

O TECIDO SOCIAL DA MODA SOLIDÁRIA

São Paulo, BrasilSão Paulo, Brasil



cibele barros

<https://www.youtube.com/watch?v=NaE9ZNdvYKs>



Ano em que foi fundado:
2014

Tipo de organização:

Com fins lucrativos

Estágio do Projeto:

Start-Up

Orçamento:

\$1,000 - \$10,000

Website:

<http://www.tecidosocial.com.br>

Facebook:

<https://www.facebook.com/tecidosocial/>



- [Corporate social responsibility](#)
- [Fair trade](#)
- [Income generation](#)
- [Labor](#)
- [Networking](#)
- [Social enterprise](#)

Resumo do projeto

Pitch de Elevador (Explicação curta e direta)

Resumo conciso: Ajude-nos a lançar esta solução! Forneça uma explicação dentro de 3-4 frases curtas.

Promover uma nova consciência e economia da moda, mais justa, ética e inclusiva, qualificando e viabilizando economicamente

empreendedores solidários de costura através de referenciamento, conexões de negócios, parcerias e intercâmbio de saberes entre estudantes, profissionais e empresas.

E SE... - Inspiração: Escreva uma frase que descreve uma forma que seu projeto se atreve a perguntar: "E SE?"

E se a moda fosse o espelho de uma economia mais generosa, inclusiva e distributiva e as nossas roupas tivessem um indicador de liberdade e felicidade?

SOBRE O PROJETO

Problema: Este projeto busca solucionar qual problema?

O desencanto com a costura e a moda, nos moldes da lógica de produção de escala e consumo intensivo, característicos de um sistema econômico que banaliza a vida e a natureza. É fundamental apresentar alternativas ao modelo tradicional de negócio e produção com bases em valores que gerem resultados econômicos e inovação, com inclusão social e preservação de direitos, restabelecendo os elos humanos na cadeia e poupando elevados custos ambiental.

Solução: Qual é a solução proposta? Por favor, seja específico!

Promover a economia solidária no universo da moda, com metodologias e ferramentas para: (1) dar visibilidade aos empreendedores solidários da costura, suas trajetórias e habilidades, em diversas mídias: revista, vídeo, site, redes sociais; (2) promover o relacionamento, parcerias, conexões de negócios e intercâmbio de saberes entre costureiros, estudantes e profissionais; (3) Sensibilizar e educar o profissional de moda sobre as premissas da economia solidária, comércio justo, responsabilidade social e ambiental; (4) Influenciar e estimular a lógica da sustentabilidade no exercício profissional da moda, observando referências, práticas e produção, da seleção de matérias primas à confecção e gestão do negócio.

Impact: How does it Work

Exemplo: Compartilhe um exemplo específico de como essa solução faz a diferença, inclua situações práticas.

Para realizamos o nosso propósito econômico, o modelo se propõe a apresentar, conectar e educar os atores de moda e de confecção solidária, intercambiando ajustes e melhorias nos processos de produção e gestão, de cada parte. Cada agente é mestre e aprendiz do outro. Na exposição dos projetos e grupos em vídeo, mídia impressa e redes sociais, o próprio grupo é um educador e multiplicador dos conceitos de economia solidária. As costureiras contam a sua trajetória, apresentam o negócio, como trabalham e os seus produtos. Alguns vídeos já estão disponíveis no canal YouTube (www.youtube.com/channel/UCnov179v2HCzFcPWCCcn6oQ). Temos parceria com a Revista Costura Perfeita (www.costuraperfeita.com.br), apresentando-os na coluna Costura Social.

Impacto: Qual tem sido o impacto do seu trabalho até hoje? Descreva também o impacto esperado para o futuro do projeto.

Estamos realizando projetos com diferentes categorias de empreendedores solidários e profissionais de moda. É um laboratório dinâmico e desafiador pela exposição dos atores à alteridade social, econômica e técnica, num ambiente em que predominam o contato pessoal, a produção artesanal e em pequenas quantidades. Os grupos já apresentados receberam várias abordagens de novos negócios e reconhecimento, fortalecendo sua autoestima e disposição para melhorarem seus processos e empreenderem. Estilistas envolvidos em projetos tem curiosidade e interesse em aprender sobre economia solidária e educar os seus próprios costureiros. O grupo Costurando a Vida lançou a própria marca, Tyluci. Queremos desenvolver uma tecnologia social de fomento à viabilização financeira de empreendimentos solidários com vocação e capacidade técnica para oferecer uma alternativa de produção para o mercado da moda.

Estratégias de Expansão: Avançando o projeto, quais são as principais estratégias para ampliar o seu impacto?

O principais pilares estratégicos de crescimento são: Pesquisa; qualificação/instrumentalização; comunicação e parcerias. A pesquisa será intensiva, para ampliarmos o mapa de empreendimentos e projetos de costura solidária envolvidos e qualificados em até 20 grupos por ano. Atuamos em 5 municípios do estado de São Paulo, com planos de ampliação para outras localidades. Qualificação: diagnóstico de perfil e necessidades, sistematização de ferramentas e agenda educativa. Comunicação: ampliação de recursos audiovisuais. Parcerias por área de competência e localização, para otimizar o atendimento.

Sustentabilidade

Plano de Sustentabilidade Financeira: Qual é o plano para garantir a sustentabilidade financeira do projeto?

O projeto está sendo financiado por recursos próprios, um investidor anjo e vendas de produtos desenvolvidos pela Tecido social e confeccionados por grupos empreendedores parceiros da iniciativa. Temos um plano de sustentabilidade financeira que contempla os seguintes pilares: fundo de reserva; oferta de espaço publicitário; assinatura de acesso à plataforma de serviços especializados; vendas de produtos; captação via Leis de Incentivo; Crowdfunding.

Mercado ou Setor: Quais projetos ou organizações estão solucionando o mesmo problema que você e como essas propostas diferem da sua?

No Brasil, o ambiente da moda sustentável e consumo consciente, tem sido progressivamente favorecido pela mobilização de profissionais, empresas, Associações e mídias, estimulando o surgimento de projetos e Startups, que atuam em diferentes frentes do problema: ambiental, social, formação, consumo. Alguns projetos se aproximam do propósito mas divergem na abordagem, metodologia e ferramentas de trabalho, mas estamos juntos na missão desafiadora de elevar a cultura de produção e consumo de moda a patamares superiores de responsabilidade e atitude transformadoras. Vamos buscar parcerias.

Equipe

História de fundação


O despertar para a costura e as questões impactantes da cadeia Têxtil ocorreu há 3 anos quando eventos importantes redefiniram a minha


trajetória: decidi costurar; ocorrências de trabalho escravo na costura, Rana Plaza e o ingresso na equipe do Fashion Revolution Brasil. "Aha!" A soma destas variáveis motivaram o sentimento de urgência por modelos alternativos que restabelecessem a conexão positiva e ética da costura com as nossas vidas. A transição das oficinas do Senac, como costureira profissional, para a fundação da Tecido Social, para criar uma plataforma de trabalho da moda social, foi acelerada pela participação no programa do Social Good Brasil/2014 e inspirada por costureiras lindas


Equipe

Cibele de Barros (Fundadora e Gestora Executiva) - Socióloga graduada pela USP, MBA em Marketing pela FEA/USP, com especialização em Responsabilidade Social pela FGV. Experiência em desenvolvimento de sistemas de gestão de informação, estratégias de relacionamento, pesquisa de mercado, análise de viabilidade de novos negócios, gestão de projetos de planejamento estratégico corporativo, diagnóstico e desenvolvimentos de projetos para o terceiro setor e programas sociais para agências financiadoras internacionais, como: Banco Mundial, Inter-American Foundation, Fundação Avina, Fundação Hewlett, Petrobrás, UNDP. Alguns lugares por onde passei: Itaú Tecnologia, Salles InterAmericana, Microsoft, IDC-International Data Corp. Instituto Ethos, CBCS – Conselho Brasileiro de Construção Sustentável, UNDP, Rede Papel Solidário, Ministério das Cidades, ex-sócia e diretora da empresa Sciranda de Projetos e Tecnologias. Alguns projetos que realizei: Petrobrás (processo de seleção de projetos sociais), Instituto Ethos (formatação de projetos e gestão de programas de agências financiadoras), ABCP/Ashoka (constituição da Plataforma de iniciativas, Clube da Reforma), UNDP-United Nations for Development Programme (constituição da Fundação Nacional de inclusão digital, das Ilhas Maurícius), CBCS (constituição da organização e estruturação da operação); Rede Papel Solidário (desenvolvimento de ferramenta de avaliação de gestão de ONGs, planos de captação de recursos). Carina de Barros Fernandes (co-Fundadora e gestora de Áudio Visual) - Bacharel em Audiovisual pelo Centro Universitário SENAC (graduação em 2011), trabalha desde então como fotógrafa e film maker, pela sua empresa Violeta Imagens. Dentre seus trabalhos de destaque estão o documentário Brinda Project, selecionado em 2014 pelos festivais Mumbai International Film Festival e Delhi Women's International Film Festival e exibido no CineMIS, Escola São Paulo, Centro Cultural Indiano e Espaço Cultural Govind (Santos). É membro da equipe do Projeto Tecido Social, tempo parcial, desde a sua fundação, responsável área audiovisual, atuando como fotógrafa e videomaker. A nossa estratégia de atuação está pautada no estabelecimento de parcerias com profissionais especializados nas áreas que compõem o portfólio de conhecimentos e serviços agregados e que demonstrem total afinidade com os valores e propósito social da iniciativa. Acreditamos na formação de redes colaborativas. Como tal, participamos da formação e somos membros da rede de Costura Solidária, do município de São Paulo. O projeto já conta com colaboradores parceiros nas áreas de: Comunicação (Revista Costura Perfeita, Review Slow Living); Desenvolvimento de produtos de moda, branding e gestão, com foco em sustentabilidade (UN Moda Sustentável); desenvolvimento institucional e capacitação de ONGs e negócios sociais (Rede Papel Solidário); Espaço educacional (Lab Fashion); Modelos estratégicos (Hagare Modelos Sustentáveis) e estamos buscando novos parceiros na própria plataforma de projetos do Changemakers.

Anexar arquivos:

 111.pdf

 108.pdf

 120.pdf

Cadeia de valor: Onde seu trabalho se encaixa na cadeia têxtil? [selecione todas que se aplicarem]

Consumo.

Sua função: Qual é a sua relação com a indústria têxtil? [selecione todas que se aplicarem]

Consumidor(a), Membro de equipe de instituição sem fins lucrativos, Pesquisador(a).

Grupo alvo: Com quais grupos de atores da indústria têxtil você se envolve ou capacita por meio de seu trabalho? [selecionar todas que se aplicarem]

Marcas, Consumidores, Corporações, Designers, Proprietários(as) de Fábricas, Elaboradores(as) de políticas públicas, Pesquisadores(as), Varejistas - Rede de Mercadoria de Massas, Fornecedor - contratante, Tecnologistas, Empresas comerciais, Mulheres, Jovens, Outros [especificar].

Foco de Intervenção: O que você está tentando alcançar/influenciar? [selecionar todas que se aplicarem]

Responsabilidade, Consumo Consciente, Práticas Ambientalmente Sustentáveis, Contra o trabalho forçado e contra o tráfico humano, Economia de reciclagem ou circular, Transparência.

Instrumento para mudança: Selecione até 3 maneiras em que seu trabalho está ajudando a transformar a indústria.

Desenvolvimento de Capacidades, Organização, Mídia.

Seu projeto tem como objetivo solucionar algum dos seguintes obstáculos chave?

Consumidores não estão motivados a se importar: Não há razões convincentes ou maneiras fáceis para mudar os hábitos dos consumidores, A sustentabilidade ainda não está no DNA: O modelo atual de moda rápida desincentiva economias impulsionadas por valor.

Seu projeto utiliza algum dos princípios de design inovadores abaixo?

Ativar o conhecimento local para impulsionar soluções: Criar oportunidades para trabalhadores se tornarem líderes, Mudar negócios habituais: Identificar atores-chave que possam influenciar o resultado final, Transformar a cadeia em uma rede: Conectar setores improváveis que abram novos caminhos para a sustentabilidade.

Inspiração para a inovação: Quando você pensou em seu projeto pela primeira vez, você pensou nele como aplicável à indústria têxtil?

sim

Se você respondeu 'não' na pergunta anterior, seu projeto originalmente tinha o objetivo de transformar qual indústria?

Replicando na indústria têxtil: Se inicialmente o seu projeto não era direcionado para a indústria têxtil, como você o está personalizando especificamente para direcioná-lo agora?

O projeto foi concebido para rever nossas relações com a produção de moda.

Você está cultivando ou inspirando outras pessoas a serem agentes de transformação? Se sim, como?

Diariamente, sendo coerente na atitude, compartilhando saberes e descobertas e como ativista e membro do Fashion Revolution

Conte sobre as parcerias que te ajudam a melhorar sua abordagem. Como você colaborou com outros atores na indústria para aumentar seu

impacto?

Pesquisa e apresentação de referências sobre o tema em palestras com estudantes e profissionais de moda.

Source URL: <https://www.changemakers.com/pt-br/tecendoamudanca/entries/o-tecido-social-da-moda-solid%C3%A1ria>