimento não está só relacionado aos aspectos descritos. Foi necessário que um outro elemento entrasse nessa equação: a Pandemia global desencadeada pelo Coronavírus. A partir desse fenômeno, muitos eventos se desenvolveram, seja em escala global ou local. Assim, várias pessoas ligadas a marcas autorais do estado do Rio Grande do Sul buscaram enfrentar de modo coletivo os eventos negativos desencadeados pela Pandemia e, nesses casos, especialmente buscando soluções para as redes de pessoas, trabalho, técnicas e conhecimentos ligadas a essas marcas. A partir do entendimento da importância de construir uma frente coletiva para enfrentar o período da Pandemia, várias ações foram colocadas em prática para dar vida ao movimento/rede coletiva/colaborativa Somos. MAG. Dentre essas ações, figuram a criação de um perfil na rede social Instagram. A ideia original foi dar visibilidade aos produtos, autores e produtores das marcas autorais que se conectaram ao movimento. Porém, antes disso, ficou subentendida a necessidade de comunicar propósito, valores e princípios do Somos.Mag, tornando-o um movimento para ativar diferentes agentes.

Assim, as primeiras ações do coletivo de pessoas envolvidas na constituição do movimento foram a criação e postagem de um manifesto no perfil criado na rede social Instagram. Ao mesmo tempo, foram identificados - e, posteriormente, postados - quatro

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (Organização das Nações Unidas) - pois, o acordo geral entre os primeiros integrantes do projeto/movimento era da pertinência de orientar a visão do Somos MAG a partir dos princípios e metas apresentados por esses ODSs. Abaixo, reproduzimos trechos do Manifesto e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável identificados:

“A Moda é uma instância social e a partir dela reconhecemos elementos que nos informam sobre as pessoas, suas relações/inter-relações/interações, suas experiências – concretas ou não – suas visões de mundo. Forma as reflexões do filósofo e sociólogo Georg Simmel (1858 – 1918), que nos deram essa perspectiva diferente da Moda. Simmel identificou a Moda dessa forma devido a sua maneira de fazer sociologia: buscando desvendar as forças por trás dos múltiplos movimentos cotidianos. A Moda tem uma relação íntima com a vida diária das pessoas, seja pelo que as pessoas expressam por meio de suas roupas e acessórios, seja pelos saberes e fazeres envolvidos na materialização desses mecanismos de expressão.

Entender essa dimensão da Moda na vida de diferentes pessoas também abre outras perspectivas, como da produção de cultura, da importância econômica e da dimensão política. O que vestimos comunica o que acreditamos. Também expressa a relação que temos com diferentes processos – a questão dos saberes e fazeres implicados no desenvolvimento de roupas e acessórios. E também mostra quanto estamos dispostos a investir em algo que acreditamos/conhecemos. Isso abre para muitos futuros possíveis, principalmente quando relacionamos Moda + Autoria + Cultura + Política. Para agir como um “autor”, uma pessoa tem que buscar sua própria linguagem, expressando suas ideias sobre algo – ou sobre o que acontece no mundo ao seu redor – por meio de alguma “coisa”. Quando essa “coisa” é algo diretamente ligada a Moda (roupa, calçado, bolsa, colar, brinco, cabelo, adereços, maquiagens, etc), entendemos que acontece o fenômeno Moda Autoral.

Nosso movimento está alicerçado em 4 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Para cada objetivo que elencamos, nós também identificamos metas:

ODS 8: Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos

Meta: Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros.

ODS 10: Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles

Meta: Até 2030, empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica ou outra.

ODS 11: Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.

Meta: Apoiar relações econômicas, sociais e ambientais positivas entre áreas

urbanas, periurbanas e rurais, reforçando o planejamento nacional e regional de desenvolvimento

ODS 12: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis

Meta: Até 2030, alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais”

O QUE É O MOVIMENTO/REDE COLETIVA/COLABORATIVA SOMOS.MAG?

O movimento/rede coletiva/colaborativa Somos MAG tem pouco tempo de vida. Ao visitar o perfil @somos.mag, na rede social Instagram, é possível verificar que os primeiros conteúdos - três postagens com trechos do manifesto - datam do dia 04/07/2020. Desta data até o período atual, muitas marcas de moda autoral gaúcha passaram a fazer parte da rede colaborativa ativada pelo projeto/movimento, e vários outros desdobramentos também ocorreram. Dentre esses, figuram citações ao projeto/movimento em reportagens de jornais regionais, como Zero Hora e Correio do Povo. Também foram publicados editoriais fotográficos, sejam relacionados a datas comemorativas, como a temas/pautas contemporâneas. Nesse caso, o destaque fica por conta do editorial para abordar a diversidade e a inclusão. No editorial, figuram cinco mulheres, cada uma delas representando uma expressão dos amplos espectros da diversidade e da inclusão contemporâneas.



Captura de tela realizada pelas autoras a partir do endereço: <https://www.instagram.com/p/CRIBHqsgqrH/> – acessado em 17/07/2021

Além dessas ações, ativadas e desenvolvidas por integrantes do Somos.Mag buscando dar maior visibilidade às marcas autorais gaúchas, a rede colaborativa promoveu a Primeira Semana de Moda Autoral Gaúcha. O evento ocorreu de modo totalmente digital por meio do canal do Instituto da Transformação Digital no You Tube, entre os dias 28 de novembro a 05 de dezembro de 2020. Abaixo, um texto que apresenta algumas características do evento:

Criada pelo Somos MAG - Somos Moda Autoral Gaúcha, a **Semana de Moda Autoral Gaúcha** será o primeiro evento voltado para exposição, venda, divulgação e discussão de moda autorial feita no Rio Grande do Sul.



Somos MAG é um movimento que visa reconhecer e valorizar as marcas de moda autorial gaúchas. É um movimento coletivo e colaborativo, para identificar a moda autorial gaúcha como um segmento de grande importância para a manutenção da economia local.

O movimento nasceu da união de um grupo de autores, empreendedores e professores universitários que mapeiam as marcas autorais locais e trabalham na projeção destas marcas, de uma forma mais exponencial. O movimento é gratuito e todo trabalho é voluntário.

A **Semana MAG** acontecerá 100% online entre os dias 28.11 e 05.12, utilizando todas as plataformas do Somos MAG e do Instituto da Transformação Digital. Também haverá programação paralela via canais digitais do RS Criativo.

A programação conta com quatro horas diárias, alternando a apresentação das marcas e conversas com participantes nacionais e internacionais, sendo que o encerramento será com André Carvalhal falando sobre o Futuro da Moda. O cunho acadêmico ficará por conta das universidades PUCRGS, FEEVALE, UNIRITTER, UNISINOS e UFRGS, que além do SENAC farão drops sobre a Moda Autoral e suas perspectivas futuras.

São mais de 40 marcas participantes e todas terão espaço para apresentar seus produtos, autores e processos. Cada marca e apoiadores estão trabalhando na divulgação deste evento sem precedentes no mercado de moda, até porque, é a partir dele que começaremos a reconhecer este segmento que tanto fomenta a economia local: a moda autorial.

Captura de tela realizada pelas autoras a partir do endereço: <https://www.mastri.me/post/semana-de-moda-autoral-ga%C3%BAcha> – acessado em 17/07/2021

Como figura no texto, além das apresentações das marcas Autorais, o evento também contou com uma ampla programação de conteúdos, explorando vários assuntos de relevância local e nacional. Para a realização da Semana de Moda Autoral Gaúcha, a rede Somos.Mag articulou várias parcerias. Uma delas, já citada acima, foi com o Instituto da Transformação Digital, que permitiu o uso não apenas do canal institucional na rede You Tube, mas também de sua plataforma de streaming. Além do ITD, a semana de Moda Autoral gaúcha contou com a parceria do SEBRAERS, do RS Criativo¹ e das universidades

1 O RS Criativo é um programa que busca estimular o empreendedorismo criativo no estado do Rio Grande do Sul. Ele

de Porto Alegre e região metropolitanas (seus nomes figuram no texto apresentado na captura de tela acima).

Todas as ações promovidas até o momento visam não só dar visibilidade aos autores e aos produtos das marcas autorais. Também buscam sensibilizar as pessoas para a importância de consumir de modo consciente, elegendo produtos locais, assim, retroalimentando uma ampla cadeia de trabalhadores que dependem, de algum modo, da produção desses produtos. Ao mesmo tempo, buscamos potencializar o desenvolvimento de novas frentes de projeção que não sejam só baseadas na reprodutibilidade de produtos, mas com forte relação na economia do conhecimento e da experiência, contribuindo para o desenvolvimento da sustentabilidade ambiental, social e econômica dos empreendimentos de moda autoral (MANZINI, 2007).

Para além do resgate da identidade cultural no sistema moda contemporâneo, o movimento/rede coletiva/colaborativa Somos MAG apoia-se na fala de França (2005), que nos revela que é cada vez mais crescente em todo mundo, o apelo por novas expressões, por soluções inovadoras que tragam uma maior vitalidade à produção artesanal, ao valor da pequena série. Aspiramos por um Design de forte identidade, que já parece possível, pois a consciência de sua importância já existe, seja por parte dos órgãos do governo, seja por outras entidades, ou entre os empresários. Partir de referências locais, do conhecimento tácito, do conhecimento da própria cultura, que passa por uma percepção da tradição e atingir o global, é, sem dúvida, um interessante ponto de partida e, também, um dos objetivos do projeto Somos MAG e desse trabalho.

REFERÊNCIAS

BEST, Kathryn. **Design management: managing design strategy, process and implementation.** Switzerland: Ava, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura.** 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CHOO, Chun Wei **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões.** São Paulo: SENAC, 2006.

FRANÇA, Rosa Alice. Design e artesanato: uma proposta social. **Revista Design em foco**, Salvador, n. 2, v. 2, pp. 9 – 15; Julho-Dezembro, 2005.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo retorna: formas elementares da pós-modernidade.** Rio De Janeiro, Forense, 2012.

está sob a gestão da SEDAC: Secretaria da Cultura do Estado do Rio Grande do Sul.

MANZINI, Ezio. **Design para inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. 1.ed. Rio de Janeiro: PEP/UFRJ, 2007.

NASCIMENTO, Manuela. **Inovação pelo Design no Setor de TI: um estudo de caso em empresas de softwares do RS**. Dissertação (Mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos-UNISINOS, Programa de Pós-Graduação em Design Estratégico. Porto Alegre, 2017.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**. Usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Ambiental 5, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 12, 49, 55, 76, 83, 94, 103, 104, 110

Arte 5, 15, 26, 29, 33, 34, 48, 60, 61, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 115

C

Coletividade 6, 4, 20, 55, 78, 79

Coletivo 79

Conceito 2, 4, 5, 11, 12, 26, 63, 65, 77, 91, 94, 96, 97, 98, 108

Consumo 4, 5, 6, 9, 23, 27, 48, 51, 54, 55, 56, 57, 61, 63, 68, 69, 71, 81, 93, 94, 96, 100, 103, 105, 109, 113

Cultura 2, 7, 10, 12, 20, 22, 26, 48, 61, 64, 67, 69, 72, 74, 80, 83, 84, 93, 100, 109, 115

D

Desenho Industrial 5, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17

Desenvolvimento 1, 4, 1, 2, 4, 5, 6, 8, 12, 17, 20, 25, 33, 38, 47, 49, 50, 57, 58, 60, 62, 64, 65, 66, 75, 78, 79, 80, 81, 83, 85, 86, 90, 97, 101, 103, 104, 105, 108, 110

Desenvolvimento Sustentável 1, 4, 1, 2, 4, 5, 6, 17, 47, 49, 58, 80, 103, 104, 110

Design 1, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 25, 26, 27, 28, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 44, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 58, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 83, 84, 92, 98, 100, 104, 107, 113, 115

Design de Moda 6, 48, 58, 66, 68, 72, 74, 75, 77, 115

Designer 10, 11, 12, 19, 27, 28, 30, 31, 32, 50, 57, 60, 61, 62, 63, 66, 67, 70, 73, 95, 115

Design Estratégico 48, 60, 63, 64, 78, 84, 104, 115

Design Gráfico 15, 19, 20, 27, 33, 115

Design Thinking 74, 75

E

Eco 49, 58, 109, 111

Ética 55, 58, 108, 109, 110, 113

F

Figurino 6, 74, 75, 77

Função 29, 30, 36, 64, 66, 76, 88

I

Inclusão 80, 81, 87, 91, 92, 94

Indústria 4, 2, 6, 8, 13, 25, 33, 37, 46, 51, 55, 56, 62, 69, 77, 85, 91, 93, 94, 97, 98, 99, 100, 101, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 113

Indústria 4.0 99, 101, 103, 104, 105, 106, 107, 108

Inovação 12, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 71, 72, 77, 78, 80, 84, 98, 103, 113

L

Linguagem Visual 5, 19, 20, 33

Lipovetsky 55, 58, 61, 63, 64, 72

Logística Reversa 35, 36, 37, 38, 43, 45

M

Marca 38, 39, 45, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 71, 72, 77, 96, 97, 98, 105, 107

Meio Ambiente 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 36, 47, 49, 50, 56, 75, 94, 97, 100, 103, 105, 106, 110

Mercado 3, 52, 57, 60, 62, 63, 64, 65, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 93, 96, 99, 105, 108, 109, 110, 112

Moda 5, 6, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 115

Moda Autoral 6, 78, 79, 80, 81, 82, 83

O

Orgânico 56, 110, 111

P

Pesquisa 4, 7, 12, 32, 48, 50, 53, 56, 60, 64, 65, 71, 75, 85, 86, 91, 92, 96, 99, 100, 101, 105, 106, 107, 112

Planejamento 4, 5, 6, 33, 34, 81, 92, 103, 105

Projeto 6, 4, 12, 25, 28, 29, 31, 32, 33, 50, 55, 58, 62, 63, 64, 65, 66, 71, 74, 78, 79, 80, 81, 83, 87, 92, 93, 101, 113, 115

Protótipo 65, 75, 104

R

Reaproveitamento 74, 77, 97, 98

Reciclagem 5, 35, 36, 37, 38, 44, 45, 51, 52, 55, 57, 94, 99, 104, 105, 115

S

Sustentabilidade 4, 5, 6, 1, 5, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 76, 77, 83, 84, 93, 94, 95, 96, 98, 99, 103, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 115

Sustentável 1, 4, 6, 1, 2, 4, 5, 6, 17, 47, 49, 50, 51, 56, 58, 74, 77, 80, 81, 94, 96, 97, 98, 99, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113

U

Upcycling 6, 55, 74, 76, 77, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 111

Usabilidade 23, 25

Uso 1, 3, 6, 11, 20, 21, 23, 27, 28, 29, 32, 37, 38, 39, 42, 43, 44, 45, 51, 55, 57, 61, 65, 67, 68, 69, 77, 81, 82, 85, 88, 89, 90, 93, 96, 98, 103, 104

V

Vestuário 6, 51, 57, 78, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 94, 95, 98, 111, 113, 115

Design:

Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável



-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br

Design:

Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br