

# Design activism: social innovation by the fashion revolution movement

*Ativismo de design: inovação social pelo movimento fashion revolution*



## **Cariane Weydmann Camargo**

Doutora em Design pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)  
Professora do curso de Bacharelado em Moda da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS  
carianewcamargo@gmail.com



## **Inaraí Trentini Trombini**

Graduada em Administração de empresas pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)  
Bolsista de iniciação científica na área de Design estratégico pelo Programa de Pós Graduação em Design na UNISINOS  
inaraitt@edu.unisinos.br



## **Karine Freire**

Doutora em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)  
Pesquisadora de design para a inovação social e sustentabilidade da Unisinos.  
kmfreire@unisinos.br





## ABSTRACT

This research investigated in a preliminary and exploratory way the contribution of design activism to social innovation in the field of sustainable fashion in Brazilian universities. The investigation was based on scientific publications of the main research forum on this field in Brazil: the Colóquio de Moda, in the period of 2016 and 2017, including articles of scientific initiation, oral communications and working groups. This study also elaborated a mapping of the universities that submitted researches on the theme of sustainability and, through its location, we compared with the educational units that had representatives of the Movement Fashion Revolution, in order to verify the influence of the actors of this Movement in the places in which they are inserted. It was therefore sought to identify through the action of the design experts a promotion of social awareness and, through collaboration, the activation of creative and sustainable ecosystems.

## KEYWORDS

Activism; Design; Social Innovation; Sustainable fashion.

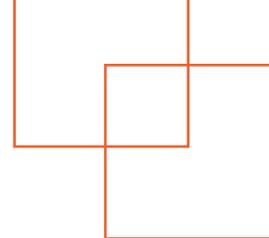
## RESUMO

Este estudo investigou de modo preliminar e exploratório a contribuição do ativismo de design para inovações sociais no contexto da moda sustentável em universidades brasileiras. A coleta se deu a partir de publicações científicas do principal evento de pesquisa da área no país: o Colóquio de Moda, no período de 2016 e 2017, contando com artigos de iniciação científica, comunicações orais e grupos de trabalho. Também fizemos um mapeamento das universidades que apresentaram pesquisas no tema da sustentabilidade e, através de sua localização, realizamos um comparativo com as unidades de ensino que dispunham de representantes do Movimento Fashion Revolution, a fim de verificarmos a influência dos atores desse Movimento nos locais em que se inserem. Buscamos, portanto, identificar através da atuação dos especialistas em design uma promoção à conscientização social e, por meio da colaboração, a ativação de ecossistemas criativos e sustentáveis.

## PALAVRAS-CHAVE

Ativismo; Design; Inovação social; Moda sustentável.





## 1 Introdução

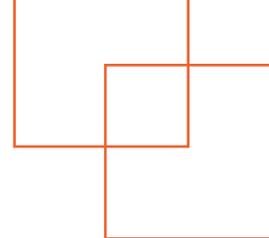
O presente estudo apresenta uma investigação acerca das ações relacionadas ao ativismo de design no âmbito da moda e sua relação com a produção científica apresentada nas universidades brasileiras. Para tanto, foi analisada a contribuição do Movimento Fashion Revolution no Brasil sob a perspectiva acadêmica, através da identificação de publicações de artigos científicos relacionados ao tema sustentabilidade, disponíveis no principal evento sobre o tema no Brasil: o Colóquio de Moda.

O Fashion Revolution é um movimento global<sup>1</sup>, disseminado em mais de noventa países, articula-se localmente com consumidores, estudantes, universidades e empresas, tendo como propósito conscientizar a sociedade em relação aos impactos da cadeia da moda, especialmente a condição precária dos trabalhadores da indústria. Desse modo, usa as redes sociais para disseminar a pergunta mote do Movimento: “quem fez minhas roupas?”, entre outras informações relevantes relacionadas ao setor da moda. O Movimento também promove atividades nas universidades, por meio de ações pontuais coordenadas por estudantes embaixadores e ainda eventos, organizados por representantes locais do Movimento.

A urgente necessidade de uma reflexão na maneira com que consumimos e também produzimos em nosso século e o impacto disso no âmbito da sustentabilidade exige que, nos mais diversos ambientes da sociedade, estejam presentes verdadeiros protagonistas para a mudança. Este protagonismo não pretende resolver de imediato os problemas que ali se encontram, mas despertar o olhar dos diversos atores e sua sensibilidade para encontrar novas alternativas para os desafios da sociedade. O papel do ativista de design encontra-se exatamente como um conector e estímulo para esses diversos atores.

## 2 Metodologia

A presente pesquisa foi elaborada a partir de uma abordagem mista, tanto qualitativa, em um primeiro momento, visando um aprofundamento maior no tema a ser explorado, através dos artigos presentes no Colóquio de Moda e bibliografia sobre o Movimento Fashion Revolution, quanto quantitativa, contribuindo para os objetivos da pesquisa, em um segundo momento. Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória, desenvolvida em duas etapas: a primeira de caráter teórico



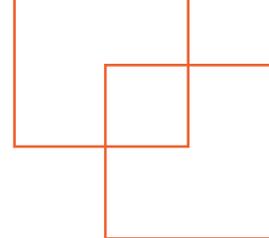
com a consulta bibliográfica do tema escolhido e a segunda com a quantificação, validação e posterior análise dos dados encontrados.

Quanto aos procedimentos, foram estabelecidas coletas de dados tendo como base as publicações submetidas aos Anais do Colóquio de Moda, evento que acontece anualmente desde o ano de 2005, tendo sido realizado em várias regiões do Brasil, tornando-se internacional a partir de sua quarta edição. O objeto de estudo constituiu-se de artigos, nas modalidades Grupos de Trabalho, Comunicações Orais e Iniciação Científica, submetidos entre os anos de 2016 e 2017, na temática delimitada pelo Colóquio de Moda como Eixo 8 - Sustentabilidade. A escolha por este eixo de estudo se deu após identificarmos que publicações relacionadas ao movimento Fashion Revolution, estão em conformidade com os pilares sustentáveis e de inovação social na cadeia de moda.

A coleta de dados, no âmbito quantitativo, foi feita em três momentos. Primeiramente buscamos identificar as universidades brasileiras com maior número de publicações no Colóquio de Moda. Para tanto, relacionamos as Universidades presentes nos Anais do evento, a quantidade de publicações submetidas por Universidade e sua localização com a presença de representantes e/ou embaixadores do Movimento Fashion Revolution nestes locais. Posteriormente foi feita esta mesma relação de número de publicações por região brasileira e, finalmente, por estados brasileiros.

Num segundo momento, foi estabelecido contato através dos e-mails dos autores disponibilizados nos artigos, apresentados neste mesmo evento, a fim de validar os dados encontrados na primeira fase da pesquisa. Esta segunda etapa objetivou identificar se os autores das publicações possuíam de fato conhecimento acerca do Movimento Fashion Revolution ou, ainda, se mantiveram qualquer tipo de envolvimento nas atividades desenvolvidas por este nas universidades listadas.

Em um terceiro momento, foram analisadas as palavras-chave contidas nos artigos, podendo assim destacar os assuntos mais presentes nas investigações acerca da cadeia de moda sustentável nestas Universidades, correlacionadas no Eixo 8, objeto de estudo, identificando as iniciativas e desafios que se apresentam a este segmento nos anos analisados.



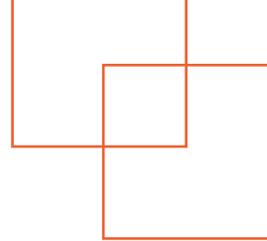
### 3 Ativismo de Design

Nos últimos anos, os designers têm assumido novos papéis, atuando como educadores, comunicadores, facilitadores e ativistas, podendo influenciar e apoiar diretamente processos culturais e sociais. “Essa nova forma de trabalhar torna os designers muito mais envolvidos com a cultura e a sociedade e suas instituições, e, no longo prazo, pode criar oportunidades para que eles liderem mudanças sistêmicas” (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 156).

Este novo posicionamento dos designers é fundamentado por abordagens teórico-práticas que divergem dos negócios convencionais, que priorizam o lucro em detrimento às condições sociais e ambientais, provenientes dos anos iniciais da formação industrial que hoje conhecemos. Espaços estes, onde o papel dos designers, se limitava somente ao desenvolvimento de produtos comerciais.

A partir de uma necessidade de mudança de comportamento por parte da indústria e da massa de consumo, o designer através do ativismo, se insere como protagonista de movimentos de transição sociais, provendo ferramentas para que o novo se estabeleça. Segundo Manzini (2015), quando não há inovações sociais em curso ou elas ainda são muito incipientes, os especialistas em design podem atuar como ativistas, iniciando novas organizações colaborativas e focalizando em modos provocativos num determinado contexto, ao desencadear discussões e ações produtivas. Desse modo, os designers tornam-se importantes agentes de inovação social e cultural, criando oportunidades e proporcionando bem-estar. É pertinente esclarecer que, a inovação neste artigo é vista sob a perspectiva do design, o que amplia seu conceito, pois passa a considerar como relevantes os resultados socioculturais e, também, a geração de novos significados e seu impacto no ambiente (VERGANTI, 2008; FRANZATO, et al, 2015).

O ativismo de design e esse movimento de protagonismo para mudanças, acaba por interagir com os diversos atores presentes em determinado ambiente, peças fundamentais para que transições aconteçam. Essa mudança sistêmica se forma através da interação de ativistas culturais, organizações de base e ativistas de design, tendo como propósito não apenas resolver de forma imediata os problemas apresentados, mas sim, despertar o olhar para determinado sistema e de uma maneira provocativa, oferecer novas maneiras de perceber e estruturar soluções para a realidade que se encontra. O papel do designer nestes ambientes serve como uma base norteadora, oferecendo um alto grau de capa-



cidade e resolução de problemas a sistemas que necessitam de ações concretas e soluções especializadas (MANZINI, 2015).

Sobre o papel do ativismo de design, von Busch declara:

Design activism is, in one sense, an inherent part of design, as it may expose the political nature of design and challenges the designated paths. Taking action may be an act of self-defence, confronting a status quo or dominant protocol of action. It may suggest new possibilities, often from a position of autonomy or self-definition (von BUSCH, 2012, on-line).<sup>1</sup>

1 O ativismo de design é, em determinado sentido, uma parte inerente do design, pois possibilita expor a natureza política do design e desafiar caminhos já conhecidos. As ações desenvolvidas neste sentido podem ser caracterizadas como atos de autodefesa, muitas vezes confrontando um status quo ou um padrão de conduta dominante. O Ativismo de Design pode sugerir novas possibilidades, muitas vezes voltadas a um exercício de autonomia ou auto definição. (tradução nossa).

Desse modo, a abordagem do ativismo de design é adequada para confrontar o sistema convencional e dominante da moda, que ao longo dos anos tem causado sérios danos ambientais e sociais. O ativismo de design aplicado à moda, também denominado fashion activism por Hirscher (2013), é uma forma de “ativismo político e abordagem participativa para empoderar o consumidor com ferramentas, informação e conhecimento tornando-o um indivíduo ativo e independente” (HIRSCHER, 2013, p. 26). Movimentos como o Fashion Revolution atuam exatamente desta maneira, oferecendo este protagonismo de mudança aos consumidores e trabalhadores da indústria.

O ativismo de design na cadeia de moda sustentável, por fim, pode contribuir para mudança de mentalidade da sociedade, tornando-a participante ativa, especialmente quando esta entende como e por quem suas roupas são produzida e passa a empoderar-se de suas escolhas, caracterizando um ato político em seu comportamento de consumo.

Através destas considerações, entende-se que o Movimento Fashion Revolution juntamente com designers especialistas atuem como vetor e agentes de transformação, especialmente se conectados à educação.

O ativismo de design na cadeia de moda sustentável, por fim, pode contribuir para mudança de mentalidade da sociedade, tornando-a participante ativa, especialmente quando esta entende como e por quem suas roupas são produzida e passa a empoderar-se de suas escolhas, caracterizando um ato político em seu comportamento de consumo.

Através destas considerações, entende-se que o Movimento Fashion Revolution juntamente com designers especialistas atuem como vetor e agentes de transformação, especialmente se conectados à educação.

## 4 O Movimento Fashion Revolution

2 FASHION REVOLUTION. Disponível em: < <http://fashionrevolution.org/about/>>. Acesso em 03 de fevereiro de 2018.

3 Disponibilizado pela coordenadora do Movimento no Brasil, via solicitação por e-mail.

4 FASHION REVOLUTION. Disponível em: < [https://www.instagram.com/fash\\_rev\\_brasil/](https://www.instagram.com/fash_rev_brasil/)>. Acesso em 03 de fevereiro de 2018.

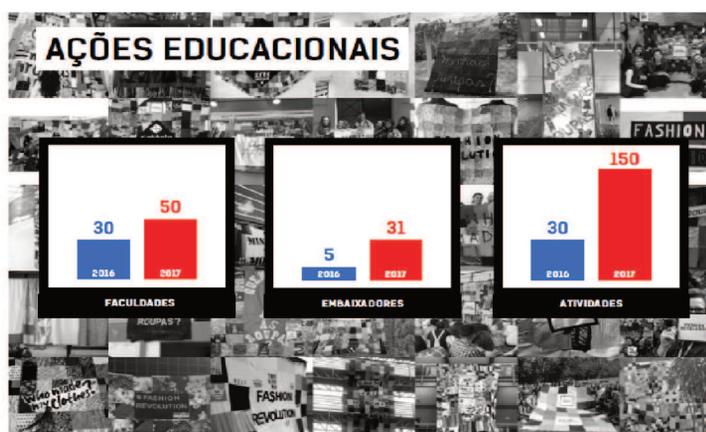
O Fashion Revolution<sup>2</sup> é um movimento global que incentiva maior transparência, sustentabilidade e ética na indústria da moda. Busca unir pessoas e iniciativas para impulsionar a mudança radical da produção e do consumo de roupas, de modo a serem feitas de maneira segura, limpa e justa, através da conscientização, mobilização e educação.

Este Movimento foi criado após o desabamento do complexo Rana Plaza, que abrigava confecções de roupas em Bangladesh, no dia 24 de abril de 2013, deixando mais de 1000 mortos e 2500 feridos. Hoje, presente em mais de 90 países, desenvolve ações mobilizadoras e incentiva os consumidores a questionarem suas marcas favoritas, convidando-os à simples, porém importante reflexão: “quem fez minhas roupas?”. Esse questionamento é especialmente reproduzido nas redes sociais, gerando um número significativo de posts, principalmente no mês de abril.

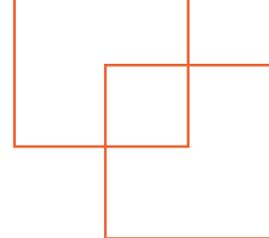
No Brasil, segundo relatório “Quem Somos”<sup>3</sup>, o Movimento tem apresentado um crescimento considerável, tanto no meio online, como off-line. Em 2016, 29 cidades brasileiras participaram das atividades oficiais, em 54 eventos presenciais. Em 2017, foram 37 cidades e 225 eventos, com maior concentração no sul e sudeste. Na rede social Instagram, ocorreu um aumento de 30% de seguidores, gerando maior interação e replicação das mensagens publicadas pelo Movimento<sup>4</sup> (FASHION REVOLUTION, 2017).

Também em 2017, 50 faculdades participaram da Fashion Revolution Week, com 150 atividades e 31 estudantes embaixadores. O crescimento da relação entre o Movimento e a área acadêmica pode ser percebido na figura 1 (FASHION REVOLUTION, 2017).

Figura 1: Ações Educacionais do Fashion Revolution Brasil



Fonte: FASHION REVOLUTION BRASIL (2017)



É interessante perceber a adesão e força deste Movimento entre estudantes de Moda e Design, o que sugere uma maior inclinação destes futuros profissionais para modos mais conscientes de desenvolvimento e produção. Outro dado relevante é que dos 92 países participantes em 2017, o Brasil foi o que apresentou maior uso da hashtag *#fashionrevolution*, contabilizando 19% das postagens mundiais. Esses dados demonstram o potencial de impacto deste Movimento nos meios de comunicação, o que influencia diretamente o setor industrial e educacional.

Além dos dados disponibilizados pelo Fashion Revolution Brasil, esta pesquisa buscou entender a colaboração do ativismo de design na promoção da conscientização social, principalmente pela produção científica relacionada à sustentabilidade no Colóquio de Moda.

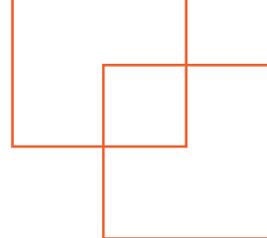
## 5 Colóquio de Moda: Produção científica relacionada à Moda Sustentável

O Colóquio de Moda<sup>5</sup> é um evento acadêmico científico que ocorre anualmente desde 2005, realizado em diversas regiões do Brasil. A partir da quarta edição tornou-se internacional, fato que estimulou a participação de pesquisadores de outras nacionalidades, especialmente europeus e latino-americanos. A produção acadêmica compilada em anais ao longo de 10 anos de Colóquio de Moda (2005 a 2015) somam 2.490 apresentações e publicações, distribuídas em 8 eixos temáticos: Educação, Cultura, Design, Comunicação, Marketing, Processos Produtivos, Figurino e Sustentabilidade (CASTILHO E MATOS, 2015). Em 2018, possuía 11 Grupos de Trabalho (GTs), sendo que um deles é dedicado à sustentabilidade e denominado: Moda, Sustentabilidade e Inclusão, coordenado pelas professoras Dra. Ana Mery Sehbe De Carli e Dra. Suzana Barreto Martins.

A coleta de dados foi feita em três momentos, primeiramente a fim de identificar as universidades brasileiras com maior número de publicações no Colóquio de Moda, nos anos de 2016 e 2017, com temas relacionados à sustentabilidade, podendo ser pôsteres, comunicações orais ou grupos de pesquisa.

No segundo momento, foi estabelecido contato com os autores dos artigos selecionados na primeira fase desta pesquisa, a fim de identificar se estes possuem conhecimento do Movimento Fashion Revolution ou mantiveram qualquer tipo de envolvimento nas atividades desenvolvidas pelo Movimento nas Universidades listadas.

5 COLÓQUIO DE MODA. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/historico.php>>. Acesso em 03 de fevereiro de 2018.



E, para um terceiro momento, foram analisadas as palavras-chave dos artigos analisados, podendo assim destacar os assuntos mais presentes nas investigações acerca da moda sustentável nestas Universidades, identificando as iniciativas e desafios que este segmento apresenta.

Entre 2016 e 2017 foram registradas 83 publicações relacionadas à sustentabilidade, sendo 31 publicações no ano de 2016 e 52 no ano de 2017, o que representa um aumento de 67% nas publicações totais relacionadas ao tema de um ano para outro. Para o presente estudo foram analisadas 76 destas publicações, uma vez que 7 destas publicações não continham dados de onde foram realizadas.

Tabela 1: Número de publicações por anos analisados

Anos	Publicações relacionadas à sustentabilidade
2016	31
2017	52
<b>Total</b>	<b>83</b>

Fonte: Elaborada pelas autoras com base nos Anais do Colóquio de Moda.

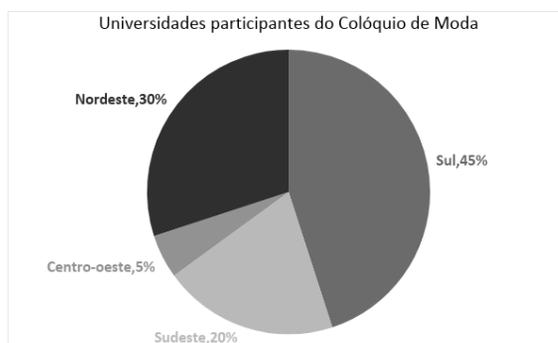
O crescimento das publicações nesta área evidencia a importância da relação entre moda e sustentabilidade para o setor acadêmico, bem como a necessidade de aplicação destas teorias no mercado.

## 6 Universidades brasileiras presentes no Colóquio de Moda e sua relação com o Movimento Fashion Revolution

Entre os embaixadores e representantes do Movimento Fashion Revolution, alguns estão inseridos dentro de universidades, desenvolvendo projetos e incentivando a pesquisa relacionada à sustentabilidade na cadeia de Moda.

Através desta pesquisa, foram identificadas 40 Universidades com publicações relacionadas à Sustentabilidade dentro do Colóquio de Moda, nos anos de 2016 e 2017, abrangendo um total de 76 publicações nestes temas.

Gráfico 1 – Relação entre Regiões brasileiras e número de universidades participantes

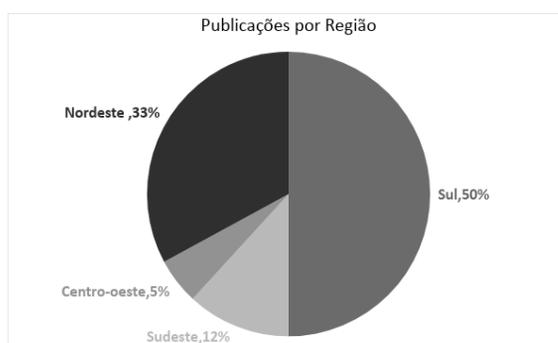


Fonte: Elaborada pelas autoras com base nos Anais do Colóquio de Moda.

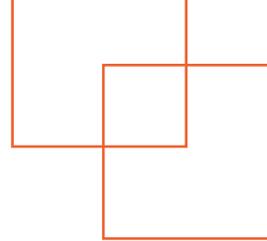
Divididas por Região pode-se identificar a Região Sul como sendo a mais assídua em publicações no país, apresentando o total de 38 publicações, sendo o estado do Paraná o mais presente, contando com 18 publicações, seguido do Rio Grande do Sul com o total de 13 publicações e Santa Catarina com 7 publicações dentro do tema analisado. No estado do Paraná, a Universidade com maior número de produções científicas foi a Universidade Estadual de Londrina, contando com 7 publicações, seguida pela PUC Paraná com o total de 4 produções científicas.

A Região Sudeste contou com 6 publicações no estado de São Paulo, uma publicação no Rio de Janeiro e Minas Gerais com 3 publicações. A Região Centro-Oeste foi representada pelo estado de Goiás, com 4 publicações. Na Região Nordeste, somaram-se 25 publicações divididas em 8 estados, sendo o estado do Ceará contendo o maior número de trabalhos desta Região e a Universidade Federal do Ceará apresentando a maioria dos estudos, com 7 publicações, esta juntamente com a Universidade Estadual de Londrina foram as Universidades com maior número de publicações no Brasil.

Gráfico 2 – Relação entre Regiões brasileiras e número de publicações



Fonte: Elaborada pelas autoras com base nos dados encontrados.



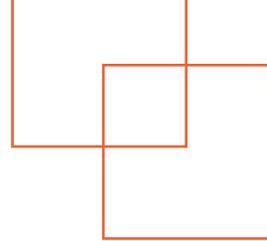
Para um segundo momento, comparou-se a relação de Universidades com publicações no tema Sustentabilidade e a presença de representantes e/ou embaixadores do Movimento Fashion Revolution nas mesmas. Para estes dados, fora encontrado a presença de representantes do Movimento em 75% das Universidades identificadas e/ou nas cidades em que se localizam. O comparativo referente ao número de publicações por universidade demonstrou a presença de representantes do Movimento em um índice ainda maior: 87% do total, ou seja, dos 76 artigos analisados, 66 contavam com representantes do Movimento em sua Universidade.

Neste segundo momento da pesquisa houve a necessidade de confirmar o envolvimento dos autores das publicações com o Movimento Fashion Revolution. Desta maneira, foram contatados por e-mail, 50 autores das publicações analisadas no Colóquio de Moda presentes nos dados já mencionados nesta pesquisa, conforme disponibilidade de contato nos artigos, já que alguns não continham essas informações. Por fim, obtemos 25 respostas.

Ao serem questionados sobre a existência ou conhecimento sobre o Movimento, apenas 2 dos consultados não possuíam conhecimento ou qualquer experiência com as atividades do Movimento, sendo então confirmado este dado como relevante para que se pudesse validar a real participação das iniciativas do Movimento Fashion Revolution na produção acadêmica que fora analisada.

Os entrevistados que responderam como positivo o envolvimento com o Movimento, em sua maioria, alegaram ter tido contato com o mesmo através de eventos (palestras, rodas de conversa, workshops, entre outros) em sua universidade e/ou cidade, no total de 17 dos entrevistados, 2 eram Embaixadores do Movimento em suas cidades e 4 utilizaram o Movimento como conteúdo para a pesquisa no artigo que fora apresentado.

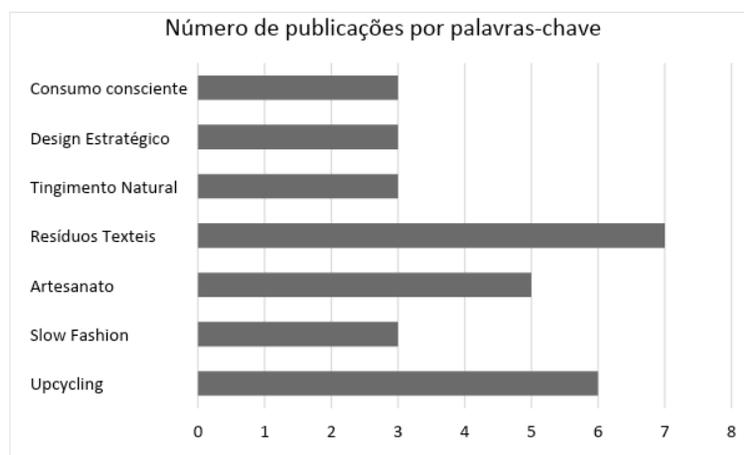
Através dos achados, percebe-se a influência dos atores desse Movimento nos locais em que se inserem, no caso dessa pesquisa, no ambiente acadêmico. Do mesmo modo, identifica-se que a atuação dos especialistas em design pode significar um ganho no processo de conscientização social.



## 6.1 Temas relevantes presentes nas publicações analisadas

Dentre os temas identificados como recorrentes nas publicações observadas, encontram-se palavras-chaves como: *Upcycling*, *Slow Fashion*, Artesanato, Resíduos têxteis, Tingimentos naturais, Design Estratégico e Consumo consciente. Revelando uma tendência à preocupação com a fabricação e destino dos produtos da cadeia produtiva de Moda e, ainda, à valorização do trabalho manual e artesanal, premissas que o Fashion Revolution traz consigo.

Gráfico 3 – Número de publicações por palavras-chave



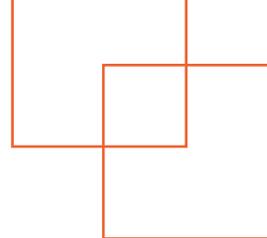
Fonte: Elaborada pelas autoras com base nos dados encontrados.

Por meio das palavras encontradas nos artigos analisados, é possível dizer que a indústria têxtil e de confecção requer uma mudança sistêmica, pois ainda gera muito lixo e sobra de materiais e produtos, demandando estudos sobre este tema. A utilização dos resíduos têxteis, bem como o *upcycling*<sup>6</sup> são medidas importantes, porém apenas remediaram algo que deve ser planejado de modo mais estratégico e sustentável.

## Considerações finais

O presente estudo surgiu com a finalidade de identificar o impacto do Movimento Fashion Revolution no âmbito das Universidades brasileiras, através da análise das publicações submetidas aos Anais do Colóquio de Moda nos anos 2016 e 2017, com o tema sustentabilidade. Desta maneira, podemos concluir que este trabalho atingiu os objetivos a que se propôs, por meio dos dados levantados, compreendemos a importância

<sup>6</sup> “Upcycling é o termo usado para descrever uma técnica de se aprimorar e agregar valor a um produto ou material que, de outra forma, seria jogado fora.” (GWILT, 2014, p. 146).



do Movimento Fashion Revolution e sua relação com o que está sendo produzido cientificamente na temática da moda sustentável hoje.

A pesquisa revelou que a presença dos Representantes e/ou Embaixadores do Movimento Fashion Revolution nas universidades e localidades destas fora relevante para influenciar e incentivar a reflexão acerca da sustentabilidade na produção e consumo de moda. Uma vez que, através dos dados encontrados, a relação entre produção científica e presença dos representantes/embaixadores se mostrou bastante expressiva, juntamente com o depoimento dos entrevistados selecionados, em sua quase totalidade, afirmando que já participaram das atividades do Movimento ou conheciam o mesmo.

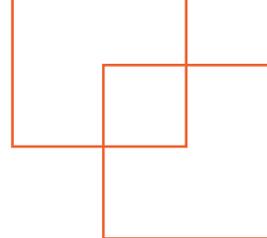
O estudo efetuado acerca das palavras-chave, presentes nas publicações, reafirmou a necessidade da conscientização a qual o Movimento se propõe, revelado na escolha dos temas, uma semelhança expressiva com as premissas do Movimento, demonstrando afinidade entre os ambientes de estudo e os valores de transparência e sustentabilidade que o Movimento dissemina.

Concluiu-se, portanto, que o Movimento Fashion Revolution é um importante meio de disseminação das ideias de sustentabilidade na moda, através de suas atividades e eventos, despertando o interesse pelas temáticas sustentáveis e contribuindo para a produção de conhecimento nas universidades brasileiras. E a interação do Movimento com ativistas de design, por meio da colaboração, poderá proporcionar a ativação de ecossistemas criativos e sustentáveis.

Sugere-se para uma continuação deste estudo, o impacto que as produções científicas descritas neste estudo podem apresentar nas localidades em que foram produzidas, uma vez que identificamos, através de uma análise preliminar dos artigos, uma produção científica também direcionada a estudo de casos, ou seja, iniciativas que já estão sendo aplicadas na indústria, gerando um impacto ainda maior na sociedade e na cadeia de Moda.

## Agradecimentos

Agradecemos o SeedingLab, Laboratório do Grupo de Pesquisa de Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social, sediado no campus Porto Alegre da Unisinos e filiado à Rede DESIS, pelo apoio a pesquisa realizada, bem como ao Movimento Fashion Revolution Brasil e a todos os autores que responderam ao questionário enviado por e-mail.



## Referências

CASTILHO, Katia; MATTOS, Maria F. (Org.). Colóquio de Moda: 10 anos. São Paulo: Estação das Letras, 2015.

COLÓQUIO DE MODA. Anais dos Colóquios de Moda - 2016 e 2017. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/>. Acesso 03 de fevereiro de 2018.

FASHION REVOLUTION BRASIL. Quem somos. São Paulo: [s.n.], 2017. 1 pdf.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. Moda & sustentabilidade: design para mudança. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011. 192 p.

FRANZATO, Carlo; et al. Inovação cultural e social: design estratégico e ecossistemas criativos. In: GWILT, Alison. Moda Sustentável: um guia prático. São Paulo: Gustavo Gili, 2014. 175p.

MANZINI, Ezio. Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation. Massachusetts: Mit Press Books, 2015. 256 p.

HIRSCHER, Anja-Lisa. Fashion Activism: evaluation and application of fashion activism strategies to ease transition towards sustainable consumption behaviour. RJTA, v. 17, n. 1, p.23-38, 2013.

VERGANTI, Roberto. Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda. The Journal of product Innovation Management, v.25, p.436-456, 2008.

VON BUSCH, Otto. Design activism. Disponível em: <http://textiletoolbox.com/research-writing/design-activism/>. Acesso em 03 de fevereiro de 2018.

## **Cariane Weydmann Camargo**

Designer, consultora e pesquisadora que explora a sustentabilidade e a inovação social na área da moda. Sua pesquisa se concentra no processo de transição da moda convencional para a moda sustentável, buscando compreender como o ativismo de design pode catalisar mudanças sociais e culturais. Bacharel em Moda, pela Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC, especialista em Desenvolvimento de Produto de Moda, pela Universidade de Passo Fundo - UPF, mestre em Design, pelo Centro Universitário Ritter dos Reis - UniRitter, Doutora em Design, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Foi professora e membro do Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Universidade de Passo Fundo. É docente do curso de Bacharelado em Moda da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, em cursos livres e cursos de Especialização em diferentes Instituições. Tem experiência na área em design de moda, com ênfase em desenvolvimento de produto, gestão de marca e produção de imagem de moda. Atualmente é pesquisadora e consultora com foco em design de moda para a sustentabilidade e inovação cultural e social

## **Inaraí Trentini Trombini**

Graduada em Administração - Linha de formação específica em Comércio Exterior pela Universidade do Vale dos Sinos - UNISINOS

Bolsista de iniciação científica na área de Design estratégico pelo PPG em Design na UNISINOS - Menção honrosa em pesquisa e destaque na XXV Mostra de Iniciação Científica UNISINOS



## **Karine Freire**

É professora adjunta da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, nos diferentes níveis de ensino, também vinculada ao Programa de Pós Graduação em Design como pesquisadora. Na graduação, atua nos cursos Bacharelado Interdisciplinar de Humanidades, Arte e Tecnologia e Moda. Atua em cursos de extensão, especialização e projetos de pesquisa design-oriented da Escola da Indústria Criativa da Unisinos. Atualmente é coordenadora do PPG Design. Membro do grupo de pesquisa Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social, liderando o laboratório de pesquisa aplicada Seedinglab, ([www.unisinos.br/seedinglab](http://www.unisinos.br/seedinglab)) filiado a rede DESIS. Pelo laboratório, desenvolve o projeto Ecossistema da Moda Sustentável do Rio Grande do Sul ([modamudamundo.cc](http://modamudamundo.cc)). Tem interesse em pesquisas nas áreas de design estratégico, sustentabilidade e inovação social.

