

Inovação social e sustentabilidade com mulheres em zona de vulnerabilidade social: o Programa Mulheres Mil em São João dos Patos - MA

Social innovation and sustainability with women in areas of social vulnerability: the Thousand Women Program in São João dos Patos - MA

Innovation sociale et durabilité avec des femmes dans la zone de vulnérabilité sociale: le Programme por les femmes em São João dos Patos - MA

Márcio Soares Lima¹

Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo²

Raquel Gomes Noronha³

DOI: [10.5965/25944630832024e5895](https://doi.org/10.5965/25944630832024e5895)

Resumo

O artigo aborda como inovações sociais estão mudando a vida das pessoas e comunidades, com foco na sustentabilidade, exigindo mudanças nos modos de vida para preservar o meio ambiente e a sociedade. O objetivo é apresentar iniciativas de inovação social e sustentabilidade na moda, promovidas pelo Programa Mulheres Mil em parceria com o movimento Fashion Revolution, através de um concurso de fotos. A pesquisa reflete sobre a autonomia e qualidade de vida de mulheres em vulnerabilidade social. A metodologia se baseia na análise das imagens capturadas, organizadas em categorias como afeto, identidade e confiança. Os resultados mostram que essas imagens forneceram interpretações sobre o social e questionaram quem pode falar pelos “outros”. A conclusão é que o programa promove a inclusão social e o empoderamento feminino, além de estimular o empreendedorismo e o consumo consciente.

Palavras-chave: inovação social; sustentabilidade, moda, Programa Mulheres Mil.

Abstract

The article addresses how social innovations are changing the lives of people and communities, with a focus on sustainability, requiring changes in ways of life to preserve the environment and society. The objective is to present social innovation and sustainability initiatives in fashion, promoted by the Mulheres Mil Program in partnership with the Fashion Revolution movement, through a photo contest. The research reflects on the autonomy and quality of life of socially vulnerable women. analysis of the captured images, organized into categories such as affection, identity and trust. The results show that these images provided interpretations about the social and questioned who can speak for “others”. female empowerment, in addition to encouraging entrepreneurship and conscious consumption.”

¹Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Design – UFSC em Florianópolis/SC. Mestra em Design pela Universidade Federal do Maranhão (2016 - 2018). Graduado em Design de Moda pela UNINOVAFAPÍ – Pi. Email: marcio.lima@ifma.edu.br; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5190181255846364>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0381-2074>.

²Graduado em Engenharia Sanitária pela Universidade Federal de Mato Grosso (1998), mestrado em Engenharia Civil pela Universidade Federal de Santa Catarina (1995) e doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2000). Atualmente é professor efetivo da Universidade Federal de Santa Catarina e coordena o NASDESIGN-Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design. E-mail: lffigueiredo2009@gmail.com; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5673108770491112>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3532-553X>

³Designer (ESDI-UERJ, 2001), mestre (PPGCSoc-UFMA, 2008) e doutora (PPCIS-UERJ, 2015) em Ciências Sociais. Professora associada na Universidade Federal do Maranhão, docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Design/UFMA, do qual foi coordenadora entre 2020 e 2022. Líder do NIDA - Núcleo de pesquisas em inovação, design e antropologia (CNPq). E-mail: raquel.noronha@ufma.br; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4782161324909358>; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3753-5143>

Keywords: social innovation; sustainability, fashion, Thousand Women Program.

Résumé

L'article aborde la manière dont les innovations sociales changent la vie des personnes et des communautés, en mettant l'accent sur la durabilité, nécessitant des changements dans les modes de vie pour préserver l'environnement et la société. L'objectif est de présenter les initiatives d'innovation sociale et de durabilité dans la mode, promues par le programme Mulheres Mil en partenariat avec le mouvement Fashion Revolution, à travers un concours de photos. La recherche réfléchit sur l'autonomie et la qualité de vie des femmes socialement vulnérables. analyse des images capturées, organisées en catégories telles que l'affection, l'identité et la confiance. Les résultats montrent que ces images ont fourni des interprétations sur le social et se sont interrogées sur qui peut parler au nom des « autres ». l'autonomisation des femmes, en plus d'encourager l'entrepreneuriat et la consommation consciente.

Mots-clés: innovation sociale ; durabilité, mode, programme Mille Femmes.

Introdução

A sociedade contemporânea pode ser vista como um grande laboratório de ideias para a vida cotidiana, onde novos modos de ser e fazer se desdobram em novas questões e respostas. As inovações sociais emergem, amadurecem e se difundem, passando de ideias novas a soluções maduras e, finalmente, implementadas.

2

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Design – UFSC em Florianópolis/SC. Mestra em Design pela Universidade Federal do Maranhão (2016 - 2018). Graduado em Design de Moda pela UNINOVAFAPÍ – Pi. Graduado em Engenharia Sanitária pela Universidade Federal de Mato Grosso (1998), mestrado em Engenharia Civil pela Universidade Federal de Santa Catarina (1995) e doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2000). Atualmente é professor efetivo da Universidade Federal de Santa Catarina e coordena o NASDESIGN-Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design.

² Graduado em Engenharia Sanitária pela Universidade Federal de Mato Grosso (1998), mestrado em Engenharia Civil pela Universidade Federal de Santa Catarina (1995) e doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2000). Atualmente é professor efetivo da Universidade Federal de Santa Catarina e coordena o NASDESIGN-Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design.

³ Designer (ESDI-UERJ, 2001), mestre (PPGCSoc-UFMA, 2008) e doutora (PPCIS-UERJ, 2015) em Ciências Sociais. Professora associada na Universidade Federal do Maranhão, docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Design/UFMA, do qual foi coordenadora entre 2020 e 2022. Líder do NIDA - Núcleo de pesquisas em inovação, design e antropologia (CNPq).

Atualmente, pessoas e comunidades estão mudando suas vidas através de soluções criativas, conhecidas como inovações sociais. Nesse contexto, o design ganha importância por sua capacidade de ajudar na qualidade de vida e promover o bem-estar de pessoas. No entanto, é essencial mudar comportamentos e padrões de consumo, respeitar os limites ambientais, compartilhar conhecimentos e valorizar o convívio social. Assim, conforme afirma Manzini (2008), o design pode mediar mudanças, alterando também a forma como a moda é feita e focando mais nos processos criativos e experiências em contextos não convencionais do que nos produtos em si.

O design aqui apresentado não visa apenas resolver problemas, mas levantar questões e produzir sentido. Assim, precisamos entender que as consequências irão emergir dos encontros, e nesses encontros com as mulheres do Programa Mulheres Mil pudemos estudar possibilidades de estimular e promover a compatibilização de desejos entre o que as mulheres querem e o que o Programa almeja. Assim, “provocando” essas mulheres, em um processo participativo, sustentável, propomos a imaginação de novos futuros para a relação das políticas públicas e mulheres em zona de vulnerabilidade social em São João dos Patos -MA.

A sustentabilidade é um conceito sistêmico que exige mudanças nos modos de vida da sociedade, baseando-se em ações de preservação e regeneração do meio social e ambiental. Seus princípios são fundamentados na justiça social, responsabilidade e solidariedade humana, promovendo uma mudança de valores e critérios. Isso requer novas posturas em relação ao consumo, produção e processos, e o desenvolvimento em todas as esferas sociais, formando novas estruturas sociais. (Manzini, 2008)

O presente artigo é parte de um trabalho maior³, a tese de doutorado intitulada: Imaginar futuros possíveis entre políticas públicas e as mulheres de <omitido para revisão cega>: um percurso pela abordagem sistêmica do design, do Programa de pós-graduação de design da Universidade Federal de <omitido para revisão cega>, cujo objetivo é analisar as relações de correspondências entre as mulheres e o Programa Mulheres Mil, a partir da ótica sistêmica do design.

³ Esta pesquisa conta com o agradecimento e financiamento da Bolsa FAPEMA/2023 a 2025.

O objetivo deste artigo em particular é apresentar iniciativas de inovação social e sustentabilidade na moda, promovidas pelo Programa Mulheres Mil em parceria com o movimento *Fashion Revolution*, através de um concurso de fotos, refletindo sobre a autonomia e qualidade de vida de mulheres em zonas de vulnerabilidade social. A pesquisa busca identificar os principais desafios enfrentados pelas participantes, as estratégias implementadas e as contribuições do programa para a promoção de práticas sustentáveis e inclusivas.

E é a partir deste ponto que nos propomos a recomeçar e repensar em qual é a qualidade do mundo que o design, seguindo sua profunda missão ética, deveria promover. A discussão defendida aqui enfatiza que a moda eurocêntrica deve ceder espaço a uma moda genuína, que valorize a cultura popular em vez de apagá-la, que respeite as raízes culturais e tenha a memória como base fundamental.

Assim, conforme Bandeira (2022), em uma sociedade onde os padrões europeus sempre estabeleceram as normas, esses projetos no qual nos aliamos, mostram como a moda pode ser uma ferramenta de inclusão social e resistência.

Este trabalho está organizado em categorias, que são os resultados do concurso de fotos e histórias, na edição 2023 do *Fashion Revolution*, em São João dos Patos – MA, com mulheres participantes do Programa Mulheres Mil. Consideramos, a partir de imagens apreendidas, a moda relacionada ao afeto, ao artesanato, à identidade, à fidelidade e a confiança. Essas categorias estão descritas no tópico deste trabalho. Antes disso, apresentamos os temas e autores em que nos embasamos e a metodologia usada para esta pesquisa. E no tópico posterior às discussões, concluímos de forma “em construção”

2 Referencial Teórico

A inovação social e a sustentabilidade emergem como temas centrais nas discussões contemporâneas sobre autonomia e inclusão social. Em um contexto de vulnerabilidade social, esses conceitos ganham ainda mais relevância, uma vez que

buscam proporcionar soluções inovadoras para problemas complexos e promover o bem-estar das comunidades envolvidas.

Este referencial teórico proporciona uma base para explorar os impactos e as implicações do Programa Mulheres Mil, evidenciando a importância da moda, inovação social e da sustentabilidade na promoção da inclusão e do desenvolvimento de comunidades vulneráveis.

Antes de discutirmos como a moda em São João dos Patos – MA e contribuir para a inovação social e sustentabilidade no Programa Mulheres Mil, é necessário definir o que é inovação social e sustentabilidade e a relação entre esses temas com a moda e as mulheres em zona de vulnerabilidade social.

2.1 Inovação Social

A inovação social tem, segundo Manzini (2008), o objetivo de promover o senso de comunidade, a solidariedade e estilos de vida mais sustentáveis. De acordo com o autor, um contexto de vida é composto pelo ambiente físico e social de uma pessoa, bem como pelas possibilidades que lhe são oferecidas para fazer escolhas.

Manzini (2008) explica que a qualidade de vida está ligada à maneira como diferentes sistemas (naturais, artificiais, físicos e socioculturais) se inter-relacionam e dependem do cuidado de todos os indivíduos. Assim, o bem-estar deve estar associado não só ao acesso a diversos produtos e serviços, mas também à qualidade e quantidade dos bens comuns disponíveis.

De acordo com Okada e Berlim (2014), inovações sociais são transformações na maneira como indivíduos ou comunidades abordam e solucionam seus problemas, criando oportunidades. Elas formam estruturas sociais mais abertas e flexíveis, rompendo com padrões estabelecidos e experimentando novos arranjos sociais (Manzini, 2008).

Segundo o Centro para Inovação Social do Canadá (CSI), as inovações sociais surgem de ideias que resolvem desafios sociais e culturais, adotando uma nova abordagem para bens públicos e interesses coletivos. Elas representam um sistema de mudanças baseado na colaboração pessoal e na criatividade, podendo

ser lideradas por indivíduos, grupos ou organizações nos setores público, privado e na sociedade civil organizada.

De acordo com Langenbach (2008), as inovações sociais mudam o foco do bem-estar baseado no consumo para a valorização dos relacionamentos e serviços. Essas novas experiências priorizam as necessidades humanas acima das satisfações de mercado, promovendo inclusão social, capacitação de agentes sociais e mudanças nas relações de poder.

As inovações sociais, de acordo com Manzini (2008), abrangem um campo muito amplo de possibilidades. Em geral referem-se a novas estratégias, conceitos e métodos para atender necessidades sociais dos mais diversos tipos (seus campos de aplicação são os mais variados, condições de trabalho, lazer, educação, saúde, etc.).

Ainda, o autor acima afirma que elas se referem tanto a processos sociais de inovação como a inovações de interesse social, como também ao empreendedorismo de interesse social como suporte da ação inovadora.

Em sua essência, uma inovação social é uma ideia implementada para o bem público, resolvendo desafios sociais, culturais, econômicos e ambientais, beneficiando tanto as pessoas quanto o planeta.

2.2 Sustentabilidade e suas dimensões

De acordo com Okada e Berlim (2014), a sustentabilidade é um conceito sistêmico que abrange aspectos econômicos, socioculturais e ambientais, direcionando as atividades humanas para atender às necessidades sem comprometer o meio ambiente.

Isso exige um desenvolvimento produtivo e social dentro dos limites da capacidade do planeta de se regenerar, minimizando os impactos da ação humana e garantindo a satisfação das necessidades das futuras gerações. Esse compromisso requer a distribuição equitativa dos recursos, com base no princípio de que todos têm o direito de acesso ao espaço ambiental.

De acordo com Okada e Berlim (2014), os problemas de sustentabilidade na moda originam-se dos modos tradicionais de produção. Para integrar a sustentabilidade na moda, é necessário mudar o foco dos produtos para os modelos de negócios, regras e metas econômicas atuais. Isso requer uma análise das estruturas, motivações e práticas de negócios estabelecidas. Muitos dos problemas ambientais e sociais da moda não podem ser resolvidos apenas com soluções técnicas ou mercadológicas, mas demandam abordagens morais e éticas, valores que não são aprendidos no mercado.

Ainda, segundo Okada e Berlim (2014), os designers possuem um grande potencial influenciador, podendo se tornar agentes de mudanças. Esses profissionais podem atuar em pesquisa, no setor privado, público, no terceiro setor, e em novos campos como comunicadores, educadores, facilitadores, ativistas e empreendedores.

Como ativistas, os designers podem gerar práticas e ações diretas para alcançar setores sociais e políticos. Na indústria, ao integrar valores ecológicos, eles podem desenvolver sistemas sustentáveis de gestão e responsabilidade social, além de técnicas e criatividade gerencial.

2.3 Breve histórico sobre o Programa Mulheres Mil,

Moda e as relações

Antes de entrarmos propriamente no tema desta pesquisa, é importante sabermos que, com base na plataforma de ações definida na IV Conferência Mundial sobre a Mulher: Igualdade, Desenvolvimento e Paz (Conferência de Pequim de 1995), assim como na história do movimento das mulheres no Brasil, uma agenda relacionada a essas questões foi estabelecida no país (Farah, 2004).

A partir desses princípios, o Programa Mulheres Mil foi implementado no Nordeste em 2005 como uma iniciativa governamental destinada a promover maior equidade de gênero e entender os desafios enfrentados pelas mulheres em situação

de vulnerabilidade social, incluindo renda limitada, baixa escolaridade e múltiplas responsabilidades.

O programa foi posteriormente institucionalizado em nível nacional pela Portaria n. 1.015 de 21 de julho de 2011, e publicado no Diário Oficial da União – DOU nº 140, Seção 1, página 38, sexta-feira, 22 de julho de 2011, sendo reconhecido como uma política pública afirmativa cujo objetivo era proporcionar às mulheres que residem em comunidades com baixo índice de desenvolvimento urbano a oportunidade de obter formação educacional, profissional e tecnológica, a fim de elevar o nível de escolaridade, além de promover a emancipação e facilitar o acesso ao mercado de trabalho. E isso, segundo as diretrizes do Programa, é feito através do incentivo ao empreendedorismo, à economia solidária e à empregabilidade (BRASIL, 2010).

Nesse sentido, apresentamos a cidade de <omitido para revisão cega>, de onde elicitamos os resultados das ações realizadas para esta pesquisa, assentada no Sertão Maranhense, localizada a 570 km de São Luís, com 26.063 habitantes (IBGE, 2022), e que possui uma significativa e contínua produção de bordados, principalmente dos bordados de ponto-cruz. Possui em toda sua extensão, de acordo com Nascimento (2015), essa particularidade cultural que é passada de geração em geração, e assim perpetuando essa técnica artesanal que é considerada primitiva, e ao mesmo tempo, contemporânea, já que se busca, através do impulso à inovação e a uma vida sustentável através de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadoras.

O Instituto Federal do Maranhão – IFMA, instituído nesta localidade desde 2011, oferece cursos superiores e técnicos, onde alguns deles envolvem temas que abarcam os interesses da região em qualificar mão de obra especializada, de acordo com os Arranjos Produtivos Locais – APL's, onde, dentre eles, está o artesanato. Mas, acima de tudo, possibilitar inserção educacional a pessoas que desejam, através da educação, ter um futuro promissor (Lima, 2018). Na sede do IFMA ocorrem as edições do Programa Mulheres Mil desde o ano de 2011.

Pensando no Programa Mulheres Mil, entendemos que as inovações sociais abrangem uma ampla gama de possibilidades para agregar ao Programa, envolvendo novas estratégias, conceitos e métodos para atender às diversas

necessidades sociais, como condições de trabalho, lazer, educação e saúde. Elas englobam tanto processos sociais de inovação quanto iniciativas de interesse social, apoiando o empreendedorismo social e promovendo ações inovadoras.

A preservação e regeneração de nosso capital ambiental e social requerem a ruptura com tendências dominantes de estilo de vida, produção e consumo, explorando e experimentando novas possibilidades. Nesse contexto, o design tem uma missão ética profunda de promover um mundo de qualidade.

Casos de inovação social, especialmente aqueles baseados na vida cotidiana, como comunidades criativas, demonstram como habilidades difusas de design podem criar modos de ser e fazer que são ao mesmo tempo criativos e colaborativos. Esses exemplos são passos promissores rumo à sustentabilidade. (Troiani, 2022)

Transformação sistêmica refere-se a mudanças profundas e abrangentes em sistemas sociais, econômicos, políticos ou ambientais. A transição para modos de vida sustentáveis será um processo de aprendizagem social amplamente difundido, valorizando diversas formas de criatividade, conhecimento e capacidades organizacionais de maneira aberta e flexível.

Tais inovações, segundo Manzini (2008), são frequentemente impulsionadas por novas tecnologias ou pela necessidade de enfrentar problemas urgentes. Com a introdução de novas tecnologias e a evidência dos problemas sociais e ambientais, podemos prever uma nova onda de inovação social, que será um guia poderoso na transição para a sustentabilidade.

Segundo Escobar (2014), esses estudos buscam apresentar alternativas viáveis para os discursos e práticas atuais, trazendo à tona múltiplos projetos e vozes de cosmovisões oprimidas e ocultadas. Para isso, é necessário ver a moda como produto cultural da sociedade e seus significados, redirecionando seus modos de criação e produção de conhecimento.

A autonomia na comunalidade possibilita a ampliação de horizontes e a escuta ativa de diferentes vozes dentro de um território, assim como o uso da natureza para subsistência. Dessa forma, a relação com o local significa pensar a partir do conceito de territorialidade para uma reativação política de outras cosmovisões de mundos relacionais.

Segundo Krucken (2009), por meio da conexão com o território, são criados produtos locais e ecológicos, que manifestam culturalmente a comunidade que os gerou de forma física e cognitiva. Dessa forma, os produtos locais reforçam a importância de considerar essa produção como parte de uma cadeia de valor, orientada a promover a melhoria da qualidade de vida da comunidade e território inserido

A visão eurocêntrica da moda moderna fortalece as desigualdades criadas pela colonialidade, refletindo-se nas sociedades contemporâneas. Contudo, como a citação sugere, a moda não é universal, mas heterogênea e pluriversal. É crucial questionar a colonização da moda, que adota padrões estrangeiros como normativos, permitindo que outras vozes se expressem através da moda.

Quijano (2000) argumenta que, mesmo após o fim do colonialismo nas sociedades colonizadas, a colonialidade persiste. As relações de dominação estão profundamente enraizadas na estrutura social, o que justifica a necessidade do pensamento decolonial para desafiar a narrativa única que governa a construção dos saberes, comportamentos, modos de vestir, falar e se expressar.

A perspectiva de decolonialidade no Programa Mulheres Mil se manifesta ao valorizar práticas culturais locais, como o crochê e o bordado, que rompem com padrões eurocêntricos. Essas atividades resgatam identidades e memórias, promovendo autonomia e empoderamento das mulheres. O programa integra a moda decolonial ao estimular o empreendedorismo baseado em produtos locais e ecológicos, fortalecendo a resistência cultural e criando oportunidades econômicas sustentáveis.

Um outro exemplo é o "*Fashion Revolution*", fundado por Carry Somers e Orsola de Castro após o colapso do Edifício Rana Plaza em 2013, que resultou na morte de 113 trabalhadores da indústria têxtil. Esta organização acredita no poder transformador positivo da moda e visa conscientizar sobre os impactos socioambientais do setor, incentivando a sustentabilidade. No Brasil, desde 2014, o movimento ocorre em abril, promovendo aulas, debates e exibição de filmes que incentivam mudanças de mentalidade e comportamento em consumidores e empresas. (Fashion Revolution, 2022)

O movimento busca aumentar a conscientização sobre a cadeia produtiva da moda e as consequências da produção em massa para o planeta e para territórios específicos, considerando suas demandas locais. É essencial questionar as formas de fazer moda, pois há diversas vertentes, como a moda sustentável, *slow fashion* e autoral, que não seguem diretamente os padrões produtivos europeus, mas interpretam a realidade local e constituem outros processos produtivos que dialogam com a sociedade, o meio ambiente e a cultura.

Apresenta-se neste trabalho ações realizadas na semana do Fashion Revolution, em São João dos Patos, no Maranhão, para questionarmos as formas de fazer e pensar moda.

3 Metodologia

A metodologia para se construir um plano comum foi baseada na pesquisa-ação (Thiollent, 2009), sob o ponto de vista de processos coletivos e está pautado na observação direta do cotidiano das alunas das edições do Programa Mulheres Mil.

Esta pesquisa tem uma abordagem qualitativa, segundo Gil (2008), pois interpreta e analisa eventos passíveis de exploração e, em suas aplicações, permite que tanto as mulheres aqui pesquisadas, quanto o pesquisador estabeleçam uma conexão direta com o tema em questão. Quanto ao objetivo, pode-se dizer que é exploratório e descritivo, pois, como Gil (2002) destaca, a pesquisa investigativa não só coleta dados e registra características específicas de um grupo, mas também oferece uma compreensão significativa do problema por meio de comunicação próxima e direta.

A partir dessa abordagem metodológica, desenvolvemos as etapas da pesquisa considerando métodos específicos e processos metodológicos detalhados. Para iniciar os processos, foi necessário como 1ª etapa: revisar a literatura básica sobre moda, inovação social, sustentabilidade e mulheres em zona de vulnerabilidade social, além de noções em temas relacionados a esta temática.

Após as leituras e familiarização com elas, iniciamos a 2ª etapa, com entrevistas semiestruturadas e conversas formais e informais com as 37 mulheres que participaram do concurso de fotos de peças que contam histórias. Atividades essas que ocorreram durante a semana *Fashion Revolution*, em <omitted> para revisão às cegas>sobre vida cotidiana e a importância da moda em suas vidas.

A partir daí, os discursos foram analisados segundo a análise conteúdo Bardin (2011), composto por três etapas principais: pré-análise; exploração do material, onde foram transcritas e interpretados os dados, respeitando as categorias que eram mais acionadas pelas mulheres; e tratamento dos resultados, incluindo a inferência e interpretação deles, de acordo com o autor da análise. Posteriormente, os dados foram examinados e debatidos à luz da literatura estudada e apresentada no referencial teórico da pesquisa e com colaboração da equipe executora da equipe e colaboração de algumas das mulheres participantes do Programa.

Ao partirmos para a 3ª etapa, em colaboração, criamos o Concurso de Fotos, onde as mulheres foram visitar seus espaços cotidianos e encontrarem sentidos nas peças de roupas que tinham, escolhendo alguma em especial que tivesse uma história interessante para apresentar, através da imagem, partindo do repertório cultural de cada uma; a 4ª etapa contou com a realização do concurso, onde cada mulher enviava, por meio de um formulário eletrônico, a imagem e as histórias correspondentes a elas. Essa mesma plataforma foi usada para que as pessoas de forma livre, votassem na imagem e história que mais lhe atraísse. Por conta de dificuldades tecnológicas que algumas das mulheres apresentaram para acessar o formulário e preencherem os campos solicitados, foi montado uma equipe de suporte para dar assistência presencial a elas, na organização desta etapa. E para a 5ª etapa foi organizado pela equipe gestora a apresentação e exposição de cada peça e a contação da sua história por suas idealizadoras.

A continuidade entre as etapas da metodologia baseia-se em um processo colaborativo de compreensão e expressão das vivências das participantes. As entrevistas semiestruturadas realizadas na segunda etapa, que capturaram histórias pessoais sobre a moda e o cotidiano das mulheres, foram essenciais para entender as categorias de significado que elas associavam às suas roupas, como afeto, identidade e memória.

Essas informações foram fundamentais para a criação do concurso de fotos na terceira etapa, que encorajou as mulheres a revisitarem seus espaços cotidianos e escolherem peças de vestuário que carregassem histórias pessoais. Assim, o conhecimento adquirido nas entrevistas influenciou diretamente a organização do concurso, que permitiu às participantes expressarem essas histórias por meio de imagens, ampliando a visibilidade de suas narrativas pessoais e sociais, culminando na exposição e votação pública. Dessa forma, cada etapa foi conectada de maneira orgânica, desde a coleta de dados até a apresentação final, promovendo a autonomia e reflexão coletiva.

Esse entendimento e a categorização estão expostos nos resultados deste trabalho, conforme observamos no tópico a seguir.

4 Resultados e discussões

Com a intenção de trazer neste debate, reflexão e conscientização sobre temas relevantes como a sustentabilidade, moda, inovação social, mulheres e a relação entre essas temáticas, apresentamos o resultado do concurso de fotos, organizado com a participação de alunas do Programa Mulheres Mil em São João dos Patos, no Maranhão.

Neste artigo em particular, apresentamos e discutimos a segunda etapa descrita na metodologia acima, e, segundo a análise conteúdo de Bardin (2011), composto pelas fases de: pré-análise; exploração do material e tratamento dos resultados, incluímos a inferência e interpretação deles, de acordo com os autores da pesquisa.

Apresentamos aqui uma síntese das etapas da Análise de Conteúdo, de Bardin (2011), com base nas fases descritas no texto:

A pré-análise, como fase inicial envolveu uma revisão da literatura sobre moda, inovação social e sustentabilidade, além de temas relacionados à vulnerabilidade social. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 37 mulheres participantes do Programa Mulheres Mil. Essa fase foi essencial para orientar a pesquisa para permitir uma investigação nos temas-chave e definir as categorias preliminares que serão exploradas.

Na exploração do material, os dados encontrados nas entrevistas foram transcritos e analisados, respeitando as categorias de análise mais acionadas pelos participantes, como moda, afeto, identidade e artesanato. Essa fase envolveu a transcrição das entrevistas e a consolidação dos dados, destacando-se as narrativas pessoais associadas ao uso das roupas como expressões de identidade e memória cultural. As categorias foram refinadas durante essa exploração do material. A partir daí, houve o tratamento dos resultados, inferência e interpretação:

Essa estrutura ajudou a tornar o processo analítico mais transparente e a fortalecer a conexão entre a metodologia e os resultados, evidenciando o impacto da moda no empoderamento e na sustentabilidade social.

Posteriormente, os dados foram examinados, debatidos e socializados, como veremos a seguir.

No concurso as mulheres foram "provocadas" a contarem as histórias de suas roupas que tivesse uma narrativa interessante. A história escolhida em votação pela sociedade patoense, através de formulário on-line, ganharia uma bolsa confeccionada por uma ex-aluna do curso de vestuário e participante do Fashion Revolution.

São essas fotos e histórias que iremos compartilhar e discutir nestes resultados, em categorias subjetivas, capturadas a partir de suas falas conversas informais e entrevistas. Informamos que as imagens e falas foram consentidas pelas mulheres através de Termo Livre e Esclarecido – TCL, e que foram editadas do *instagram* @ifma.sjpatos, com o consentimento das autoras.

4.1 Moda e afeto

Utilizamos como base para analisar a aproximação desses afetos com a moda, a compreensão de forma aberta a teoria dos afetos, em que Spinoza (2009) nos diz que tudo aquilo que atravessa o corpo e pode diminuir ou aumentar, estimular ou contrair sua potência de agir, é chamado de afeto, ou seja, sempre estamos sendo afetados, pois a todo momento nosso corpo é impelido ou repelido a fazer algo.

Figura 1: imagens relacionadas ao afeto



Fonte: autores (2022)

É possível identificar através das três imagens acima, um nível de afeto que envolve outros alcances no despertar dos sentimentos (Carvalho, 2016), pois o fato de que a peça foi confeccionada, infere a sensação de conexão por meio da roupa.

Através do afeto com as roupas, percebemos a emergência de iniciativas que buscam o contato com as peças de forma mais pessoal e dentro de um consumo mais consciente. Exemplos de tais iniciativas são dados por brechós, guarda-roupas compartilhados, aluguel de roupas, troca de peças, entre outras alternativas. De tal maneira, tais práticas servem para avivar a memória e nos lembrar que a roupa pode ser vivida de outras formas.

Percebemos, juntamente com Manzini (2008), casos de inovação social, em particular as inovações sociais de base na vida cotidiana (as comunidades criativas), que indicam como, às vezes, as habilidades difusas de design são capazes de criar modos de ser e de fazer ao mesmo tempo criativos e colaborativos, considerados também como passos promissores rumo à sustentabilidade.

Além de ter afeto pelas peças das imagens acima, a autora das imagens afirma que se preocupa também com a sustentabilidade ambiental, fato que a motiva também a conservar suas peças. Assim, comungamos das ideias de Okada e Berlim

(2014), onde afirma que a sustentabilidade é um conceito sistêmico que abrange aspectos econômicos, socioculturais e ambientais, direcionando as atividades humanas para atender às necessidades sem comprometer o meio ambiente. Assim, para integrar a sustentabilidade na moda, é necessário mudar o foco dos produtos para os modelos de negócios.

4.2 Moda e artesanato

Berlim (2012), afirma que os designers também podem desenvolver projetos de pesquisa baseados em experimentações com saberes locais (como o artesanato), na durabilidade das roupas, no cuidado dos consumidores, no reuso (reciclagem e recondicionamento), e na satisfação proporcionada pelas roupas.

A autora acima destaca atividades, inovações e oportunidades para um futuro sustentável na moda: adequação aos limites de impactos ambientais, novas ideias para "reconstrução ambiental e social", inovações sociais que mudam relações de trabalho e cultura, diferentes modelos de negócios, fortalecimento dos aspectos imateriais da moda, flexibilização de processos produtivos e serviços de moda, adaptação às condições ambientais, e atividades que incentivem a colaboração e participação social.

Figura 2: imagens relacionadas ao artesanato



Fonte: elaborada pelos autores (2023)

A aluna que apresentou as imagens acima acredita que inova cada vez que lida com uma agulha e linhas para confeccionar suas peças de crochê, e faz dessa sua habilidade que lhe foi repassada por sua mãe e avó, como forma de criar novas possibilidades de vender seus produtos. Assim, acionamos Okada e Berlim (2014), afirmando que inovações sociais são transformações na maneira como indivíduos ou comunidades abordam e solucionam seus problemas, criando oportunidades

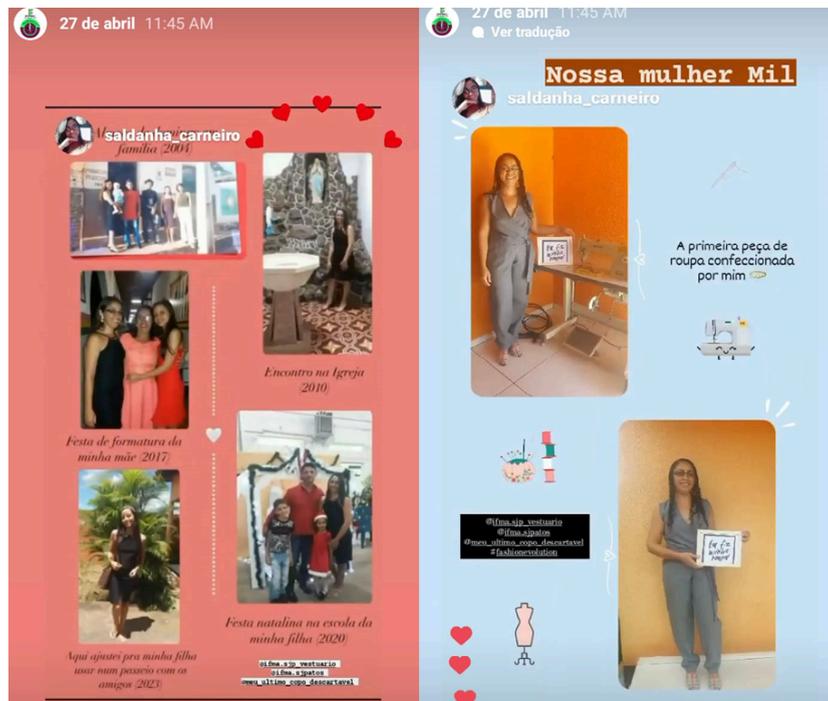
Ainda, Adélia Borges (2003) acredita que existe uma busca dos consumidores por objetos que possuam identidade, diferenciação e referência cultural de seus produtores. Para ela, o artesanato é a representação da identidade de uma comunidade, impregnado de valor cultural.

4.1 Moda e identidade: “eu faço minha moda”

Carvalho et al (2020) afirmam que a moda é identidade e, portanto, pode ser vista como uma forma de expressão da identidade pessoal e coletiva. Através do

vestuário, as pessoas podem expressar suas preferências, crenças e valores, bem como se identificar com um determinado grupo social ou subcultura.

Figura 3: imagens relacionadas à moda e identidade



Fonte: autores (2022)

De acordo com a aluna que enviou as imagens acima, a moda pode ajudar as pessoas a se sentirem mais confiantes e seguras, permitindo que elas expressem sua personalidade de forma visual. Ela pode ser uma forma de mostrar quem somos e de transmitir mensagens sobre nossas preferências e interesses. Além disso, a moda também pode ser uma forma de pertencimento a um grupo social ou cultural.

Assim, entende-se que a sociedade contemporânea, em sua complexidade e contraditoriedade, pode ser vista como um imenso laboratório de ideias para a vida cotidiana, onde modos de ser e de fazer se desdobram em novas questões e respostas inéditas. Isso corresponde exatamente ao que foi definido como o termo inovação social: mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades (Laundry, 2006; Emude, 2006).

Na imagem acima, a aluna apresenta sua conexão com a localidade em que vive e diz que a proposta da sua peça diz muito sobre sua identidade e do local de onde ela vem. Assim, acionamos Krucken (2009) afirmando que a conexão com o território resulta na criação de produtos locais e ecológicos, que expressam culturalmente a comunidade que os originou, tanto física quanto cognitivamente. Assim, os produtos locais destacam a relevância de considerar essa produção como parte de uma cadeia de valor, voltada a melhorar a qualidade de vida da comunidade e do território envolvido.

4.4 Moda, fidelidade e confiança

De acordo com Lapoujade (1997), a confiança diz respeito à disponibilidade para agir quando os limites e possibilidades de ação excedem a capacidade de compreensão e conhecimento.

Trabalhar a ideia de confiança, pelo que observamos nas práticas com as alunas participantes do Programa Mulheres Mil, é trabalhar essa ideia dentro de uma perspectiva de colaboração, onde o design se apropria de categorias como cocriação, trabalho colaborativo, codesign, co-produção e design participativo.

Figura 4: imagens relacionadas à moda, fidelidade e confiança



Fonte: autores (2022)

A análise da imagem acima revela uma peça de vestuário que desfrutou de múltiplas ocasiões de uso, tanto pela proprietária quanto por outras pessoas. Esse fenômeno demonstra como um único produto pode encapsular conceitos essenciais da moda, como fidelidade e confiança. Através dessa peça, a moda se torna um veículo para expressar identidade, estabelecer conexões sociais e transmitir mensagens sobre o eu e a comunidade.

Essas conexões, segundo Berlim (2012), são cruciais para a promoção da sustentabilidade, funcionando como experimentos sociais de futuros possíveis. Apesar da incerteza sobre quais iniciativas serão bem-sucedidas, cada tentativa oferece oportunidades de aprendizado, desde que seu valor seja reconhecido.

O Programa Mulheres Mil, que atua com mulheres em zonas de vulnerabilidade social, exemplifica essa abordagem. Através de iniciativas locais, o programa visa capacitar mulheres, promovendo sustentabilidade social e econômica em comunidades vulneráveis. Essas iniciativas são laboratórios sociais onde se experimentam e ensaiam diferentes movimentos rumo à sustentabilidade, alinhando-se à visão de Manzini sobre a importância de discontinuidades locais e a aprendizagem social para a transição sustentável. (Troiani et al, 2022)

Na imagem acima, a autora afirma que mantém fidelidade à pessoa que faz suas roupas, conhece seus gostos e tem confiança em suas sugestões. Nesse sentido, acionamos Segundo Escobar (2014), entendendo que essas estudos procuram oferecer alternativas viáveis aos discursos e práticas atuais, revelando diversos projetos e vozes de cosmovisões marginalizadas e ocultas. Para tanto, é preciso enxergar a moda como um produto cultural da sociedade, com seus próprios significados, e redirecionar as formas de criação e produção de conhecimento.

5 Conclusão em construção

Com base na pesquisa apresentada e considerando o objetivo do artigo de apresentar iniciativas de inovação social e sustentabilidade na moda promovidas

pelo Programa Mulheres Mil, podemos concluir que o concurso de fotos avaliou a autonomia e qualidade de vida de mulheres em zonas de vulnerabilidade social.

Justifica-se que não foram apresentadas todas as imagens inscritas no concurso, mas as selecionadas foram as mais representativas e relevantes para a análise e as discussões apresentadas no artigo, onde foram apreendidas as categorias: moda e afeto, moda e artesanato, identidade, moda, fidelidade e confiança.

Entende-se, portanto, que o afeto pelas roupas pode ressignificar seus usos e modificar suas formas de consumo; que a roupa tende pois a estar associada com a memória ou, para dizer de forma mais forte, a roupa é um tipo de memória; que o artesanato exprime um valioso patrimônio cultural acumulado por uma comunidade ao lidar, através de técnicas transmitidas de geração para geração, com materiais abundantes na região e dentro de valores que lhe são caros; sobre a relação entre moda e identidade se revelou de forma cativante no concurso de fotos, onde as alunas compartilharam imagens e histórias de suas peças de moda.

Cada vestimenta contava uma narrativa única, refletindo experiências pessoais, valores culturais e aspirações. Essa interseção entre o material e o simbólico demonstra como a moda transcende o simples ato de vestir-se, tornando-se uma expressão poderosa da individualidade e pertencimento; a relação entre moda e fidelidade e confiança se manifestou de maneira intrigante no concurso de fotos, onde as alunas compartilharam imagens e histórias onde cada vestimenta não apenas expressava estilo, mas também revelava a confiança das participantes em sua própria identidade. A fidelidade à autenticidade pessoal refletiu-se nas escolhas de moda, criando um ambiente de autonomia e conexão. Essa interação entre roupas e confiança destaca como a moda transcende o superficial e se torna uma ferramenta para expressar “quem somos e em quem acreditamos” conforme afirma uma aluna do Programa Mulheres Mil.

Diante do exposto, apresentamos os desafios enfrentados pelas participantes: (I) vulnerabilidade socioeconômica: As mulheres atendidas pelo programa enfrentam dificuldades financeiras e sociais, o que pode afetar sua capacidade de acesso à educação e oportunidades de trabalho; (II) violência: Muitas delas também são vítimas de violência física, psicológica, sexual, patrimonial e

moral; (III) Infraestrutura deficitária: Moradoras de locais com infraestrutura precária, essas mulheres enfrentam desafios adicionais para participar de programas educacionais e profissionais.

Como estratégias implementadas apresentamos :i) diagnóstico do território: O programa realiza um diagnóstico detalhado do contexto local para entender as necessidades específicas das mulheres em São João dos Patos; ii) Arranjos Produtivos Locais (APLs): Identificando oportunidades de formação profissional alinhadas às demandas do mercado local; iii) Princípios pedagógicos: A metodologia do programa baseia-se em princípios como dialogicidade, problematização, igualdade e empoderamento.

Em relação às contribuições do Programa destacamos a qualificação profissional, onde o Programa Mulheres Mil oferece cursos que capacitam as mulheres para o mercado de trabalho, melhorando suas perspectivas de emprego e renda.

Por tudo isso, a moda se tornou um dos meios importantes de representação da identidade de um povo; que a confiança fortalece, no outro e em si mesmo, a coragem da entrega; e que nas categorias estabelecidas, existe um conjunto de procedimentos onde estão envolvidas pessoas que produzem e as que consomem moda.

Essa conexão entre moda e identidade cultural, impulsionada por iniciativas como o Fashion Revolution, fortalece o conceito de moda sustentável. Os participantes não apenas se apropriam das roupas como expressão de quem são, mas também ressignificam o consumo consciente ao darem novos significados às peças. O concurso de fotos permitiu que essas mulheres revisitassem suas histórias e contassem suas narrativas por meio de imagens, reforçando como a moda pode ser uma ferramenta de inclusão social, ao mesmo tempo em que reflete questões de sustentabilidade e respeito à razão

Dessa forma, o Programa Mulheres Mil não apenas promoveu a inclusão social e o empoderamento das mulheres em situação de vulnerabilidade, como também usou uma moda como um vetor para compensar a sustentabilidade em sua interseção com a identidade cultural. A moda deixou de ser um simples ato de vestir

e tornou-se uma ponte entre o passado cultural e um futuro mais sustentável, fomentando o empreendedorismo e a conscientização sobre o consumo consciente

Compreende-se, portanto, em consonância com Rivera Cusicanqui (2010), que a partir do que vimos e presenciamos, e de forma crítica, as imagens oferecem interpretações e narrativas que mostram uma leitura do social, e que produções reflexivas e autorreflexivas questionam quem deve e pode falar pelos “outros”.

Assim, apresentamos nossa contribuição ao dossiê sustentabilidade e inovação social, com essa pesquisa original, sendo um relato de experiência e ações que tratam e articulam esse tema.

Referências:

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL. Lei nº 12.314, de 19 de agosto de 2010b. Altera as Leis nos 10.683, de 28 de maio de 2003, que dispõe sobre a extinção e dissolução de entidades da administração pública federal; revoga dispositivos da Lei no 10.678, de 23 de maio de 2003; e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 20.08.2010.

_____. **Guia metodológico do sistema de acesso**, permanência e êxito. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2012.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**: manifesto pela grande virada. São Paulo: Paralela, 2016.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BANDEIRA, Suene Martins. **VESTIR COMO CULTURA**: moda e decolonialidade na marca nalimo. 2022. 171 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pósgraduação em Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2022.

BERLIM, Lilyan. Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária; São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

ESCOBAR, Arturo. **Autonomía y diseño**: la realización de lo comunal. Popayán: Universidad del Cauca, 2016.

ESCOBAR, Arturo **Sentipensar con la tierra**: Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia, Medellín, UNAULA, 2014.

FARAH, Marta Ferreira Santos. Gênero e Políticas Públicas. Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 12 (1): 47-71, janeiro-abril/2004.

FASHION REVOLUTION BRAZIL. **Semana Fashion Revolution, 2022**. Disponível em: < <https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/> > Acesso em: fev. 2022.

KRUCKEN, Lia. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

TROIANI, Leonice et al. Moda sustentável: uma análise sob a perspectiva do ensino de boas práticas de sustentabilidade e economia circular. **Cad. Ebape.Br**: Rio de Janeiro, Jan./Fev. 2022, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, p. 62-76, 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. População Estimada. Perfil dos Municípios Brasileiros. 2022. Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/sao-joao-dos-patos/panorama>. Acesso em 15 de maio de 2024.

LANGENBACH, Marcos, L. **Além do apenas funcional**: inovação social e design de serviços na realidade brasileira – Rio de Janeiro: VII 123 p.29,7 (COOPPE/UFRJ), 2008.

LIMA, Márcio S. **O AVESSO**: alcances e limites da consultoria em design na Associação de Mulheres da Agulha Criativa, em São João dos Patos – MA. 152 f. Dissertação de mestrado apresentado ao Programa de Pós Graduação em Design da Universidade Federal do Maranhão. São Luis –MA. Defendida em 2018

MANZINI, Ezio. Design, **when everybody designs**. An introduction to Design for Social Innovation. The MIT Press: Cambridge/London, 2015.

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

NASCIMENTO, Luiz Augusto. **Dados socioculturais de São João dos Patos – Maranhão**. In: VII CONNEPI. Palmas: 2015.

QUIJANO, Anibal (2000). **Colonialidad del poder y clasificacion social**. Journal of world-systems research, v. 11, n. 2, p. 342-386. Disponível em: <<https://jwsr.pitt.edu/ojs/jwsr/article/download/228/240/>> Acesso em: 20 novembro 2021.

OKADA, Regina Akemi; BERLIM, Lilyan. DESIGN DE MODA: possibilidades de inovação social e sustentabilidade. Iniciação: **Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 1-24, maio 2014. Vol. 4 N O 1 - Maio de 2014.

RIVERA Cusicanqui, Silvia. **Ch'ixinakax utxiwa. Una relexión sobre prácticas y discursos descolonizadores**. Buenos Aires: Tinta Limón, 2010.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 2009.