



ModaPalavra e-periódico

ISSN: 1982-615X

modapalavra@gmail.com

Universidade do Estado de Santa Catarina

Brasil

Cristina Visoná, Paula

Sobre o Estar-Junto-Com Como Tendência Sociocultural e Coletivos Criativos: uma proposta interdisciplinar de metodologia para identificação de tendências visando cenários de futuro

ModaPalavra e-periódico, vol. 11, núm. 22, 2018, Julho-Dezembro, pp. 113-144

Universidade do Estado de Santa Catarina

Brasil

DOI: <https://doi.org/105965/1982615x11222018113>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514056552019>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

redalyc.org
UAEM

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Sobre o Estar-Junto-Com Como Tendência Sociocultural e Coletivos Criativos: uma proposta interdisciplinar de metodologia para identificação de tendências visando cenários de futuro

- Paula Cristina Visoná¹

P.113-144

Enviado 31/01/18 / Aceito 16/03/18

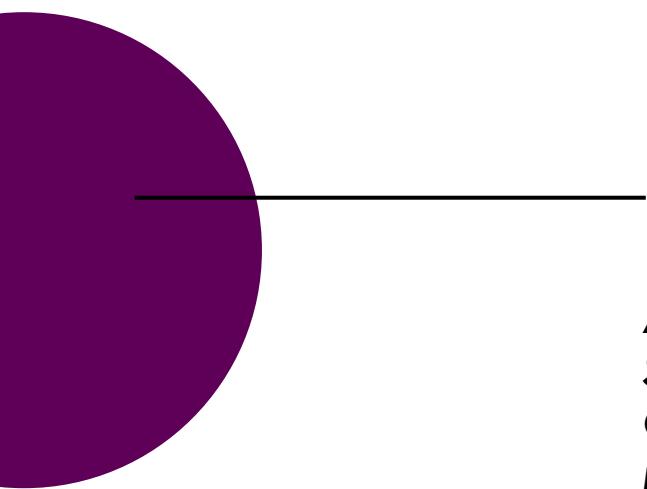
¹ Doutora, Universidade do Vale do Rio dos Sinos/ pvisona@unisinos.br
Orcid: 0000-0001-7822-7561 / <http://lattes.cnpq.br/8731111887013225>

Sobre o Estar-Junto-Com Como Tendência Sociocultural e Coletivos Criativos: uma proposta interdisciplinar de metodologia para identificação de tendências visando cenários de futuro

RESUMO

Esse artigo se debruça sobre uma proposta de metodologia de identificação de tendências socioculturais e seus desdobramentos. Para desenvolver tal objetivo, abordamos o entendimento de tendências especialmente a partir de uma visão sociológica. Ao abrirmos essa perspectiva, introduzimos nosso entendimento de que tendências socioculturais são sensibilidades sociais, e assim sendo, estabelecem os princípios para a emergência de formas sociais, valores e outras tendências. O entendimento dessa relação é essencial, pois nos leva a abordar a correspondência entre o objeto de estudo dessa investigação – os *Coletivos Criativos* – e a tendência sociocultural *estar-junto-com*. Tendo estabelecido as conexões entre essas instâncias, o trabalho aborda a imanente relação entre elas e a emergência da economia criativa, também tratada aqui como economia da cultura. Após tecer essas afinidades, apresentamos a ferramenta cenários de futuro e localizamos sua utilização na proposta metodológica que desdoblamos. Tal proposta se pauta em princípios da sociologia compreensiva, da antropologia interpretativa e do Dialogismo, tendo nos cenários de futuro um mecanismo de visualização, por meio de narrativa, de desenvolvimento para elementos identificados *in loco* em *Coletivos Criativos* da cidade de Porto Alegre.

Palavras-chave: tendências socioculturais, coletivos criativos, cenários de futuro.



About Being-together with As a Sociocultural Tendency and Creative Collectives: an interdisciplinary proposal of methodology for identifying trends for future scenarios

ABSTRACT

This article focuses on a proposal for a methodology to identify sociocultural trends and their consequences. To develop this objective, we approach the understanding of trends, especially from a sociological perspective. In opening this perspective, we introduce our understanding that sociocultural tendencies are social sensitivities, and thus establish the principles for the emergence of social forms, values, and other tendencies. The understanding of this relationship is essential because it leads us to address the correspondence between the object of study of this research - the Creative Collectives - and the sociocultural tendency being-together-with. Having established the connections between these instances, the work addresses the immanent relationship among them and the emergence of the creative economy also treated here as the economy of culture. After weaving these affinities, we present the future scenarios tool and locate its use in the methodological proposal that we deploy. This proposal is based on principles of comprehensive sociology, interpretive anthropology, and Dialogism, having in the future scenarios a visualization mechanism, through narrative, of development for elements identified in loco in Creative Collectives of the city of Porto Alegre.

Keywords: *sociocultural tendencies, creative collectives, creative economy, future scenarios.*

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta uma abordagem para a temática de pesquisa de tendências, com foco em um tipo específico: as tendências socioculturais. Para tanto, alinhamos a perspectiva apresentada a princípios da sociologia compreensiva, especialmente no que tange a relação entre sensibilidades sociais e a emergência de ruídos (MAFFESOLI, 1988). Entendemos que o assunto já vem sendo desenvolvido por outros pesquisadores, especialmente no que tange à relação tendências e sociedade. Nesse sentido, a literatura sobre o tema versa especialmente sobre a relação tendências x emergência de valores e necessidades X movimentos que apontam para o novo (CALDAS, 2004; MASSONNIER, 2008; VEJLGAAARD, 2008; RAYMOND, 2010; DRAGT, 2017; GLOOR E COOPER, 2007). O âmbito de acontecimento desses fatores é meio social e cultural, o que converge para nossa abordagem. O que difere na perspectiva que apontamos é a localização da sensibilidade social no horizonte desses eventos. Na visão que iremos apresentar, os valores e as necessidades são desdobramentos de uma sensibilidade social, sendo esse elemento anímico uma espécie de vapor – para usar a metáfora constante no trabalho intitulado *O Tempo Retorna*, de Maffesoli (2012) – que irá formar a atmosfera que envolve sujeitos, instâncias e organizações.

Assim, as tendências socioculturais são o fundamento para a constituição de laços associativos interpessoais, estimulando o surgimento também de formas sociais (MAFFESOLI, 1988; SIMMEL, 2006). Tais formas já apresentam nuances de constituição em movimentos que alinham pessoas em certos grupos sociais. Na visão que iremos desenvolver, esse alinhamento se dá pela relação sensibilidade social x ideia x produções, sendo o acontecimento dessa última já em nível intangível, caso de pensamentos e gestos. Essa conexão, que subentende complementaridade justamente com o estímulo de valores e necessidade,

estabelece os princípios para a geração de novas tendências, ou embriões de futuro (BAKHTIN, 2008). Todos esses elementos compõem o imaginário social, que pode ser rastreável a partir do momento que assumimos uma postura que valoriza o olhar mais próximo dos agentes (ou tipos sociais), que estão vivenciando, de modo mais potente, a sensibilidade social.

Nesse sentido, apresentamos nossa proposta metodológica baseada na valorização dos agentes e das formas sociais decorrentes da sensibilidade social *estar-junto-com* (MAFFESOLI, 1988; 2002; 2012; 2014). As próximas seções deste estudo irão apresentar algumas características dessa tendência sociocultural, bem como quais agentes e formas sociais elegemos para compreender seu desdobramento em novas tendências. Ao empreendermos essa tarefa, também iremos localizar a conexão entre essa tendência e fatores centrais da efervescente economia criativa – ou, economia da cultura (YÚDICE, 2014). A abordagem investigativa para construir tais relações se dará tanto pela análise de aportes teóricos, como pela realização de um breve relato de campo, orientado por premissas da abordagem de Maffesoli (1988) para a sociologia comprensiva, e de aspectos fundamentais da antropologia interpretativa de Geertz (2008).

2. IMAGINÁRIO SOCIAL E A EMERGÊNCIA DE TENDÊNCIAS SOCIOCULTURAIS

A metáfora da formação de uma atmosfera é utilizada por Maffesoli (2012) para explicar os elementos que se alinham na constituição do imaginário social. Neste sentido, ele também utiliza a palavra *clima*, pontuando uma relação entre o sentir/perceber os vapores formantes do clima em análise. Tendo em vista que o imaginário não é *algo tangível* – no sentido de poder ser tocado como um objeto duro – mas, entendendo que existe um *algo* que nos envolve e orienta respostas em termos de, por exemplo, estilo, o sociólogo afirma:

O clima *stricto sensu* é um elemento não desprezível do caráter das nações. Pode-se, igualmente, pensar que o clima espiritual não deixa de ter consequências sobre os modos de vida. Ele *informa* as maneiras de ser (MAFFESOLI, 2012, p.29).

Cada época parece ser manifestada nas partículas que compõem o cotidiano, conectando vontades e consciências de maneira multidirecional (MAFFESOLI, 1988; 2002). Pensamentos, gestos, palavras são instâncias que apontam para nuances do imaginário que está se constituindo em um dado momento:

Há um estilo no cotidiano feito de gestos, de palavras, de teatralidade, de obras em caracteres maiúsculos e minúsculos, do qual é preciso que se dê conta – ainda que, para tanto, seja necessário contentar-se em tocar de leve, em afagar contornos, em adotar um procedimento estocástico e desenvolto (MAFFESOLI, 1988, p.36).

Claro, o autor se refere a procedimentos de investigação social que levem em conta não só o dado manifesto – abordagem, geralmente, de cunho quantitativo. Ele está considerando aquilo que é latente, portanto, praticamente da ordem do sensível, da percepção que subentende empatia e cumplicidade do observador/investigador social e cultural. Esta abordagem nos interessa, visto percebermos a existência de algo *sensível* que interconecta indivíduos, instâncias e representações. Essa conexão pode ser observada através de alguns elementos já mencionados a partir do sociólogo: o gesto, as palavras, a teatralidade; bem como por meio do que Simmel (2006) e Maffesoli (1988) nomeiam de forma social. Para ambos sociólogos o termo serve no sentido de nominar aquilo que é anterior à materialização sínica, mas que fundamenta a existência de diversas corporificações.

Ao considerarmos a relação entre tendências x imaginário social x formas sociais x materializações, estamos avaliando a perspectiva de movimentos que se alinham que se formam e que podem apresentar

nuances do futuro. Na perspectiva que iremos trabalhar aqui, vemos que as tendências socioculturais emergem no meio social de modo *silencioso*, empreendendo um arco de desenvolvimento que acaba por impactar diretamente na produção cotidiana, em seu entendimento mais amplo (MASSONNIER, 2008).

Berger e Luckmann (2009), auxiliam a compreender melhor o que estamos considerando. Segundo os sociólogos, a produção humana é fruto de interconexões que, primeiramente, se dão em nível subjetivo, para após assumirem formas em instâncias de representação que compõem o mosaico sociocultural coletivo. Trata-se da expressividade humana, que alinha produtores e produtos além de situações face a face, expandindo as formas de expressão e viabilizando objetivações conforme vão se estabelecendo novas relações intersubjetivas (IBIDEM, 2009).

Nesse sentido, a produção humana – em qualquer instância – permite o acesso a aspectos imanentes da ordem do sensível, que tanto é individual, quanto coletivo, desvelando alguns vapores formantes do imaginário social : “A *climatologia* nos lembra que existe o ‘mais que um’ no ar, mais que um indivíduo. Este se inscreve em um *interser*. É determinado por um código interrelacional” (MAFFESOLI, 2012, p.30).

Esta relação também se alinha ao que Bakhtin (2008) apresenta como princípio para o *Dialogismo*. Na visão do autor, existem diálogos não verbais latentes, estimulados pela ideia enquanto acontecimento vivo.

Na visão do autor:

(...), a ideia é interindividual e intersubjetiva, a esfera da sua existência não é a consciência não é a comunicação dialogada entre as consciências. A ideia é um *acontecimento vivo*, que irrompe o ponto de contato dialogado entre duas ou várias consciências (BAKHTIN, 2008, p.98).

A partir dos apontamentos construídos até o momento, podemos relacionar a perspectiva dos vapores formantes da atmosfera de Maffesoli (2012), com o que Bakhtin (2008) considera sobre a ideia: acontecimento vivo que inter-relaciona vozes da

consciência. Utilizando metáforas distintas, ambos autores se reportam, por fim, a elementos que constituem o imaginário social e estabelecem manifestações/corporificações no cotidiano individual e coletivo.

Porém, antes de avançarmos nesse caminho, convém compreendermos mais elementos relacionados ao tipo de tendência que estamos analisando. Nesse contexto, recorremos a visão que apresentam Dragt (2017) e Vejlgaard (2008). Segundo os autores, tendências são movimentos de mudança, impactando em diferentes instâncias da sociedade e da cultura. Para o primeiro autor, essas mudanças ocorrem em termos de valores e necessidades, sendo estas especialmente percebidas em alguns grupos sociais. Enquanto forças motrizes das tendências, os valores e as necessidades são o elo de ligação entre diferentes sinais. Os tipos sociais que manifestam os movimentos de mudança nessas instâncias são os criativos, os inovadores e os primeiros adaptadores (DRAGT, 2017, p.35-53). Vejlgaard (2008) concorda em parte com essa perspectiva. Na sua visão, existem tipos diferentes de tendências, sendo que na perspectiva sociológica as tendências são movimentos de mudança iniciados por outro tipo social, o *trend setter* (2008, p.4-10).

Nesse sentido, empreender a tarefa de identificação de tendências socioculturais subentende identificar os tipos sociais intimamente ligadas a elas. Na visão da Raymond (2010), por exemplo, isso pode ser empreendido por meio de uma *análise transcultural*, pois os movimentos de mudança, mesmo que mais intensamente relacionados a tipos sociais específicos, acabam por alinhar diferentes instâncias culturais. O autor aponta para a importância não apenas da identificação de sinais de mudança, mas também para a organização destes por meio da utilização de algumas ferramentas visuais.

No que tange a esse estudo, essa perspectiva se alinha ao entendimento que constituímos ao considerar a relação entre imaginário social x formas sociais x materializações/produções. Compreendemos que essa conexão aponta para a emergência de uma

sensibilidade social, tendo essa uma ligação com o que Dragt (2017) aponta como valores e necessidades. Nesse contexto, uma sensibilidade social – ou, uma ideia – interrelaciona sujeitos (tipos sociais), em um dado momento, apresentando probabilidades de desdobramentos futuros, pois, como nos mostra Vejlgaard (2008), uma tendência é algo que *irá* acontecer e envolver mais pessoas (p.6).

Desse modo, também podemos admitir que uma tendência sociocultural surge daquilo que é ruído no meio social e cultural (MAFFESOLI, 1988), portanto algo dissonante do que já está estabelecido como movimento, comportamento ou estética, por exemplo. Esse tipo de tendência não está para o que pode ser considerado realidade massificada (MASSONNIER, 2008), revelando uma força em potência para o estabelecimento de rupturas em diversos níveis. Assim, as tendências socioculturais se constituem à margem dos sistemas e instituições homogeneizantes, pois delineiam as nuances de novos vapores no clima que está em formação. E o novo, como considera Foucault (2006), não está no discurso institucionalizado, mas no acontecimento em torno deste.

3. UMA PERSPECTIVA DE CULTURA E SUA IMPLICAÇÃO NA ATUAL ATMOSFERA

Conforme Geertz, em seu clássico estudo *A Interpretação das Culturas* (2008), cultura são teias de significado que veiculam relações de valor – significações, em vários níveis – atribuídas de modo a refletir a relação material/simbólica em um dado ambiente e/ou contexto territorial, onde coexistem diversas esferas, agentes, instâncias, instituições e entidades (IBIDEM, 2008, p.4-8).

Essa noção de cultura nos interessa, pois compreendemos que a conexão significado x interações x produções converge para apontamentos de Maffesoli (2012) com fatores fundamentais do atual contexto social e cultural:

Desde o momento em que o sentido não está mais reduzido a uma finalidade longínqua, mas que o sentido (significação) pode ser vivido aqui e agora, tudo faz sentido. Tudo tem uma significação, se torna sinal; em suma, tudo é símbolo (IBIDEM, 2012, p.23).

Claro, essa afirmação também pode nos levar a questionar: se tudo é símbolo e faz sentido, o que acaba sendo *ruído* na atualidade? Portanto, o que está dissonante da harmonia maior e pode apontar para emergência de uma tendência sociocultural? Ao recorrermos a Geertz (2008) e Bakhtin (2008), podemos dizer que o que dá *liga* às teias de significados é a ideia, que não é, por sua vez, tangível, mas sensível. E mais: ao relacionarmos esses apontamentos ao que Nietzsche (2004) construiu sobre a relação caos x sublimação, entendemos que a ideia é força caótica, em toda sua potência. A ideia é livre, não se prende a esse ou aquele contexto e voz-consciência. E, justamente por ser essa potência sem limites, estimula o desejo pela fronteira.

Seguindo esse raciocínio, toda produção humana interrelaciona indivíduos, contextos, épocas e algumas partículas desse caos. Assim, para perceber uma rede de significados emergentes surge a importância de observar um dado contexto, por um determinado período, levando em conta as diversas relações interpessoais que se desenvolvem e afetam o contexto, potencializando a construção de novas relações aleatórias. Essa perspectiva se alinha ao que colocam Gloor e Cooper (2007), especialmente no que tange a mecanismos de identificação de tendências. Na visão dos autores, é preciso realizar uma *análise da rede social* para identificar não apenas os princípios de uma tendência, mas quem a impulsionou. Claro, não estamos aqui considerando as redes sociais digitais, mas, as redes que se formam desde sempre no cotidiano social de diferentes agentes e esferas. Para ambos, esse tipo de análise subentende um arranjo de conhecimentos interdisciplinares por parte dos investigadores de tendências (IBIDEM, 2007, p.12-22).

Na visão que estamos construindo, a efetivação dessa prática visa a identificação do atual estágio de

elaboração – sublimação, seguindo as orientações de Nietzsche (2004) – para uma ideia que está conectando vozes-consciência específicas e tratando de dar forma a vapores constituintes da atual atmosfera. A produção humana objetivada e analisada será um caminho para dar conta de *comunicar* - no sentido de tornar comum (REIMÃO, 1994) - a emergência de uma sensibilidade social (a ideia em toda a sua potência), desencadeando a emergência, também, de valores e necessidades.

Tendo em vista que estamos considerando o *estar-junto-com* como tendência sociocultural – e sendo uma sensibilidade social – parece interessante compreender alguns valores que surgem da vivência cotidiana dessa tendência. Desse modo, recorremos novamente a Maffesoli (2012), que considera, dentre outros aspectos, o fator emocional e a perspectiva de afinidades eletivas estabelecidas a partir do *feeling* como um dos desdobramentos em decorrência do *estar-junto-com* (IBIDEM, 2012, p.41).

Outro fator intimamente relacionado ao essa tendência sociocultural é a valorização do sagrado – podemos dizer, do simbólico em sua máxima potência – para além da coisa em si:

Mas, eis o que está em jogo na *atmosfera* do momento: a pregnância dos vapores coletivos que se exprimem na volta de um sentimento difuso do sagrado. (...) Desinência frequente no pensamento filosófico alemão (existencial, objetal, historial), para designar o aspecto transversal, onipresente, estrutural de um fenômeno. Na atmosfera do momento, nesse *espírito do tempo* que nos ocupa no mais alto grau, o aspecto difuso do sagrado, da 'transcendência imanente' em questão, desempenha um papel matricial (MAFFESOLI, 2012, p.32).

Ao admitirmos que esses valores são decorrentes do *estar-junto-com* como tendência sociocultural, podemos retomar a perspectiva apresentada no início desse estudo: a sensibilidade social/ideia é anterior a emergência de valores e necessidades, sendo essas imanências movimentos de mudança estabelecidos pela vivência/desenvolvimento

da tendência em si. Tendo compreendido esse aspecto, recuperamos a importância de identificação das formas sociais e dos agentes/tipos sociais decorrentes da vivência/desenvolvimento do *estar-junto-com*.

4. OS COLETIVOS CRIATIVOS

Para avançarmos neste trabalho, convém deixarmos claros alguns aspectos. O primeiro deles diz respeito a constituição dos ambientes informalmente conhecidos como *Coletivos Criativos*, que, como veremos, possuem correspondência com o que De Masi (2003) intitulou de grupos criativos, bem como com o que Franzato et al. (2015) denominam de ecossistemas criativos, e que o British Council (2016) intitula de *Hubs Criativos*. Pois bem, pela abordagem de tendências socioculturais que construímos até o momento, e recuperando especialmente princípios da sociologia comprensiva que Maffesoli (1988) apresenta, esses ambientes são *formas sociais* decorrentes da emergência do *estar-junto-com* como tendência sociocultural. Sendo assim, estabelecem nós nas redes de significado de Geertz (2008), sendo também mecanismos de identificação de valores e mudanças que desenham o que irá acontecer (VEIJLGAARD, 2008).

Nesse sentido, os *Coletivos Criativos* externam valores, necessidades e maneiras de pensar, sentir, agir, fazer e produzir a partir dessa ideia/sensibilidade social. As consciências envolvidas na vivência dessa tendência estão orientadas para uma nova lógica interrelacional, potencializando o surgimento de outros ruídos, pois estão apresentando novas alternativas de combinação de elementos para além do que está institucionalizado.

Se a forma social *Coletivo Criativo* é uma manifestação do *estar-junto-com* como tendência sociocultural, as manifestações que surgem desses contextos revelam, a quem queira perceber, novos aportes em torno de temas como trocas simbólicas, elaboração, produção e consumo de bens. Portanto,

fatores intensamente relacionados a constituição da cultura viva cotidiana. Claro, dizemos isso tendo em vista várias perspectivas de cultura: enquanto *habitus* (BOURDIEU, 2007); enquanto valores e costumes que atravessam e dão vida a instâncias sociais (CASTELLS, 2009), relação entre ideias (MORIN, 2001), acumulação (MAFFESOLI, 2012) ou, àquela que já anunciamos neste estudo, enquanto teias de significados que desvelam atribuições de valor a relações inter pessoais e produções em vários níveis (GEERTZ, 2008). Sendo assim, se há a emergência de uma nova forma social, há o impacto da mesma nos aspectos formativos da cultura, sejam eles da ordem do sensível ou da objetivação que orienta as mais diversas práticas de produção e consumo para alguns grupos sociais.

Por sua vez, esses âmbitos de desenvolvimento e materialização se conectam a outras instâncias imbricadas na constituição do meio social contemporâneo. É nesse sentido que podemos localizar a relação entre os *Coletivos Criativos* e a emergência do termo economia criativa. Inclusive: é importante termos em conta apontamentos construídos por Yúdice (2014), que localiza a atual valorização da cultura como recurso para o desenvolvimento de um novo estado do capitalismo ocidental (IBIDEM, 2014, p.35).

Porém, antes de nos aprofundarmos nesse aspecto, convém analisarmos tanto fatores que contribuíram para a constituição desses ambientes para além da ligação com a tendência sociocultural *estar-junto-com*, pois essa mesma ideia/sensibilidade também não se estabeleceu gratuitamente como lógica social contemporânea. Neste sentido, vale analisar fatores interrelacionados à emergência da economia criativa na contemporaneidade, que, na visão de Yúdice (2014), é um outra denominação, mais publicizada e atraente, para economia da cultura.

Conforme o autor coloca:

As tendências artísticas, como o multiculturalismo, que enfatizam a justiça social [...] e as iniciativas para promover a utilidade sociopolítica e a econômica foram fundidas numa noção daquilo que eu denomino de a

'economia cultural' e aquilo que a retórica *New Laborite* de *Blair* intitulou 'economia criativa' [...] essa economia criativa inclui uma agenda sociopolítica, especialmente o protagonismo do multiculturalismo enquanto incorporado nas obras dos assim chamados jovens artistas britânicos, bem como um programa econômico; por exemplo, pensar que a criatividade fornecida por essa geração tenha transformado Londres (YÚDICE, 2006, p.34).

Yúdice (2014) aponta como fundamental para a emergência da economia da cultura, e também da economia criativa, o aspecto da horizontalidade, principalmente devido à lógica de formação de redes de trabalho. Para Maffesoli (2012), esse aspecto é a *correspondência*, e o seu surgimento está localizado a partir da substituição da verticalidade pela horizontalidade relacional/societal na contemporaneidade (IBIDEM, 2012, p.19).

Garnham (2011) e Tremblay (2011) concordam que a difusão do termo economia criativa se deu em função da necessidade de economias estabelecidas, como a britânica, explorarem novas fronteiras de competição internacional. Isso tendo em vista a pretensa homogeneização deflagrada pela globalização. Neste sentido, o desenvolvimento econômico via setores considerados criativos acabou sendo enaltecido principalmente nas duas últimas décadas e, como nos mostra Yúdice (2014), estão intimamente relacionadas às instâncias atuais de produção de conteúdo, impactando na geração de políticas de estímulo e fomento da produção e consumos de bens "criativos".

Tendo em vista essas ponderações, parece ser mais fácil compreender a constituição de *Coletivos Criativos* na atualidade, ou, no mínimo, mais simples de rastrear os fatores que contribuem para o surgimento e estabelecimento destes ambientes de vivências coletivas, sejam efêmeras ou não. Bem como a relação entre esses fatores: o *estar-junto-com* enquanto tendência sociocultural e os desdobramentos em torno da valorização do simbólico, fator fundamental para marcar a diferenciação da produção relacionada a economia criativa (FLORIDA, 2011), por exemplo.

A fim de melhor compreender o que é um *Coletivo Criativo*, e qual sua importância no atual cenário sociocultural, buscamos exemplos em relatos sobre experiências alinhadas aos elementos que permeiam esses ambientes em diferentes territórios. Nesse contexto, os apontamentos de Domenico de Masi sobre a oficina renascentista, e sua relação com a emergência da Sociedade Criativa no mesmo período, mostram-se interessantes.

De Masi (2003) fala sobre este espaço – a oficina – como um ambiente onde o novo e a experimentação eram constantemente estimulados no período da Renascença. Naturalmente, por se tratar desta época, o autor apresenta Florença como um ambiente permeado por estes aspectos. Como resultado, uma profusão de artistas, artesãos e, consequentemente, bens produzidos pelos mesmos estão intimamente relacionados a este ambiente. Todas essas relações também estimularam o consumo de bens produzidos neste território. O cenário constituído nesse contexto acabou por retroalimentar as condições favoráveis do próprio ambiente – que podemos entender aqui como um macro ambiente – produzindo efeito de publicidade baseados na liberdade de expressão e na geração de conhecimento. Esses fatores auxiliaram no posicionamento estratégico do *território Florença*, fomentando o desenvolvimento de ambientes criativos: as oficinas dos artistas e artesãos. Ao falar sobre estes espaços – microambientes em relação ao território – De Masi considera aspectos como multidisciplinaridade, colaboração e transversalidade. Segundo ele, estes elementos atravessavam as atividades nas oficinas, onde era possível que um simples artesão, por exemplo, colaborasse na construção do trabalho de um artista já reconhecido. Claro, os louros iriam para o artista em questão. Mas, em se tratando de uma sociedade na qual a mobilidade social era praticamente nula, esta colaboração, mesmo que "silenciosa", já era um grande avanço. Muitas vezes, acrescenta o sociólogo, o trabalho era totalmente realizado pelos integrantes destas oficinas, cabendo ao artista/artesão responsável pela mesma a

entrega e "assinatura" do trabalho (IBIDEM, 2003, p.206-224).

O autor também fala sobre a mobilidade constante destes espaços, bem como, sobre a perspectiva de trabalho em rede das oficinas:

A oficina nasce num lugar, mas pode mudar de sede com a mudança dos canteiros de obras da qual é um apêndice [...]. Sendo um subsistema do grande sistema socioeconômico que incentivava a produção artística, a oficina nascia, crescia, duplicava-se, emigrava, assim como selava alianças e intercâmbios com outras oficinas, ou ainda, entrava em conflito com outras [...]. Tratava-se de um organismo dinâmico, aberto e fechado ao mesmo tempo [...]. Completamente voltada à criatividade e à originalidade, a oficina era o reino do imprevisto, da inovação, da flexibilidade e da aversão à banalidade [...], era o lugar do desafio (DE MASI, 2003, p.223).

Procurando aprofundar os conhecimentos sobre organizações similares, encontramos a noção de ecossistemas criativos de Franzato et al. (2015). Para falar sobre esses organismos, os autores introduzem o conceito de ecossistemas: "[...] conjunto de espécies/materiais naturais, ou como organismos sociais com padrões de organização, de natureza complexa e dinâmica" (IBIDEM, 2015, p.138). Aspectos como adaptação, sustentabilidade e produção de múltiplas conexões são importantes características dos ecossistemas contemporâneos. Essas características são facilmente encontradas no ecossistema humano, onde um conjunto de sistemas biofísicos e sociais interagem, sendo capazes, justamente, de sustentabilidade e adaptação ao longo do tempo (FRANZATO et al., 2015, p.158-169).

Por sua vez, os ecossistemas criativos são assim definidos:

Ecossistema criativo é um tipo de ecossistema cultural caracterizado pelo desenvolvimento de processos criativos que resultam em dispositivos sócio-técnicos (artefatos, processos ou sistemas), possivelmente originais e inovadores [...]. Pelo menos três fatores caracterizam a processualidade dos ecossistemas criativos: a)

atores que contribuem direta ou indiretamente para a criação, o uso e a inovação dos dispositivos; b) recursos materiais e imateriais disponíveis para a expressão da criatividade; c) situações criativas, combinações circunstanciais desses atores e desses recursos (FRANZATO et al., 2015, p.171-172).

Ao analisar a existência e o funcionamento deste tipo de organização, os autores falam sobre a importância das ações, interações e fluxos estabelecidos entre os atores do processo. Ao mesmo tempo, é inerente aos ecossistemas criativos uma dinâmica de fluxo constante caos x desordem, ou abertura a outros ambientes e a interferência que impõem, ou sofrem, de outros ecossistemas. Tratam-se de locais propícios à inovação - seja cultural, social ou de significados - devido à constante prática da processualidade em torno da criatividade. Por meio desta perspectiva, tornam-se ambientes de promoção de cenários alternativos aos estabelecidos (FRANZATO et al., 2015, p.173).

Em ambos exemplos - a oficina renascentista de De Masi (2003) e os ecossistemas criativos de Franzato et al. (2015) - existem aspectos como ações e interações horizontais e constantes entre os envolvidos diretamente nestes ambientes, construindo um forte vínculo com a mudança da verticalidade para a correspondência horizontal, considerada anteriormente a partir de Maffesoli (2012). Também existe a perspectiva de interação, utilizando as mesmas dinâmicas, com outros ambientes. No caso dos ecossistemas criativos, esta interação pode interferir na organização do ambiente em si. A interferência também pode se dar de dentro para fora, produzindo novos efeitos relacionais. Ambos exemplos também são apontados como propícios à inovação, sugerindo o acolhimento positivo de práticas de ideação e experimentação que promovam rupturas em algum nível dos sistemas vigentes.

Como anunciamos: esses exemplos são aqui considerados, pois nos apresentam indícios do funcionamento de ambientes intitulados informalmente de *Coletivos Criativos*. Essa denominação é de uso

comum por parte dos agentes envolvidos hoje na constituição desses ambientes, em diferentes territórios urbanos. Devido à necessidade de apresentar nesse estudo uma prática para elementos e princípios da metodologia anunciada, iremos abordar a emergência dos coletivos na cidade de Porto Alegre.

Entendemos que há outras nominações que também estão sendo utilizadas para falar sobre, fundamentalmente, ambientes marcados por vivências coletivizadas em torno dos mesmos aspectos: trocas simbólicas entre indivíduos com distintos conhecimentos e expertises, valorização dos aspectos intangíveis presentes na produção oriunda dessas trocas – e desses espaços – emergência de novas formas de trabalho, difusão e consumo de bens, valorização da criatividade enquanto ativo intangível, porém fundamental na configuração de vantagem competitiva, horizontalidade das relações.

Tais aspectos já são verificáveis em *Coletivos Criativos* da cidade de Porto Alegre, e assim sendo, iremos apresentar a aplicabilidade da metodologia proposta neste estudo na próxima seção deste estudo. Desse modo, ainda que brevemente, mostraremos como realizamos o relevamento de alguns coletivos de Porto Alegre. A perspectiva aqui é ir ao encontro com a *forma social Coletivo Criativo* para compreender desdobramentos do *estar-junto-com* como tendência, e, ao mesmo tempo, identificar outras tendências imanentes. Assim, a identificação de uma tendência e seus desdobramentos permite o rastreio de outras tendências socioculturais, pois a vivência da sensibilidade social que estimulou sua emergência acaba por gerar embriões de futuro (BAKHTIN, 2008, p.100-101). Esses embriões são outras ocorrências de rupturas estabelecidas na lógica operante, sendo estabelecidos pelos agentes mais intimamente envolvidos com a tendência em si - *trend setters*, na visão Vejlgaard (2008), especialmente ao entendermos que rupturas são movimentos de transgressão que desencadeiam uma relação complementar ruptura x emergência do novo X estabelecimento de limites (FOUCAULT, 2006; 2008).

5. APROXIMAÇÕES SUCESSIVAS: O TRABALHO DE CAMPO EM COLETIVOS CRIATIVOS DE PORTO ALEGRE

Cumprindo um dos percursos da sociologia compreensiva, portanto, de que a construção de uma relação de empatia e entendimento com o objeto de estudo demanda aproximações sucessivas, buscando perceber as acumulações formantes dos sentidos operados - e operantes - (MAFFESOLI, 1988), foram realizadas ao mínimo quatro inserções em diferentes *Coletivos Criativos* de Porto Alegre. Essas inserções ocorreram entre os meses de agosto a dezembro de 2016. A investigação *in loco*, ou seja, o trabalho de campo, foi constituída por observações e entrevistas semi-estruturadas, todas auxiliadas por imagens e vídeos. Essas aproximações ocorreram em quatro *Coletivos Criativos* de Porto Alegre: *Paralelo Vivo*, *Vila Flores*, *Translab* e *Estúdio Hybrido*. A escolha desses ambientes se deu por muitos motivos. Porém, podemos citar como fundamentais o estabelecimento de práticas e dinâmicas de coletivização de ideias, motivações, valores e, claro, espaços. Associado a isso, buscamos identificar contextos que possuíssem, de modo claro, temáticas transversais que desencadeiam as conexões internas, sendo essas temáticas diferentes para cada ambiente eleito. Assim, reconhecemos a temática do Paralelo Vivo como a sustentabilidade, do Vila Flores a arte e a cultura, do Translab a perspectiva de intervir, criativamente, no ambiente urbano, e do Estúdio Hybrido de romper as barreiras entre arte, moda e educação².

Combinando princípios da sociologia compreensiva e da antropologia interpretativa, o processo das inserções nos ambientes foi configurado da seguinte forma:

² Mais elementos investigativos podem ser conferidos no endereço digital: <https://www.youtube.com/watch?v=wfJGnzqQ6Dw>, onde constam fragmentos de vídeos realizados em campo.

A. Primeira inserção: fomos até cada *Coletivo Criativo* e conversamos com um ou dois integrantes-chave (agentes-chave do ambiente), para apresentar as intenções do estudo, seus objetivos, nossa noção de *Coletivo Criativo*, os pressupostos envolvidos na constituição dessa noção e os aspectos centrais da metodologia investigativa. Essa inserção foi orientada de modo a estabelecer compreensão e empatia de nossa parte para com os agentes-chave e dos ambientes. Esse é um fator fundamental na sociologia compreensiva e, ao mesmo tempo, permite que os agentes de investigação se conscientizem de suas participações objetivas no contexto a ser relevado. Nesse caso, respeitando princípios da antropologia interpretativa, principalmente no que tange a mecanismos que levam ao que Geertz (2008) intitula de *descrição densa*. Para ampliar essa perspectiva, além dos registros escritos, foram realizados fotos e vídeos.

B. Foram organizadas novas inserções objetivando mais observações, participantes e não participantes. Essas observações (geralmente duas sequentes), foram efetuadas por outras investigadores para além de nós. Esta tática foi pensada, pois percebemos que a nossa figura não passaria despercebida, visto os agentes-chave já terem estabelecido um alto grau de cumplicidade. Assim, optamos por orientar as observações sequentes, sendo realizadas por dois outros investigadores. Em alguns momentos, estes realizaram as observações de modo conjunto, em outros separadamente. Esta tática permitiu também que a objetividade da investigação pudesse ser mantida e que, ao mesmo tempo, o trabalho pudesse contar com alguma diversidade de pontos de vista sobre fatores centrais. As observações realizadas por terceiros respeitaram protocolos pré-determinados, orientando tanto no que observar como no que registrar. Estes registros – fotos, vídeos e relatos escritos – foram analisados detalhadamente, e os mesmos serviram para construir o protocolo de perguntas para a entrevista semi estruturada realizada *a posteriori*.

C. A última inserção em cada ambiente buscou reunir vários integrantes dos *Coletivos Criativos* para realizar a entrevista semi-estruturada. Essa fase da investigação foi colocada em prática de modo conjunto por todos os investigadores envolvidos neste estudo. Cada um desenvolveu um papel: um observou desdobramentos da entrevista, as ações entre os entrevistados, as nuances de comportamento entre todos. Outro fez registros fotográficos e audiovisuais. Nós realizamos a entrevista propriamente dita.

É importante salientar nesse momento alguns aspectos da metodologia:

1. Tanto na abordagem da sociologia comprensiva de Maffesoli (1988), como na antropologia interpretativa de Geertz (2008), há a importância de ir ao encontro do objeto de estudo, buscando identificar elementos que particularizam tal objeto. Ao tratarmos de tendências socioculturais, devemos considerar que essas particularidades são representativas da força de ruptura inerente à tendência em si, representando assim os valores. É nesse sentido que acabamos por buscar o que é particular, ou, afinidades eletivas (MAFFESOLI, 2002, 2014), pois elas apresentam a comunhão em torno de certos valores emergentes.

2. De modo a operacionalizar os princípios das abordagens metodológicas deste estudo, foi preciso lançar mão de ferramentas investigativas como a observação – participante e não participante – e a entrevista semi estruturada. Ambas ferramentas permitem ir ao encontro dos agentes envolvidos na constituição do (s) objeto (s) de estudo de modo mais livre, ou seja, sem tantas certezas pré estabelecidas. Assim, há margem para a inclusão de novos aspectos a serem observados, ou, questões a serem colocadas. Claro, sempre a partir de um protocolo pré estabelecido (MARTINS & THEOPHILO, 2007; PEREIRA GOMES, 2015).

Essa forma de operar possibilitou a identificação tanto dos valores, como de outras tendências. Ao mesmo tempo, contribuiu para reconhecer quais as principais áreas de conhecimento e prática envolvidos

na constituição dos coletivos relevados. Dentre eles destacamos a grande implicação da moda, do design e da comunicação. No caso da moda, o próprio British Council (2010) a localiza como uma das áreas mais proeminentes da economia criativa/da cultura, desencadeando iniciativas e projetos muitas vezes conectados, justamente, a comunicação e ao design. A justificativa, segundo a instituição, é que essas áreas sempre se caracterizaram pela formação de redes colaborativas, sendo esse também um fator apontado por Yúdice (2014) como central para o acontecimento dessa emergente economia.

Com relação à moda, apresentamos um exemplo peculiar de sua importância nos ambientes relevados: o Paralelo Vivo. Nesse ambiente, vimos que três empreendedoras da área da moda tinham negócios separados, mas já estavam tratando de articular projetos juntas em função de coletivizarem, cotidianamente, imaginários, desejos, processos, mecanismos de produção, fornecedores etc. Segundo elas, o fato de trabalharem na mesma área ajudou nessa coletivização e, ao invés de se enxergarem como concorrentes, resolveram unir forças e constituir um empreendimento de forma comunal, colocando em prática a perspectiva *co labor* que Yúdice (2014) apresenta. Desse modo surgiram novos direcionamentos, sendo que um deles se conformou como um novo *Coletivo Criativo* próprio para a moda, intitulado de *Coletivo 828*. O foco do ambiente é moda sustentável, e reúne os empreendimentos das três integrantes com as quais conversamos, mas também produtos e serviços de outros empreendedores locais³. Esse exemplo é muito interessante, pois apresenta de modo prático o desenvolvimento de uma alternativa a partir de um valor imanente à tendência *estar-junto-com* – nesse caso, o *co labor*.

Já no que tange a identificação de outras tendências socioculturais nos ambientes relevados,

³ Conforme informações obtidas na primeira inserção no Paralelo Vivo e, também, no endereço eletrônico:
<https://www.facebook.com/coletivo828/?fref=ts>, acessado em 05/01/2017.

ressaltamos a emergência de uma nova maneira de *ser/estar* na atualidade. Essa entidade, nominado por Maffesoli como *pessoa plural*, se caracteriza por reconhecer que está em constante formação – constante devir, para o sociólogo – contrariando fatores essenciais de configuração do paradigma do indivíduo (2012, p.43-45). No seu entendimento, a aceitação dessa condição, por parte de alguns sujeitos, abre as probabilidades de exploração de novas habilidades e conhecimentos, sendo esse um dos fatores que está gerando tensões entre diferentes tipos de instituições sociais e/ou organizações e seus agentes e colaboradores.

Fragmentação das instituições sociais (metáfora do *Tempo das Tribos*) , o estadao- nação trabalhado pelos diversos localismos: (...) tantas tribos quanto forem as pequenas ideologias portáteis e, transversalmente, o estilhaçamento do indivíduo em pessoa plural. Pessoa androgina, tendo um *patchwork* de opiniões e vivendo um *turn over* profissional. Na verdade, várias vidas em uma só (IBIDEM, 2012, p.72).

O reconhecimento em campo desse tipo social é um exemplo de como podemos identificar tendências socioculturais que se desenvolvem a partir de outras tendências do mesmo gênero. Se usarmos princípios do Dialogismo para compreendermos essa relação de complementaridade, dizemos que são vozes que surgem de outras vozes, por vezes mais fracas, demandando uma escuta mais próxima (BAKHTIN, 2008, p.100-101). Essa mesma voz reconhecida em campo tem relação com uma outra, identificada como outra tendência que emerge nesse momento. Nominada por Maffesoli (2012) de localismo, tal tendência enaltece as particularidades do local e suas manifestações, em detrimento do global.

O bairro, o conjunto habitacional, as quatro ruas são como tantos outros territórios que partilhamos com a tribo, que nos dispomos a defender, às vezes mesmo violentamente, mas que são uma verdadeira matriz onde o viver junto encontra sua expressão natural. (...), o

ponto de ligação, a fonte de seu ritmo comunitário, permanece o lugar onde tem seu habitus, seus usos e costumes (IBIDEM, 2012, p.48-49).

Essa maneira de entender o *local* se reporta, em muitos aspectos, ao entendimento de *lugar*, portanto, contexto que funciona como ponto de ligação entre vivências interindividuais, cultura e construção de valor, reverberando algumas considerações de Certeau (1994) e Augè (2013) sobre o tema.

Na visão de Certeau (1994), um lugar é a ordem (seja qual for) segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência. Aí se acha excluída a possibilidade para duas coisas de ocuparem o mesmo lugar. Aí impera a lei do "próprio": os elementos considerados se acham uns ao lado dos outros, cada um situado num lugar 'próprio' e distinto que define. Um lugar é uma configuração instantânea de posições. Implica uma indicação de estabilidade (p.201).

Já Augè (2013), apresenta tipos diferentes de lugares, dissertando especialmente sobre o lugar etnológico e a configuração do não lugar contemporâneo. Para o antropólogo, o lugar é um direcionador de sentidos, articulando elementos (simbólicos ou não), em vários níveis, fazendo emergir a lógica do pertencimento. O lugar pertence ao sujeito A ou B, pois há uma cadeia de sentidos articulados que legam maior valor a um ambiente e/ou território em detrimento de outro, por exemplo. Essa perspectiva subjetiva é maximizada pelas vivências desdobradas no contexto e, também, pelos elementos de identificação com os quais o mesmo será constituído (suas características e como essas *comunicam* sobre vivências individuais e coletivas). O oposto disso, para Augè, é o que permeia a constituição dos não lugares.

Os aspectos de pertencimento e dos elementos de identificação relacionados à noção de lugar para Augè (2013), convergem para a apropriação dos ambientes e as constantes intervenções, deflagradas pelos integrantes do *Coletivos Criativos*, no sentido de transformá-los em *lugares*. Essas intervenções foram

tanto verbalizadas pelos agentes-chave entrevistados, como observadas nas inserções realizadas nos ambientes. A probabilidade aqui é de transformar esses ambientes, geralmente edificações antigas, em locais próprios, reconhecíveis por elementos que identifiquem as pessoas que ali coletivizam, direcionando sentidos seja para os integrantes dos coletivos, seja para os agentes externos. Essa é, também, uma das maneiras de reconhecimento de características da *pessoa plural*: a motivação pela apropriação, *não só fazer parte de, mas ser parte de*.

Essa motivação, quando dimensionada numa perspectiva mais ampla como a cidade, amplia o *lugar* como um replicador de múltiplos sentidos, alargando o reconhecimento dos mesmos devido aos significados articulados em torno da relação pertencimento x subjetivação. Nesse contexto, a cidade funciona como uma agente de contaminação da dimensão do pertencimento e apropriação para a *pessoa plural*, pois na visão que estamos construindo aqui, esse entendimento do *lugar* é também um desdobramento da forma social *Coletivo Criativo*. Ampliando essa visão em termos de cidade, a probabilidade é que outras formações, com os mesmos elementos, possam estar emergindo agora mesmo. Essas formações transformam a cidade em um grande *lugar*. Ou seja, um macro espaço próprio, onde a lógica do pertencimento estimula intervenções, contribuindo para torná-lo mais particular aos agentes que objetivam as intervenções.

Certo, mas, como essas tendências identificadas podem desencadear movimentos futuros? Tendo em vista que a imanência da *pessoal plural* e da necessidade de apropriação de espaços por parte, hoje, de alguns sujeitos, quais potenciais desdobramentos poderiam se estabelecer no futuro? Ao introduzir a ferramenta cenários de futuro, a próxima seção irá buscar apresentar potenciais movimentos.

6. CENÁRIOS DE FUTURO

Na proposta metodológica que estamos construindo nesse trabalho, a ferramenta cenários de futuro serve como mecanismo de visualização de possibilidades e desdobramentos para os elementos investigados e identificados após a realização das aproximações sucessivas (MAFFESOLI, 1988), e do reconhecimento das teias de significados (GEERTZ, 2008), percebidas especialmente após a realização de uma ampla análise.

De modo mais próprio, os cenários são resultantes de uma ampla fase de pesquisas, conhecidas como contextuais e não contextuais, e são constituídos a partir da relação de algumas resultantes dessa fase e da utilização de outras ferramentas exploratórias, como análise *SWOT* e gráfico de polaridades, por exemplo. No caso desta última, a ideia é promover um tensionamento entre conceitos, visando a exploração dos fatores positivos e negativos de cenários futuros. Após essa exploração, os envolvidos no processo - geralmente projetistas - elegem um dos cenários e iniciam a fase de visualização de possibilidades, lançando mão de vários recursos como imagens, narrativa escrita, vídeo, dentre outros. Também emerge dessa escolha o conceito do projeto (a ideia, o princípio fundamental), sendo essencial para pensar na relação das interfaces produto, serviço, comunicação e experiências (REYES, 2016).

Claro, a partir da abordagem intitulada Design Estratégico o objetivo maior da construção de cenários é a inovação, especialmente a inovação orientada pelo design (FRANZATO, 2011), que, a tendo em vista o que apresenta Verganti (2012), é a inovação de significados. Essa maneira de utilizar a ferramenta cenários está orientada pela abordagem DOS (*Design Oriented Scenarios*), comumente atribuída a Manzini e Jègou (2003).

Essa forma de pensar se caracteriza pela pluralidade, exequibilidade, microescala, expressão visual e participação (FRANZATO et al., 2015, p.26-30). A questão da participação - ou, colaboração - é fundamental para que a ferramenta atinja seus objetivos, pois os cenários orientados pelo design são:

(...) definidos pela escala do contexto da vida das pessoas, expressando visualmente os contextos e as propostas, para que um conjunto de atores faça parte de um projeto coletivo a partir de um ponto de vista compartilhado (FRANZATO et al., 2015, p.28).

Servindo como mecanismo de compartilhamento de alternativas a contextos socioculturais, os cenários orientados pelo design devem ser compostos por três elementos – chave: visão, motivação e proposta. O primeiro elemento responde a pergunta *como seria o mundo se?*, e orienta para a construção de uma narrativa que contemple uma – ou mais – resposta(s). O segundo, a motivação, legitima a existência do cenário, explicitando premissas, o entorno emergente, os critérios e os instrumentos de construção do cenário em si. Já a proposta responde a pergunta: *como se articula essa visão conjunta?* - dando consistência e sentido ao cenário imaginado (FRANZATO et al., 2015, p.28-29).

Já Van Der Heijden (2004) apresenta os cenários como mecanismos de aprendizado e, também, como espaços de construção de memórias do futuro. Nossa intenção é alinhar a constituição de cenários desta seção mais para essa perspectiva, sem, para tanto, deixar de lado o que nos lembra Reyes (2016): a importância de propor alternativas futuras que levem em conta a complexidade e que permitam a construção de projetos por cenários.

Assim, para começarmos a utilizar os cenários futuros nesse estudo, nos perguntamos: como será o mundo quando o *estar-junto-com* deixou de ser uma tendência sociocultural e se tornou uma realidade massificada? Para desdobrar esse cenário, iremos nos utilizar do recurso narrativo que segue.

A coletividade e a colaboração já são valores assimilados em muitos territórios, estabelecendo uma série de crenças, costumes e hábitos em torno dos mesmos. Dentre os costumes figura o compartilhamento constante, desenvolvendo um comportamento que já extrapolou a demanda de serviços de caronas e espaços domésticos compartilhados. Muitos bens adquiridos são

coletivizados, pois a posse não é mais um fator que determina *status social*. Como a tendência sociocultural *estar-junto-com* subentende a abertura em vários níveis - e tipos - de vivências comunais, há muitos espaços comuns em organizações onde essa lógica não era uma prática. Dessa forma, muitas empresas, não necessariamente envolvidas com a economia criativa/cultural, buscaram associação ao movimento dos *Coletivos Criativos*, ampliando seus espaços para a pesquisa e inovação de maneira exponencial.

Nesse sentido, a constituição de redes colaborativas é uma constante em centros urbanos como Porto Alegre, e essas teias são articuladas por sujeitos que possuem características de pró atividade e habilidades de articulação em destaque. Muitas pessoas compreenderam que frente a uma realidade complexa e permeada por múltiplas possibilidades e oportunidades, o *co-labor* não é mais uma escolha, mas uma oportunidade de ampliar trabalho e ganhos. Assim, *pessoas plurais* de vários âmbitos começaram a criar mecanismos e processos de trocas de informações, percepções e ideias de modo constante. Como a realidade é totalmente atravessada pela ubiquidade, visto que a produção e a difusão de conhecimentos, ideias, impressões e conteúdo é totalmente instantânea (SANTAELLA, 2008 e 2010), essas trocas acontecem a todo momento, viabilizadas por dispositivos reais/virtuais construídos coletivamente em plataformas abertas.

Esta prática está contribuindo para desdobrar a lógica de intervenções em ambientes de trabalho, lazer e em alguns espaços públicos. Ampliada dos *Coletivos Criativos*, essa prática contribuiu para que esses ambientes também multiplicassem suas maneiras de atuação e geração de renda, abrindo novas frentes de trabalho *on line* e *off line*.

Uma dessas frentes diz respeito a um amplo projeto de conscientização de novas práticas para a moda que surgiu em alguns coletivos ao mesmo tempo. Através da valorização da perspectiva do localismo (MAFFESOLI, 2012), o projeto desenvolveu um ecossistema produtivo local que passou a operar dos

Coletivos Criativos para fora, viabilizando o surgimento de vários pequenos empreendimentos. Uma das resultantes deste arranjo é a produção de objetos que valorizam o imaginário local, estabelecendo novos mecanismos para o surgimento de objetos autorais. Outra, é a realização de seminários de discussão de novas práticas de produção e consumo de moda, que além de impactar na configuração de empreendimentos e objetos, também auxilia na configuração de organismos de regulação de trabalho e distribuição. Nesse contexto, há também o desenvolvimento de parcerias com universidades, visando a construção de projetos que envolvam *wearables* e *realidade virtual*. Essas parcerias subentendem a formação de equipes multidisciplinares, envolvendo as áreas do design e da comunicação.

A narrativa construída até o momento poderia ser ampliada no sentido de incluir vários outros valores e tendências identificadas nos *Coletivos Criativos* de Porto Alegre. Entretanto, essa tarefa terá de ser desenvolvida em um outro trabalho, talvez dedicado apenas a apresentar as potencialidades da ferramenta cenários de futuro para o trabalho de identificação e, também, visualização de tendências socioculturais. Apesar de não termos lançado mão das imagens e vídeos realizados em campo, a narrativa em si também subentende uma perspectiva de visualização de fatores emergentes pela vivência do *estar-junto-como* como tendência sociocultural. Longe de encerrar o debate em torno da temática de identificação de tendências – e também da importância estratégica de tal empreendimento – esse estudo buscou apresentar, brevemente, princípios e mecanismos que podem ser utilizados e replicados em outras situações e contextos. Cientes da necessidade de estabelecermos, por fim, alguns marcos fundamentais para o trabalho de investigação de tendências socioculturais, consideramos:

1. A importância de observar o cotidiano social e cultural em busca dos ruídos que prenunciam novos movimentos, para assim identificar desdobramentos diretos, como *formas sociais*.

2. O valor de reconhecer os agentes/tipos sociais intimamente ligados a esses ruídos, e tendo cumprido esse reconhecimento, estabelecer modos de ir ao encontro dos mesmos, visando acessar as teias de significados que eles estão tecendo a partir da vivências dos ruídos em si.

3. A importância de construir narrativas – que podem ser escritas e/ou imagéticas – a partir dos elementos reconhecidos junto às formas sociais e aos agentes, utilizando a ferramenta cenários de futuro.

4. A perspectiva de que tendências surgem de tendências, portanto, que a vigência de uma tendência sociocultural irá estabelecer os princípios para a emergência de novas tendências, implementando uma dinâmica de retroalimentação constante.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **Problemas na Poética de Dostoiévski.** 4.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- BERGER, Peter. L., LUCKMANN, Thomas. **A Construção Social da Realidade.** Petrópolis: Vozes, 2009.
- BORDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico.** 11a. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais:** teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2004.
- DE MASI, Domenico. **Criatividade e Grupos Criativos:** descoberta e invenção. Vol. 1. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.
- DRAWT, Els. **How to Research Trends.** Amsterdam: Bis Publishers BV, 2017.
- ECO, Umberto. **Os Limites da Interpretação.** 2 ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2012.
- FLORIDA, Richard. **A Ascensão da Classe Criativa.** Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.
- FOUCAULT, Michael. **A Ordem do Discurso:** aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 16.ed. São Paulo: Loyola: 2008.
- FRANZATO, Carlo. et al. **Inovação Cultural e Social:** design estratégico e ecossistemas criativos. In FREIRE, Karine Mello (org) Design estratégico para inovação cultural e social. 1ed. São Paulo: Editora Kazuá, 2015.
- GARNHAM, Nicholas. **De las Industrias Culturales a las Creativas.** Análisis de las implicaciones en el Reino Unido. In BUSTAMENTE, Enrique. (org). Las Industrias Creativas: Amenazas sobre la cultura digital. 1 ed. Barcelona: Gedisa Editorial, 2011.
- GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas.** 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2008.
- GLOOR, Peter A.; COOPER, M. Scott. **Coolhunting. Chasing down the next big thing.** Nova York: AMACOM, 2007.
- MAFFESOLI, Michel. **O Conhecimento Comum.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.
- _____. **Mediações simbólicas:** a imagem como vincula social. Apud: Revista Famecos, n. 8, p.7-14, jul. 1998.
- _____. **O Tempo das Tribos.** 2002. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- _____. **O Tempo Retorna:** formas elementares da pós-modernidade. Rio De Janeiro, Forense, 2012.
- MASSONNIER, Verónica. **Tendencias de Mercado:** están pasando cosas. Buenos Aires: Ediciones Granica, 2008.
- MORIN, Edgar. **O Método vol. 4.** As ideias. vida, costumes. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- NIETZSCHE, Friederich. **A Origem da Tragédia.** São Paulo: Ed.Centauro, 2004.

- REIMÃO, Sandra. **Teoria ou Teorias da Comunicação.** Apud: Revista INTERCOM, v. 17, nº 2. São Paulo, jul/dez. 1994.
- RAYMOND, Martin. **The Trend Forecaster's Handbook.** Londres: Laurence King Publishing, 2010.
- REYES, Paulo Bello. **Projeto por Cenários.** In Design Estratégico em Ação. SCALETSKY, C. C. org. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2016.
- SIMMEL, Georg. **Questões Fundamentais da Sociologia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- TREMBLAY, Gaëtan. **Desde la Teoría de las Industrias Culturales.** Evaluación critica de la economía de la creatividad.In: Bustamente, E. (org). Las industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital. 1 ed. Barcelona: Gedisa Editorial, 2011.
- VEJLGAARD, Henrik. **Anatomy of a Trend.** New York: McGraw-Hill, 2007.
- YÚDICE, George. **A Conveniência da Cultura.** Usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.