



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## **SUBJETIVAÇÃO E CIDADES: RELAÇÕES ENTRE MODA, ECOSSISTEMAS CRIATIVOS E CENÁRIOS DE FUTURO**

Visoná, Paula Cristina; PhD; Unisinos, [pvisona@unisinos.br](mailto:pvisona@unisinos.br)<sup>1</sup>  
Cunha, Márgda Rodrigues da; PhD; PUCRS, [mrcunha@pucrs.br](mailto:mrcunha@pucrs.br)<sup>2</sup>  
GT 15 – Design, Moda e Tendências


### **RESUMO**

Os atos de imaginar e o viver a cidade são múltiplos. Estão associados a uma polifonia (Canevacci, 1997) que se torna mais clara pela intensa narrativa na dimensão da comunicação e da narrativa sobre elas, ao mesmo tempo em que deixa os limites mais tênues. Esta perspectiva, no entanto, tem raízes anteriores. No início do cristianismo, cidade designava duas: a cidade de Deus e a cidade do homem (Sennett, 2018). O próprio autor defende que o antigo significado seja resgatado, pois corporifica uma distinção fundamental, no qual o ambiente construído é uma coisa e a maneira como as pessoas nele habitam outra. A complexificação desenha muitas cidades que não oferece a todos a mesma coisa, mas a todos oferece alguma coisa (Sarlo, 2014). E é neste cruzamento que se definem os seus modelos e as suas escalas, mesmo que tenham se transformado em depósitos dos problemas causados pela globalização (BAUMAN, 2009). “É nos lugares, e graças aos lugares, que os desejos se desenvolvem, ganham forma, alimentados pela esperança de realizar-se, e correm risco de decepção. (BAUMAN, 2009, p.35). A partir desse entendimento, consideramos o impacto do imaterial e subjetivo nas vivências urbanas, tendo na moda, na comunicação e em outros âmbitos do pensar e fazer criativos, campos de manifestação. A geração de novos processos, produtos, produção e fruição, então, passa a ser vista como tributária dos fatores simbólicos que permeiam o território urbano e potencializam a configuração de novos significados, permitindo o

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação Social, Mestre em Design Estratégico e Graduada em Moda. Professora dos cursos de Design e Moda da Unisinos. Atualmente, realizada estágio pós doutoral junto ao PPG em Comunicação Social da PUCRS, sob supervisão da professora Márgda Rodrigues da Cunha.

<sup>2</sup> Professora, Pesquisadora e Coordenadora de Pesquisa na Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos - Pontifícia Universidade Católica do RS





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

reposicionamento de uma cidade em relação ao contexto global (MAFFESOLI, 2012). Como consequência, elementos intangíveis como sustentabilidade, personalização, valorização da mão de obra local e de redes colaborativas estão norteando o comportamento de diversos segmentos sociais, dispostos a pagar pelo valor simbólico dos produtos e serviços permeados por esses conceitos (CASTELLS, 2005; 2009). Tais fatores representam a resistência a um modelo de escala da produção massiva que tem, nas cidades, impactos notoriamente negativos. A perspectiva, então, é de explorar escalas produtivas que apresentem vias alternativas, potencializando a definição também de novas relações entre objetos, pessoas e suas vivências nos espaços urbanos. Para tanto, pretendemos lançar mão dos princípios metodológicos inerentes a sociologia compreensiva (MAFFESOLI, 1988), a antropologia interpretativa (GEERTZ, 2008), ao dialogismo (BAKHTIN, 2008) e ao Design Estratégico (REYES, 2016, FRANZATO ET ALL, 2015; VERGANTI, 2012). Esse arranjo metodológico visa uma investigação em diferentes contextos existentes no território urbano de Porto Alegre, onde moda, comunicação e outras áreas criativas coexistem. Nesse sentido, a investigação se pauta nas dinâmicas inerentes a alguns Coletivos/Hubs/Ecosistemas Criativos da cidade de Porto Alegre, visando, como objetivo maior, identificar elementos que possam contribuir na construção de Cenários de Futuros (HEIJDEN, 2004; REYES, 2016; MANIZINI E JÉGOU, 2003), tendo como norte os princípios do *Foresight*, inerente aos Estudos de Futuro e sistemas antecipantes do devir (RASQUILHA, 2015), para esse território urbano e esses micro ambientes relacionais.


**Palavras-chave:** territórios urbanos; ecossistemas criativos; moda.

### Referências

BAKHTIN, Mikail. *Problemas na poética de Dostoiévski*. 4.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Confiança e medo na cidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

CANEVACCI, Massimo. *A cidade polifônica*. Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Studio Nobel, 1997.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

FRANZATO, Carlo. et all. Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In FREIRE, Mello Karine (org) *Design estratégico para inovação cultural e social*. 1ed. São Paulo: Editora Kazuá, 2015.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2008.

MAFFESOLI, Michel. *O conhecimento comum*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

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

RASQUILHA, Luiz. *Viagem ao Futuro*. A verdade sobre a prospectiva e o foresight. São Paulo: Actual Editora, 2015.

REYES, Paulo Bello Projeto por Cenários. In *Design Estratégico em Ação*, SCALETISKY, C. C. org. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2016.

SARLO, Beatriz. *A cidade vista: mercadorias e cultura urbana*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2014.

SENNETT, Richard. Carne e Pedra. *O corpo e a cidade na civilização ocidental*. Rio de Janeiro: Record, 1997.

SENNETT, Richard. *Construir e habitar*. Ética para uma cidade aberta. Rio de Janeiro: Record, 2018.

VAN DER HEIJDEN, Kes. *Cenários: a arte da conversação estratégica*. Porto Alegre: Bookman, 2004.

VERGANTI, Roberto. *Design – driven innovation*. Mudar as regras da competição: a inovação do significado de produtos. 2 ed. São Paulo: Canal Certo, 2012.

