



## **ATIVISMO DE DESIGN: UMA RESPOSTA À INCIPIÊNCIA DAS INOVAÇÕES SOCIAIS NO SETOR DA MODA**

CARIANE WEYDMANN CAMARGO [carianewcamargo@gmail.com](mailto:carianewcamargo@gmail.com)

### RESUMO

A moda convencional, atrelada às tendências programadas, à produção em massa e ao consumismo, vem sendo questionada por movimentos que clamam por transparência, consciência e sustentabilidade. As inovações sociais, por mobilizarem recursos sociais difusos, em termos de criatividade, habilidades, conhecimento e empreendedorismo, podem ser consideradas importantes motores da mudança (PENIN et al, 2010), capazes de impactar positivamente o setor da moda. Ao relacionarmos inovação social e design, é possível afirmar que o design fornece ferramentas para habilitar os cidadãos a trabalharem em conjunto para resolver problemas e/ou criar oportunidades, tendo como aporte a mudança de comportamento dos indivíduos e das comunidades, resultando em valores que beneficiem à sociedade como um todo (FREIRE e OLIVEIRA, 2017). No entanto, quando não há inovações sociais, ou quando elas são incipientes, especialistas em design devem atuar como ativistas, desencadeando ou até mesmo iniciando novas organizações colaborativas (MANZINI, 2015). Esse estudo, portanto, objetivou discutir as ações oriundas do ativismo de design, que fomentam inovações sociais no setor da moda. Dentre essas ações, podemos citar a capacidade de dialogar, colaborar, sensibilizar, conscientizar, engajar, ressignificar, desenvolver/projetar e transformar. A organização metodológica consistiu em: (i) pesquisa bibliográfica; (ii) pesquisa documental; (iii) e procedimentos concernentes à teoria fundamentada, por meio de coleta realizada nas mídias on-line da amostra selecionada, sobretudo, na rede social Instagram. Os resultados apontam que o ativismo de design viabiliza um sistema de relações entre marcas de moda sustentável e atores sociais, o que é fundamental para



ações colaborativas e inovações socioculturais. Esse sistema de relações geralmente inicia com interações on-line, mas se consolida através de interações presenciais. Para ativar e alimentar esse sistema de relações, o ativismo de design deve ser criativo e imaginativo, oferecendo novas visões de mundo e, conseqüentemente, da moda e do consumo.

**Palavras-chave:** Ativismo de design; Inovação social; Moda sustentável.

FREIRE, K. de M.; OLIVEIRA, C. M. M. de. Soluções habilitantes para formação de comunidades criativas: um caminho possível do design para inovação social. In: ARRUDA, A. J. V. (Org.). **Design & Inovação Social**. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda., 2017.

MANZINI, E. **Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation**. Massachusetts: Mit Press Books, 2015.

PENIN, L; et al. **The DESIS Network: Design and Social Innovation for Sustainability**. The Journal of Design Strategies, v. 4, n. 1, 2010. Disponível em: [http://sds.parsons.edu/designdialogues/?post\\_type=article&p=506](http://sds.parsons.edu/designdialogues/?post_type=article&p=506). Acesso em: jan. 2016.

