

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO**

**RENATA MAYUMI LOPES FUJITA**

**Design para Empreendimentos Econômicos Solidários:  
ação e colaboração no setor de confecção**

São Paulo  
2022

RENATA MAYUMI LOPES FUJITA

**Design para Empreendimentos Econômicos Solidários:**  
ação e colaboração no setor de confecção

Tese apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Doutora em Ciências.

Área de Concentração: Design

Linha de Pesquisa: Processos e Linguagens

Orientadora: Prof. Dr. Lara Leite Barbosa

São Paulo

2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação  
Serviço Técnico de Biblioteca  
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

Fujita, Renata Mayumi Lopes

Design para Empreendimentos Econômicos Solidários: ação e colaboração no setor de confecção / Renata Mayumi Lopes Fujita; orientadora Lara Leite Barbosa. - São Paulo, 2022. 164 f.

Tese (Doutorado) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Área de concentração: Design.

1. Design. 2. Economia Solidária. 3. Pesquisa-ação. 4. Sustentabilidade. I. Barbosa, Lara Leite, orient. II. Título.

Nome: FUJITA, Renata Mayumi Lopes

Título: Design para Empreendimentos Econômicos Solidários: ação e colaboração no setor de confecção

Dissertação apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Doutor em Ciências.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

#### Banca Examinadora

Prof. Dr. \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento \_\_\_\_\_

Prof. Dr. \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_

Julgamento \_\_\_\_\_

Este trabalho é dedicado aos meus pais  
Mariângela e Celso, meus eternos orientadores.

## AGRADECIMENTOS

À CAPES<sup>1</sup> – Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior – pelo apoio financeiro desta pesquisa.

À minha orientadora Prof<sup>a</sup>. Lara Leite Barbosa pelas valiosas orientações, apoio e amizade.

Ao Programa de Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo – FAU/USP.

À minha família, Celso, Mariângela, Tiemi e Tamy, pelo apoio e amor incondicional.

A todos os meus professores que contribuíram para o desenvolvimento desta pesquisa.

Agradeço em especial às integrantes do grupo Cardume de Mães: Rosinha, Francisca, Eliane e Herculânea, por contribuírem à pesquisa, pela disponibilização do tempo e do ateliê e pela confiança em participar da pesquisa-ação.

---

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## RESUMO

FUJITA, R. M. L. Design para Empreendimentos Econômicos Solidários: ação e colaboração no setor de confecção. Tese (Doutorado em Design) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

O tema desta investigação refere-se a processos e métodos do design para orientar o desenvolvimento de produtos com base no princípio da sustentabilidade e na perspectiva dos empreendimentos econômicos solidários (EES) do setor de confecção. A pesquisa trabalha com a seguinte questão norteadora: Quais ações de design contribuiriam para o desenvolvimento da produção de empreendimentos econômicos solidários, visando o aprimoramento de processos orientados à sustentabilidade e o empoderamento dos participantes? A hipótese de que processos de design realizados a partir da colaboração entre atores e o compartilhamento de saberes formais e informais são apropriados à realidade de EES atuantes no setor de confecção determinou a proposição de uma intervenção com base em fundamentos teóricos e metodológicos do design para orientar processos de desenvolvimento de produto com base no princípio da sustentabilidade e na perspectiva dos EES. Desta forma, o objetivo geral foi de desenvolver um processo de design a partir da colaboração e do compartilhamento de saberes formais e informais para introdução de atividades de design na rotina de desenvolvimento de produtos de um grupo de economia solidária, com os objetivos específicos de: identificar métodos, técnicas e conceitos do design relevantes à atuação de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção; caracterizar o contexto histórico e teórico da Economia Solidária e a atuação de EES do setor de confecção; e, aplicar o processo de design com os participantes de um empreendimento econômico solidário do setor de confecção. Para isto, a investigação utilizou pesquisa bibliográfica para elaboração dos capítulos teóricos, pesquisa exploratória e pesquisa-ação para coleta de dados e documentação e análise qualitativa. O método de pesquisa-ação foi combinado com o modelo de *design thinking Double Diamond* para a realização de um processo de design colaborativo com quatro participantes do empreendimento “Cardume de mães”, a partir da identificação de uma situação problema experiência pelo grupo. Os resultados dos capítulos teóricos evidenciam a atuação da Economia Solidária no Brasil e abordagens do design que discutem a atividade projetual orientada à sustentabilidade, bem como o design colaborativo e o *design thinking* como métodos para viabilizar ações do design social. A análise dos resultados da pesquisa exploratória identificou que, dentre os grupos entrevistados, existem situações problema que podem tornar os grupos vulneráveis, provocando a parada de produção, perdas financeiras, afastamento de sócios e encerramento do empreendimento. Por outro lado, também identificamos estratégias de diversificação dos produtos, captação de novos clientes e associação a redes de empreendimentos como meio de contornar dificuldades. Os resultados obtidos a partir da aplicação da pesquisa-ação associada ao *Double Diamond* demonstraram que esta combinação de métodos viabilizou o esclarecimento do processo de design às participantes e tornou a colaboração mais efetiva ao oferecer uma visualização das fases propostas no modelo e compreensão acerca dos objetivos esperados em cada fase, facilitando a geração de conhecimento compartilhado e participação na tomada de decisão ao longo do processo, bem como a criação de produtos confeccionados com material reaproveitado. Conclui-se que a proposta do design colaborativo, a abordagem do *design thinking* e o método de

pesquisa-ação são relacionáveis e viáveis para trabalhar com problemas reais experienciados pelos EES, sendo necessário estabelecer uma postura voltada à exploração e à colaboração entre os atores no processo de design; os produtos desenvolvidos a partir deste processo apresentaram atributos relativos à sustentabilidade e representaram, às participantes, a valorização de suas habilidades e superação de desafios pessoais.

Palavras-chave: Design; Economia Solidária; Pesquisa-ação; Sustentabilidade.



## ABSTRACT

FUJITA, R. M. L. Design for Solidarity Economy Enterprises: action and collaboration in the fashion manufacturing industry. Thesis (Ph.D. in Design) – Faculty of Architecture and Urbanism, University of São Paulo, São Paulo, 2022.

The theme of this research refers to design processes and methods to guide product development based on the principle of sustainability and from the perspective of solidarity economic enterprises (SEE) in the fashion manufacturing industry. The research works with the following guiding question: Which design actions would contribute to the development of the production of SEE, aiming for the improvement of sustainability-oriented processes and the empowerment of its participants? The hypothesis that design processes based on the collaboration between actors and on the sharing of formal and informal knowledge are appropriate to the reality of SSE operating in the fashion manufacturing sector led to the proposition of an intervention based on theoretical and methodological foundations of design to guide product development processes based on the principle of sustainability and from the SEE perspective. Thus, the general objective was to develop a design process based on the collaboration and sharing of formal and informal knowledge to introduce design activities into the product development routine of a SEE, with the following specific objectives: to identify design methods, techniques, and concepts that are relevant to the activities of SEEs; to characterize the historical and theoretical context of the solidarity economy and the activities of SEEs; and to apply the design process with the participants of a SEE in the fashion manufacturing sector. For this, we applied bibliographic research to elaborate the theoretical chapters, exploratory research, and action research for data collection and documentation and qualitative analysis. The action research method was combined with the double diamond design thinking model to carry out a collaborative design process with four participants of the enterprise "Cardume de Mães", after the identification of a problem situation experienced by the group. The results of the theoretical chapters highlight the actions of Solidarity Economy in Brazil and design approaches that discuss the projectual activity oriented towards sustainability, as well as collaborative design and design thinking as methods to enable social design actions. The analysis of the results of the exploratory research identified that, among the interviewed groups, there are problematic situations that can make the groups vulnerable, causing production stoppage, financial losses, withdrawal of partners and closure of the enterprise. On the other hand, we also identified strategies for diversifying products, attracting new clients, and joining production networks as a way of getting around difficulties. The results obtained from the application of the action research associated with the double diamond model demonstrated that this combination of methods made it possible to clarify the design process to the participants and made collaboration more effective by offering a visualization of the phases proposed in the model and understanding about the objectives expected in each phase, facilitating the generation of shared knowledge and participation in decision-making throughout the process, as well as the creation of products made from reutilized material. We conclude that the collaborative design proposal, the design thinking approach, and the action-research method can be related and are viable for working with real problems experienced by the SEEs, and that it is necessary to establish an attitude focused on exploration and collaboration among the actors in the design process; the products developed from this process presented

sustainability attributes and represented, to the participants, the valorization of their abilities and the overcoming of personal challenges.

Keywords: Design; Solidarity Economy; Research action; Sustainability.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo HDC.....	38
Figura 2 – Modelo Double Diamond.....	39
Figura 3 – Exemplo de customização do modelo Double Diamond.....	41
Figura 4 – Peças confeccionadas pelo empreendimento Nosso Jeito.....	65
Figura 5 – Sócias do empreendimento Charlotte em seu local de trabalho.....	66
Figura 6 – Local de trabalho do empreendimento Cooperaldeia.....	66
Figura 7 – Sócias do empreendimento Pano pra Manga.....	67
Figura 8 – Local de trabalho do empreendimento Pano pra Manga.....	67
Figura 9 – Sócias do empreendimento Conkistart em seu local de trabalho.....	68
Figura 10 – Integrante do grupo Flor da Natureza e detalhe do bordado produzido.....	69
Figura 11 – Processo de Pesquisa-ação.....	86
Figura 12 – Comparação entre os processos de Pesquisa-ação e Design Thinking.....	89
Figura 13 – Tela de consulta aos EES cadastrados no CADSOL.....	91
Figura 14 – Combinação do método de Pesquisa-ação com o Double Diamond.....	103
Figura 15 – Sócias do grupo Cardume de Mães.....	108
Figura 16 – Identidade visual do grupo Cardume de Mães.....	109
Figura 17 – Peças confeccionadas pelo Cardume de Mães com reutilização de banners publicitários.....	110
Figura 18 – Peças confeccionadas pelo Cardume de Mães para a marcas terceiras.....	110
Figura 19 – Painel de referências de materiais ecológicos.....	115
Figura 20 – Painel de referências de materiais reciclados.....	115
Figura 21 – Painel de referências de reutilização de retalhos.....	116
Figura 22 – Painel de referências de formas de acabamento.....	117
Figura 23 – Painéis de referências de formas de uso.....	118
Figura 24 – Seleção dos materiais.....	119
Figura 25 – Fase de modelagem.....	120
Figura 26 – Fase de corte.....	120
Figura 27 – Fase de costura.....	121
Figura 28 – Croqui do modelo Sacola Bolso.....	122
Figura 29 – Produto final do modelo Sacola Bolso.....	123
Figura 30 – Detalhe do mosquetão para chaves.....	123

Figura 31 – Croqui do modelo Transversal .....	124
Figura 32 – Produto final do modelo Transversal.....	125
Figura 33 – Croqui do modelo Sacola Cardume .....	126
Figura 34 – Produto final do modelo Sacola Cardume.....	126
Figura 35 – Detalhes das canaletas para os cabos de madeira.....	127
Figura 36 – Croqui do modelo Caixa mercado cardume .....	127
Figura 37 – Produto final do modelo Caixa mercado cardume.....	128
Figura 38 – Detalhe das canaletas.....	128
Figura 39 – Croqui do modelo Necessaire de ombro .....	129
Figura 40 – Produto final do modelo Necessaire de Ombro.....	130

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Sistematização do desenvolvimento da pesquisa .....	21
Quadro 2 – Fatores negativos e positivos no processo de design colaborativo .....	44
Quadro 3 – Framework de ferramentas e técnicas do Design Colaborativo .....	45
Quadro 4 – Dados gerais da amostra .....	64
Quadro 5 – Categorias de análise .....	69
Quadro 6 – Notações de transcrição .....	70
Quadro 7 - Síntese da análise da pesquisa exploratória .....	82
Quadro 8 – EES Selecionados para coleta de dados .....	92
Quadro 9 – Etapas da pesquisa-ação .....	95
Quadro 10 – Cronograma das atividades.....	96

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>16</b>
1.1 OBJETIVOS .....	20
1.1.1 Objetivo geral.....	20
1.1.2 Objetivos específicos .....	20
<b>CAPÍTULO 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DO DESIGN</b> .....	<b>24</b>
2.1 ASPECTOS CONCEITUAIS DO DESIGN E DA MODA .....	24
2.2 FUNDAMENTAÇÃO DO DESIGN PARA SUSTENTABILIDADE.....	29
2.2.1 Design Social.....	31
2.2.2 Design para Inovação Social .....	33
2.3 DESIGN THINKING .....	36
2.4 DESIGN COLABORATIVO .....	42
2.4.1 Criatividade em grupo.....	47
2.6 SÍNTESE DO CAPÍTULO.....	49
<b>CAPÍTULO 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DA ECONOMIA SOLIDÁRIA</b> .....	<b>51</b>
3.1 ORIGENS DO MOVIMENTO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA.....	52
3.2 O CONCEITO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO BRASIL .....	55
3.3 ATUAÇÃO ECONÔMICA SOLIDÁRIA NO BRASIL: ANÁLISE DOS DADOS DISPONÍVEIS.....	57
3.4 EMPREENDIMENTOS ECONOMICOS SOLIDÁRIOS NO SETOR DE CONFECÇÃO .....	63
3.4.1 Caracterização da amostra .....	64
3.4.1.1 Empreendimento Nosso Jeito .....	64
3.4.1.2 Empreendimento Charlotte .....	65
3.4.1.3 Empreendimento Cooperaldeia.....	66
3.4.1.4 Empreendimento Pano pra Manga .....	67
3.4.1.5 Empreendimento Conkistart.....	68

3.4.2 Análise das entrevistas.....	69
3.5 SÍNTESE DO CAPÍTULO.....	81
<b>4 METODOLOGIA .....</b>	<b>85</b>
4.1 O PROCESSO DE PESQUISA-AÇÃO: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	85
4.1.1 Relação da Pesquisa-ação com o Design .....	88
4.2 DESENVOLVIMENTO DAS ETAPAS DE PESQUISA.....	89
4.2.1 Pesquisa exploratória .....	90
4.2.2.1 Etapas da pesquisa-ação .....	95
4.3 CUIDADOS ÉTICOS .....	104
4.4 LIMITAÇÕES DA PESQUISA: A PESQUISA NA PANDEMIA DE COVID-19.....	104
<b>CAPÍTULO 5 RESULTADOS .....</b>	<b>107</b>
5.1 RESULTADOS DA FASE EXPLORATÓRIA.....	107
5.1.1 Contextualização e caracterização do grupo .....	107
5.2 RESULTADOS DA FASE DE PLANEJAMENTO .....	112
5.3 RESULTADOS DA FASE DE AÇÃO.....	114
5.4 RESULTADOS DA FASE DE AVALIAÇÃO E DIVULGAÇÃO.....	130
5.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS .....	131
<b>6 CONCLUSÃO .....</b>	<b>135</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>138</b>
<b>APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS: ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS DA PESQUISA EXPLORATÓRIA.....</b>	<b>151</b>
<b>APÊNDICE B – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS: ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS DA PESQUISA-AÇÃO .....</b>	<b>152</b>
<b>APÊNDICE C – MODELO DO TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO .....</b>	<b>153</b>
<b>APÊNDICE D – QUASTIONÁRIO PARA EXERCÍCIO DE PROTO-PERSONA ....</b>	<b>156</b>

<b>APÊNDICE E – CARTÕES PARA EXERCÍCIO DE CRIAÇÃO.....</b>	<b>157</b>
<b>APÊNDICE F – CROQUIS QUE NÃO SELECIONADOS PARA A ETAPA DE CONFECCÃO .....</b>	<b>159</b>
<b>APÊNDICE G – FICHAS TÉCNICAS DOS PRODUTOS DESENVOLVIDOS.....</b>	<b>160</b>



## CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO

O tema da investigação desta tese de doutorado refere-se a processos e métodos do design para orientar o desenvolvimento de produtos com base no princípio da sustentabilidade e na perspectiva dos empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção.

O modelo de produção das economias capitalistas apresenta efeitos positivos e negativos em nossa sociedade. A capacidade de gerar riquezas, inovações e avanços tecnológicos que beneficiam a sociedade são acompanhados por problemas complexos de degradação ambiental, desigualdades sociais, pobreza e questões trabalhistas.

A pertinência destas questões na sociedade contemporânea é relevante para a área do design. Considerando que a atuação de designers compreende o projeto de produtos e serviços a serem ofertados ao mercado, Papanek (1971, p.1) afirma que o design “se tornou a ferramenta mais poderosa com a qual o homem molda suas ferramentas e ambientes (e, por extensão, a sociedade e ele mesmo)”.

Além da capacidade da área em lidar com problemas complexos, as contribuições teóricas e práticas acerca da atividade projetual orientada à sustentabilidade provém subsídios para o tema de interesse desta tese: o desenvolvimento de produtos de moda por empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção.

A indústria da moda depende de uma complexa cadeia produtiva que envolve diversas etapas interdependentes, desde o cultivo de matéria prima até a colocação do produto no mercado. O Brasil é o único país do ocidente que possui esta cadeia produtiva completa. Cada etapa pode, potencialmente, gerar impactos negativos ao meio ambiente<sup>2</sup>.

No sistema da moda, a atração do consumidor pelo novo é cultivada e explorada de forma que “a obsolescência programada se alimenta do consumismo e é, ao mesmo tempo, consequência dele” (ASSUMPCÃO; DANTAS, 2016, p.2017). Assim, a mutabilidade e a efemeridade são componentes centrais ao funcionamento deste sistema.

---

<sup>2</sup>A indústria da moda é a segunda maior indústria consumidora de água no mundo, é responsável por 10% das emissões de gás carbônico e 21 bilhões de toneladas de resíduos têxteis destinados à aterros sanitários anualmente (UNECE, 2018).

A expansão dos meios de comunicação, sobretudo a internet e uso de redes sociais, proporciona ao público um fluxo contínuo de informações acerca de novas tendências e estilos a serem adquiridos, acelerando o ritmo da moda e demandas de consumo.

O sistema da moda se intensificou com o desenvolvimento progressivo do *fast fashion* nas últimas décadas. O *fast fashion* é um modelo de gestão que está fundamentado em uma cadeia produtiva ágil, com foco na fabricação de mercadorias com menor custo produtivo e menor ciclo de vida, aderindo rapidamente às tendências de moda emergentes.

Assim, o aumento do consumo de produtos de moda é atendido por uma indústria eficiente e em crescimento. O sucesso industrial e comercial também é acompanhado por questões sociais e trabalhistas. São recorrentes na indústria da moda casos de trabalho análogo à escravidão, emprego de mão de obra infantil, condições de trabalho degradantes e baixos salários a populações empobrecidas e/ou vulneráveis, sobretudo na etapa de confecção que é mais intensiva em mão de obra (OLIVEIRA, 2018; LOURENÇO; LOLE; STAMPA, 2019).

A existência desses problemas reforça a necessidade de mudança em diversos níveis na indústria da moda e de fortalecer meios de produção orientados à sustentabilidade. Nesta perspectiva, a atuação de EES no setor de confecção demonstra, a partir de seus princípios de respeito ao trabalhador e ao meio ambiente, uma alternativa produtiva e econômica pertinente.

A ES apresenta um objetivo de reorganizar as “ações de consumo, comércio, produção, serviço, finanças e desenvolvimento tecnológico” (MANCIE, 2005, p.2) de forma a promover o bem-estar dos indivíduos e amenizar a desigualdade da sociedade a partir de práticas econômicas solidárias. Laville e Gaiger (2009, p.163), descrevem o desenvolvimento da ES mediante a “longa história associativa dos trabalhadores, iniciada no começo do século XIX”. Trata-se, portanto, de um movimento estritamente conectado a valores humanos e direitos trabalhistas.

Os EES são as iniciativas econômicas que operam de maneira alternativa à lógica do mercado capitalista e de acordo com os valores da ES. São empreendimentos que possuem uma gestão democrática executada pelos próprios trabalhadores (autogestão), com princípios de solidariedade e cooperação.

O trabalho consorciado age em favor dos próprios produtores e confere, à noção de eficiência, uma conotação bem mais ampla, incluindo a qualidade de vida dos trabalhadores e a satisfação de objetivos culturais e ético-morais. Esse espírito distingue-se tanto da racionalidade capitalista, como da solidariedade comunitária, por ser esta desprovida dos instrumentos adequados a um desempenho social e econômico que não seja circunscrito e marginal. [...] Com suas vinculações e extensões, constituem a célula propulsora básica da economia solidária (GAIGER, 2009, p.181).

As experiências de ES no Brasil desenvolvem-se com maior intensidade a partir da década de 1990. Apresentam-se empreendimentos organizados como sociedades cooperativas, associações e grupos informais que atuam com consumo, produção, prestação de serviço e finanças. A produção na indústria de transformação refere-se à maior parcela de atuação dos EES no país (GAIGER, 2014).

A prática da economia solidária é uma opção de geração de trabalho e renda para indivíduos que, por diversos motivos (desigualdade econômica, exclusão social etc.), não conseguem se inserir no mercado capitalista ou buscam novas formas de relação de trabalho (SINGER, 2002).

Os EES do setor de confecção configuram uma parcela dos grupos que atuam com produção na indústria de transformação. Infelizmente são escassos os dados disponíveis acerca das experiências e características destes grupos. Além de não localizarmos estudos abrangentes mais recentes que o de Gaiger (2014), as demais pesquisas consultadas (SEGATTO, 2011; PAIXÃO e KANAMARU, 2020) descrevem levantamentos regionais realizados com um número reduzido de empreendimentos.

De acordo com Segatto (2011), existe uma predominância de mulheres atuando em empreendimentos de pequeno porte com abrangência comercial regional. Na maioria dos casos o trabalho destes empreendimentos está restrito à prestação de serviço de confecção a empresas terceiras, sem participação nas etapas de criação e comercialização ao consumidor final (PAIXÃO e KANAMARU, 2020).

Em relação aos artigos de moda confeccionados pelos EES, a pesquisa de Fujita (2017) indica que empreendimentos do setor buscam manifestar valores sociais e de sustentabilidade em seus produtos, com utilização de materiais orgânicos ou reciclados, aplicação de estampas que remetem à conservação ambiental e mensagens sociais.

Para Niinimäki (2010), o crescente interesse em moda sustentável não altera significativamente hábitos de compra. Estilo, qualidade, preço e, principalmente, desejo, são atributos de maior peso do que o consumo ético e sustentável.

Desta forma, compreendemos que a comunicação de valores éticos e ecológicos na moda não deve ser isolada. Criatividade e estilo não devem entrar em conflito com valores de sustentabilidade. Caso contrário, esta produção corre o risco de ficar restrita a nichos de mercado e não estimular uma real mudança nos processos produtivos da indústria da moda (NIINIMÄKI, 2010, AAKO; KOSKENNURMI-SIVONEN, 2013, FUJITA, 2017).

Diante deste panorama, torna-se oportuna a visão holística da área do design como um atributo que viabiliza a reflexão e desenvolvimento de ações adequadas para trabalhar com as questões que circundam a atuação econômica solidária no mercado da moda nacional.

Moura (2011, p.10) apresenta o design contemporâneo como uma área de “configuração diversa, com inúmeras possibilidades de relações e associações”. Assim, a atividade de design não se limita a criação de novos objetos, inclui também “estratégias como mix de produtos e serviços, planejamento, uso e processos” (BARBOSA, 2008, p.3).

A Organização Mundial de Design (WDO, 2015, s/p) destaca o melhoramento da qualidade de vida como um objetivo fundamental na atividade projetual, evidenciando, desta forma, uma responsabilidade socioambiental nas atividades dos designers.

Para Manzini (2008), a atuação do design contemporâneo está contextualizada em um cenário transitório, de transformação para uma sociedade sustentável. As competências dos designers, em um contexto de design para a sustentabilidade, correspondem à:

Habilidade de gerar visões de um sistema sociotécnico sustentável; organizá-las num sistema coerente de produtos e serviços regenerativos, as soluções sustentáveis; e comunicar tais visões e sistemas adequadamente para que sejam reconhecidos e avaliados por um público suficientemente amplo, capaz de aplicá-las efetivamente (IBDEM, 2008, p.28).

A consideração de aspectos econômicos, sociais e ambientais na atividade projetual, visando a sustentabilidade e o desenvolvimento de EES no mercado da

moda de acordo com o contexto e especificidades da atuação solidária nos leva ao seguinte problema de pesquisa:

Quais ações de design contribuiriam para o desenvolvimento da produção de empreendimentos econômicos solidários, visando o aprimoramento de processos orientados à sustentabilidade e o empoderamento dos participantes?

Diante desta questão, trabalharemos com a hipótese de que processos de design que visam a colaboração entre atores e o compartilhamento de saberes formais e informais são apropriados à realidade de empreendimentos econômicos solidários atuantes no setor de confecção.

Propomos a intervenção a partir de fundamentos teóricos e metodológicos do design para orientar processos de desenvolvimento de produto com base no princípio da sustentabilidade e na perspectiva dos EES. A partir da identificação das necessidades específicas do empreendimento, a introdução de métodos e técnicas do design possibilitaria, então, o aprimoramento dos processos do grupo.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo geral

Desenvolver um processo de design a partir da colaboração e do compartilhamento de saberes formais e informais para introdução de atividades de design na rotina de desenvolvimento de produtos de um grupo de economia solidária.

### 1.1.2 Objetivos específicos

1. Identificar métodos, técnicas e conceitos do design relevantes à atuação de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção.
2. Caracterizar o contexto histórico e teórico da Economia Solidária e a atuação de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção.
3. Aplicar o processo de design com os participantes de um empreendimento econômico solidário do setor de confecção.

## 1.3 ESTRUTURA DA TESE

De acordo com a questão de pesquisa, hipótese, proposição e objetivos específicos, estabelecemos a sistematização do desenvolvimento da pesquisa, exposto no Quadro 1.

Quadro 1 – Sistematização do desenvolvimento da pesquisa

<b>Etapas</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Procedimentos</b>	<b>Desenvolvimento da tese</b>
1. Bibliográfica	1. Identificar métodos, técnicas e conceitos do design relevantes à atuação de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção.	1.1 Revisão de literatura nacional e internacional, a partir de levantamento bibliográfico sobre o design, seus processos e métodos.	Cap. 2. Fundamentação teórica do Design
		2.1 Revisão de literatura nacional e internacional, a partir de levantamento bibliográfico sobre a Economia Solidária.	Cap. 3. Fundamentação teórica da Economia Solidária
2. Pesquisa exploratória	2. Caracterizar o contexto histórico e teórico da Economia Solidária e a atuação de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção.	2.2 Identificação de empreendimentos solidários atuantes do setor de confecção na cidade de São Paulo por meio do CADSOL.	Cap. 4 Metodologia
		2.3 Pesquisa exploratória para coleta de dados com uso de questionário, entrevista, coleta de documentação e observação, para a identificação da realidade vivenciada pelos EES.	
		2.4 Análise dos dados coletados na pesquisa exploratória.	Cap. 3. Fundamentação teórica da Economia Solidária
3. Pesquisa-ação	3. Aplicar o processo de design com os participantes de um empreendimento econômico solidário do setor de confecção.	3.1 Identificar as necessidades específicas do empreendimento econômico solidário por meio de entrevistas semiestruturadas, discussões em grupo e observação.	Cap. 4 Metodologia Cap. 5 Resultados
		3.2. Elaboração e realização de processo de design.	
		3.3. Avaliação das atividades realizadas.	

Fonte: De autoria própria

Esta pesquisa foi dividida em cinco capítulos. No capítulo 1, que se refere à introdução, apresentamos o tema e o contexto da pesquisa, com uma breve elaboração dos principais conceitos investigados. Explicitamos o problema abordado, definimos a hipótese, o objetivo geral e os objetivos específicos, justificamos a pesquisa e buscamos esclarecer sua relevância e contribuições para a área do design.

Foram realizadas pesquisas bibliográficas para as revisões de literatura contidas no capítulo 2 (Fundamentação teórica do Design) e no capítulo 3 (Fundamentação teórica da Economia Solidária) a partir da consulta de fontes de informação bibliográfica nacionais e internacionais em catálogos de bibliotecas, portal de periódicos da CAPES, SIBi-USP, meta buscador Google Scholar e principais periódicos que apresentaram temas relevantes à esta discussão.

O segundo capítulo foi desenvolvido mediante revisão de literatura, a partir de um levantamento bibliográfico sobre o design, seus processos e métodos. Desta forma, o capítulo se inicia com a evidenciação de questões éticas e ambientais atuais e a necessidade de tomada de ação para alcançar o desenvolvimento sustentável. Em seguida, a problemática da sustentabilidade é relacionada à atividade de design, citando autores da área que refletem sobre a atuação do designer em um contexto de desenvolvimento sustentável, com foco no conceito de design social.

Apresentamos adiante o conceito de inovação social como um tema de interesse ao design por meio de autores que discutem a atividade projetual como instrumento de fomento ao desenvolvimento de inovações sociais. Tais discussões são de interesse à esta pesquisa pois podemos atribuir o conceito de inovação social às experiências dos EES.

Em seguida, exploramos o *design thinking*, com a apresentação e discussão dos modelos da IDEO e o *double diamond* do Design Council. Buscamos descrever as principais características e objetivos do design colaborativo, como um designer pode cultivar a colaboração e quais as dificuldades a serem superadas para atingir um processo colaborativo.

O Capítulo 3 explora o tema de Economia Solidária. Para a dissertação deste capítulo, também utilizamos a consulta de fontes de informação bibliográfica nacionais e internacionais. Ressaltamos que, para a análise da literatura em língua inglesa, estendemos a pesquisa aos termos “*social enterprises*”, “*solidarity economy*” e “*social economy*”.

Assim, a partir do levantamento bibliográfico e revisão de literatura, demonstramos que diferentes autores apresentam olhares diversos sobre este tema. Abordamos as origens deste movimento, com o entendimento de que a ES está relacionada ao cooperativismo, ao movimento associativista operário e ao pensamento do socialismo utópico.

Por se tratar de um movimento com um desenvolvimento singular em diversos países, optamos por evidenciar como o conceito se desenvolveu no Brasil. Buscamos utilizar os trabalhos dos principais teóricos brasileiros e elencar os princípios e valores propostos pela economia solidária.

Em seguida, apresentamos os dados disponíveis sobre a atuação dos EES nacionais, com o objetivo de estabelecer um panorama acerca das práticas existentes e das principais instituições que apoiam o movimento no Brasil. O capítulo 3 também apresenta a amostra e análise da pesquisa exploratória realizada.

Portanto, descrevemos o processo de seleção da amostra, a caracterização da amostra e, enfim, a análise dos dados coletados nesta etapa da pesquisa.

Após a conclusão dos capítulos teóricos, seguimos para a metodologia de pesquisa (Capítulo 4). Apresentamos a fundamentação teórica do método de Pesquisa-ação e relacionamos este método à pesquisa em Design. Descrevemos, em seguida, as etapas realizadas na pesquisa exploratória e na pesquisa-ação. Também apresentamos, neste capítulo, os cuidados éticos e as limitações da pesquisa.

No Capítulo 5 foi apresentado o empreendimento participante da pesquisa-ação. Foram descritas suas características gerais, histórico do empreendimento e a relação dos membros com a ES. O capítulo descreve a realização da pesquisa-ação e introdução do design em concordância com a discussão apresentada nos capítulos teóricos, assim como a análise da pesquisa conduzida no empreendimento. Por fim, apresenta-se a conclusão, desdobramentos e considerações finais do estudo (Capítulo 6).

Esperamos que esta pesquisa contribua para o desenvolvimento científico da área do Design por meio do estudo dos métodos, técnicas e processos de design que podem ser aplicados visando o desenvolvimento de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção.



## CAPÍTULO 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DO DESIGN

O presente capítulo buscou atender ao objetivo específico 1 desta tese: Identificar métodos, técnicas e conceitos do design relevantes à atuação de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção.

Para atender a este objetivo foi realizado um estudo da literatura sobre o tema de economia solidária no âmbito do design, no qual foram identificadas as abordagens que configuram os subcapítulos desta seção, são eles: Design para Sustentabilidade (item 2.2); Design Social (item 2.3); Design para Inovação social (item 2.3.1); Design Thinking (Item 2.4) e Design colaborativo (item 2.5). Buscamos descrever as principais características destas abordagens e como a literatura apresenta a relação do design ao tema de ES.

Também relevante à atuação dos EES do setor de confecção é a área da Moda. Portanto, antes de prosseguirmos para a discussão das abordagens mencionadas, desejamos fazer uma breve apresentação sobre as áreas do Design e da Moda. Também discutiremos questões sociais, ambientais e econômicas que existem na indústria da moda e que contextualizam a relevância da atuação de EES e a aplicação de abordagens que visam a sustentabilidade.

### 2.1 ASPECTOS CONCEITUAIS DO DESIGN E DA MODA

Conforme apontado na introdução deste documento, esta pesquisa propõe a investigação de processos de design para empreendimentos econômicos solidários que atuam no mercado da moda brasileira.

Apesar de não ser o foco da investigação dissertarmos sobre os pontos de separação e aproximação entre as áreas da moda e do design, o caráter interdisciplinar deste estudo, faz com que seja necessário apresentarmos brevemente a relação entre as áreas.

*Design* é um termo polissêmico da língua inglesa, proveniente da palavra *designo*, de origem latina (COELHO, 2008). Pode ser utilizado como verbo (*to design*) para se referir ao processo de planejamento e execução de atividades em determinado projeto ou como substantivo (*the design*) para denotar o projeto ou o objeto (BONI, SILVA e SILVA, 2014). Portanto, design pode ser o processo e o

resultado deste processo, “seja ele físico ou digital, material ou imaterial, concreto ou abstrato, tangível ou intangível” (FACCA, 2020, p.56).

Buchanan (1992, p.5) observa o Design como uma área vasta e flexível, o que impossibilitaria uma única definição abrangente o suficiente para englobar a “diversidade de ideias e métodos” existentes. Em concordância, Bürdek (2010, p.16) atribui a “diversidade de definições e descrições” sobre a atividade de design à pluralidade da área.

A Organização Mundial de Design (WDO, 2015, s/p) oferece uma definição de Design Industrial como um processo estratégico que envolve criatividade para gerar soluções de problemas, com objetivo final de atender necessidades humanas e melhorar a qualidade de vida das pessoas por meio do projeto de produtos, serviços, sistemas e experiências.

A atividade projetual ocorre por meio de um processo que envolve análise, criatividade e síntese (WEBER, 2010) para “a concretização de uma ideia em forma de projetos ou modelos” (LOBACH, 2001, p.16). Bürdek (2010, p.225) também contextualiza o design como um processo criativo, o qual produz resultados mediante “um processo de desenvolvimento” cujo “andamento é determinado por condições e decisões”.

Quintão, Triska e Perassi (2018) reconhecem o design como um processo complexo que está “sujeito a aspectos tanto racionais e objetivos quanto aleatórios e subjetivos”. A complexidade também pode caracterizar os problemas de design. Rittel e Webber (1973) apresentaram o conceito de *wicked problem*<sup>3</sup> para descrever problemas que são difíceis e/ou impossíveis de resolver.

Os autores descrevem dez propriedades de tais problemas. São problemas que não apresentam formulação e soluções claras e definitivas. Ademais, as possíveis soluções não podem ser avaliadas como certas ou erradas, apenas como boas ou más. Suas consequências são inesperadas e difíceis de avaliar pois ocorrem ao longo do tempo. Como não é possível desfazer as consequências, também não é possível agir por tentativa e erro, pois as variáveis do problema já se alteraram, assim como a compreensão acerca do problema. *Wicked problems* são únicos e estão entrelaçados a outros problemas, podendo ser sintomas de outras situações (RITTEL; WEBBER,

---

<sup>3</sup> O termo *wicked* poderia ser traduzido para o português como “capcioso”, “traíçoeiro” (BONOTTO *et al.* 2018). Mantivemos a grafia na língua inglesa a partir da identificação desta prática na literatura nacional.

1973; BONOTTO *et al.* 2018). Avaliando as características dos *wicked problems*, Buchanan (1992, p.16) reflete sobre a natureza dos problemas de design:

Porque problemas de design são indeterminados e, portanto, *wicked*? [...] a resposta para esta questão reside em algo raramente considerado: a natureza peculiar do design. Os problemas de design são "indeterminados" e "*wicked*" porque o design não tem um assunto especial próprio além do que um designer concebe que seja. O assunto do design é potencialmente universal em escopo, porque o *design thinking* pode ser aplicado a qualquer área da experiência humana.

Cardoso (2012, p.13) apresenta a complexidade como elemento inerente ao mundo em que vivemos e define-a como um “sistema composto de muitos elementos, camadas e estruturas, cujas inter-relações condicionam e redefinem continuamente o funcionamento do todo”.

Frente à complexidade dos problemas projetuais contemporâneos, ampliados por questões como a globalização, sustentabilidade, novas tecnologias, expansão dos sistemas de informação, entre outros, Weber (2010) argumenta que a tomada de decisão em processos de design pode ser auxiliada pela aplicação de métodos projetuais, os quais podem tornar o processo de design mais eficiente (MUNARI, 1998).

Bomfim (1995, p.7) esclarece que metodologia “é a ciência que se ocupa do estudo de métodos, técnicas ou ferramentas e de suas aplicações na definição, organização e solução de problemas teóricos e práticos”. Portanto, Metodologia de Design seria o estudo dos métodos, técnicas e ferramentas aplicados nesta área específica.

Weber (2010, p.302) observa que os métodos podem ser entendidos como um caminho que reúne um “conjunto de procedimentos que visam atingir um objetivo de projeto”. O processo representa a sequência de etapas executadas, as técnicas são meios intermediários na solução de problemas e as ferramentas são instrumentos físicos ou conceituais (ex: tabelas, matrizes, listas etc.).

A prática do design envolve atividades estratégicas, criativas e técnicas para a concepção de um produto, um serviço ou a resolução de um determinado problema. Assim, observamos que a atividade do designer não está restrita apenas às qualidades estéticas de um objeto. O design abrange a reflexão acerca da concepção

de processos de projeto em diversas áreas de atuação, exigindo deste profissional uma visão multidisciplinar.

Monica Moura (2012, p.1) apresenta como ponto em comum entre as áreas do design e da moda “a produção de produtos, sistemas e estilos de vida que estabelecem a tradução de signos criando linguagem”. Competem à ambas as áreas, questões relacionadas à escolha de materiais, processos criativos e de fabricação. Moura e Castilho (2013) afirmam que tanto a moda quanto o design atuam entre as esferas do objetivo e do subjetivo.

Podemos observar a moda de duas maneiras distintas. A moda enquanto indústria representa um complexo sistema que congrega diversas empresas, setores e profissionais que trabalham para a produção, divulgação e comercialização de vestuário e acessórios que utilizamos junto ao corpo.

Outro significado atribuído ao termo advém de uma perspectiva sociológica, que observa a moda enquanto um processo de mudança cíclica de renovação e difusão. Esta dinâmica de diferenciação e imitação está relacionada à emergência da burguesia, e à utilização do vestuário como indicação de classe social (GODART, 2010; SVENDSEN, 2010). A moda, nesta configuração, não reflete apenas a oferta e consumo de objetos, apresenta-se como um fenômeno de grande influência ao mundo moderno e afeta diversas esferas da vida social.

Para além de uma diferenciação de status social, podemos entender a moda como uma área de produção e expressão cultural. Cardoso (2012, p. 111) afirma que “as aparências dos objetos sempre são carregadas de significados, isto quer dizer que todo artefato material é comunicação, informação e signo” Desta forma, a moda e seus objetos apresentam-se como componentes de extrema relevância na formação da identidade de indivíduos e grupos sociais, refletindo a dimensão imaterial do objeto (AVELAR, 2009).

A moda, conforme apresentamos acima, implica uma característica de mudança permanente. O mercado sistematiza esta característica com a oferta de novos produtos por coleções sazonais. Gui Bonsiepe (2011, p.18) avalia negativamente a efemeridade da moda na área do design:

O design se distanciou cada vez mais da ideia de “solução inteligente de problemas” e se aproximou do efêmero, da moda, do obsoleto rápido – a essência da moda é a obsolescência rápida –, do jogo estético-formal, da glamourização do mundo dos objetos.

Frequentemente, hoje em dia, design é associado a objetos caros, pouco práticos, divertidos, com formas rebuscadas e gamas cromáticas chamativas. A hipertrofia dos aspectos de moda, por sua vez, reflete-se nos meios de comunicação de massa, em sua incessante busca pelo novo.

Compreendemos que esta dinâmica se confunde com o sistema industrial contemporâneo, no qual o consumo deve ser estimulado para que se atinjam maiores níveis de produção e comercialização em prol do crescimento econômico das empresas. Vivemos hoje uma aceleração do ciclo de vida de produtos, sobretudo os da indústria da moda, impulsionada pelo sucesso do *fast fashion*.

Trata-se de um modelo de negócios alicerçado na gestão da cadeia de suprimentos, com o objetivo de redução do tempo entre a concepção e o consumo de um novo produto (BARNES; LEA-GREENWOOD, 2010). O *fast fashion* também se caracteriza pela maior frequência e volume de consumo e pela oferta de produtos baseada na demanda do consumidor.

As empresas que adotam este modelo promovem uma renovação contínua de suas mercadorias, ademais dos lançamentos das “tradicionais” temporadas outono/inverno e primavera/verão. O consumo é estimulado pelas constantes “novidades” disponibilizadas ao mercado, usualmente com preços acessíveis e com aderência às tendências emergentes.

Para Sapper (2012), a expansão do *fast fashion* no mercado ocasionou a desvalorização do processo criativo do design de moda. A autora cita a velocidade com que as “coleções” são produzidas como um empecilho para o potencial criativo dos estilistas. Também são relevantes os casos em que empresas de *fast fashion* produzem cópias de produtos de outras marcas de moda, levantando discussões sobre plágio, propriedade intelectual e liberdade criativa.

Além da aceleração dos processos criativos e produtivos, a redução de preços como estratégia de mercado ocasionou no aumento da terceirização da produção, frequentemente para regiões empobrecidas, possibilitando a eliminação de vínculos trabalhistas, a redução de encargos sociais e o aumento da produtividade. Ademais, é evidente que existem diversas questões ambientais atribuídas às etapas da cadeia produtiva têxtil e de confecção.

Em resposta a estas questões apresentadas, o movimento *slow fashion* propõe que o atual sistema da indústria da moda seja refletido e questionado com o objetivo de promover mudanças. O termo “*slow fashion*” não deve ser compreendido em uma

tradução literal de “devagar” em termos de produção (COUTINHO; KAULING, 2020). O movimento sugere que a indústria e o público questionem que tipo de produção e crescimento econômico a moda deve almejar.

Desta forma, o *slow fashion* reúne os conceitos de priorização da produção local de pequena e média escala; valorização de recursos locais; a conscientização acerca dos impactos socioambientais da indústria; a promoção do comércio justo; menos intermediações entre o consumidor e o produtor; consumo de produtos desenvolvidos de forma sustentável e socialmente responsáveis; questionamento da valorização do “novo” na moda (FLETCHER, 2010; COUTINHO; KAULING, 2020).

Neste contexto, podemos discutir que a economia solidária se manifesta como uma proposta que apresenta perspectivas de ressignificação da cadeia produtiva da moda por meio do resgate de valores humanos nas relações de trabalho e integração do princípio de sustentabilidade com suas atividades. Desta forma, exploramos a seguir os conceitos e abordagens da área do Design que podem oferecer perspectivas de desenvolvimento aos EES do setor de confecção.

## 2.2 FUNDAMENTAÇÃO DO DESIGN PARA SUSTENTABILIDADE

A noção de desenvolvimento sustentável foi definida em 1987 no relatório final da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, intitulado “Nosso futuro comum”, mais conhecido como relatório de Brundtland<sup>4</sup>. Neste documento é estabelecido que o desenvolvimento sustentável é aquele que “atende às necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem às suas necessidades” (BRUNDTLAND, 1987, p.41).

O relatório transmite a compreensão de que os impactos ambientais e questões sociais existentes são ocasionados pelos modos de produção e consumo de nossa sociedade. Indicando a necessidade de tomada de ação em diversos níveis, o documento relaciona objetivos que perpassam as dimensões ambiental, social e econômica, cujas inter-relações são inerentes ao conceito de desenvolvimento

---

<sup>4</sup> O nome informal do relatório faz referência à Gro Harlem Brundtland, presidente da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU.

sustentável. Atualmente a ONU lista dezessete objetivos<sup>5</sup>, os quais compreendem cento e sessenta e nove metas a serem atingidas até o ano de 2030.

Em relação à área do design, o tema da sustentabilidade também se apresenta como uma preocupação crescente ao longo dos séculos XX e XXI. Em seu livro “Design for the real world”, publicado em 1971, Victor Papanek discutiu a responsabilidade moral da atividade dos designers, defendendo o design ecológico e social, tanto como um compromisso, quanto uma oportunidade para a área.

Em uma era de produção em massa, quando tudo deve ser planejado e projetado, o design se tornou a ferramenta mais poderosa com a qual o homem molda suas ferramentas e ambientes (e, por extensão, a sociedade e a ele mesmo). Isto demanda uma alta responsabilidade moral e social pelo designer. Também demanda maior entendimento das pessoas as quais praticam design e maior conhecimento do processo de design da parte do público (PAPANEK, 1971, p.14).

Considerando a posição central do design neste contexto, compreendemos que os profissionais da área devem buscar soluções que (a longo prazo) contribuam para a efetivação de um conceito de bem-estar condizente com os objetivos de desenvolvimento sustentável.

Para Cardoso (2012), duas visões opostas sobre o conceito de bem-estar revelam um conflito na atuação do designer. Por um lado, temos o crescente consumo de produtos e serviços ligado às noções de melhores condições de vida, desenvolvimento econômico e inclusão social (NOGUEIRA, 2002). Em contrapartida, discussões sobre sustentabilidade incluem a concepção de que a diminuição do consumo é necessária para o alcance de metas de desenvolvimento sustentável, fundamental para o bem-estar da população como um todo.

Manzini (2002, p.10) reflete sobre o papel dos designers na construção social do conceito (insustentável) de “bem-estar baseado em produtos”, por meio de sua participação no desenvolvimento e oferta de produtos, serviços e estilos de vida. O

---

<sup>5</sup> Os dezessete objetivos são: 1) Erradicação da pobreza; 2) fome zero e agricultura sustentável; 3) saúde e bem estar; 4) educação de qualidade; 5) igualdade de gênero; 6) água potável e saneamento; 7) energia limpa e acessível; 8) trabalho decente e crescimento econômico; 9) indústria, inovação e infraestrutura; 10) redução das desigualdades; 11) cidades e comunidades sustentáveis; 12) consumo e produção responsáveis; 13) ação contra a mudança global do clima; 14) conservação da vida marinha; 15) conservação da vida terrestre; 16) paz, justiça e instituições eficazes; 17) parcerias e meios de implementação (ONU MEIO AMBIENTE, 2019).

autor defende que promover a sustentabilidade na atividade projetual é uma escolha ética que deve ser tomada pelos designers.

Destacando a capacidade da área em oferecer soluções que atuam em prol de uma sociedade sustentável, investigações acerca de possíveis contribuições do design resultaram em abordagens que propõem o design enquanto uma atividade estratégica para o mercado sob a ótica da sustentabilidade.

Ceschin e Gaziulusoy (2016) refletem sobre a evolução da área, e observam uma tendência que parte do desenvolvimento de abordagens que lidam com as dimensões econômicas e ambientais (ênfase técnica/produto) para as abordagens que visam os três pilares da sustentabilidade (sistemas sociotécnicos), com um foco particular no âmbito social.

As abordagens anteriores (e em particular a maioria das abordagens no nível do Produto) tratam dos aspectos ambientais da sustentabilidade. Continuando, aspectos como condições de trabalho, redução da pobreza, integração de pessoas fracas e marginalizadas, coesão social, empoderamento democrático dos cidadãos e na qualidade de vida geral, têm estado cada vez mais integrados nas abordagens de design para sustentabilidade posteriores (IBDEM, 2016, p.145).

Desta forma, levando em consideração a amplitude das questões que configuram o conceito de sustentabilidade, o design para sustentabilidade pode reunir diferentes estratégias para produzir soluções que sejam economicamente viáveis, ecologicamente benéficas e socialmente responsáveis. Apresentaremos a seguir, o design social e o design para inovação social como temas de interesse para a discussão apresentada nesta tese.

### **2.2.1 Design Social**

O design social é um conceito que reflete sobre a posição e responsabilidade moral do design na sociedade. Defende que a atividade projetual seja direcionada para atender carências oriundas de desigualdades sociais ou necessidades especiais, que não representam retorno econômico aparente ou imediato.

Para Bonsieppe (2011, p.21), é necessário aos designers e demais profissionais “formar uma consciência crítica frente ao enorme desequilíbrio entre os



centros de poder e os que são submetidos a eles”, estendendo a atividade projetual à “espaços alternativos” com capacidade de alterar relações sociais.

Ao propor uma discussão acerca do design social, Margolin e Margolin (2004, p.44) não posicionam o conceito como antagônico ao modelo mais investigado do “design para o mercado”. Idealmente, para os autores, tais modalidades devem ser complementares e coexistem como possibilidades de atuação.

As concepções teóricas apresentadas preveem que as atividades projetuais, neste contexto, proporcionariam melhorias sistêmicas em nossa sociedade e colocam o designer como um agente de transformação. Almeida (2019) apresenta-se cético em relação às ambições do design social. O autor aponta que a resolução (ou atenuação) de um problema complexo como a desigualdade econômica e social, está relacionado ao sistema de produção vigente, extrapolando, portanto, as possibilidades do design.

Existem discussões também em relação à utilização do termo “social”, podendo ser considerado como redundante ou impreciso, afinal, todo o design é social, todo resultado de um processo de design é voltado para a sociedade. Em sua revisão sistemática sobre design social, Chen *et al.* (2016) indicam que existe um distanciamento dos autores em relação à uma definição teórica do termo “social” utilizado nas pesquisas analisadas.

Para Veiga e Almendra (2014, p.2), a falta de definição do termo resultou em uma multiplicidade de expressões (design socialmente responsável, design para o bem social, design humanitário, design para mudança social, entre outras), as quais promovem “uma barreira de comunicação” na área.

Após analisarem as práticas correspondentes aos termos, as autoras identificaram três categorias de atuação: sobrevivência, cidadania e políticas. Assim, defendem a utilização do “design social” como um termo guarda-chuva, uma vez em que as categorias estabelecidas “compartilham os mesmos princípios sociais que podem ser unificados em uma atividade principal” (IBDEM, 2014, p.8).

Compreendemos, portanto, que a reflexão proposta pelo design social acerca da responsabilidade ética da área é valorosa. O conceito de design social abrange as ações projetuais que visam abordar problemas e necessidades negligenciadas, com importantes considerações em relação ao desenvolvimento sustentável.

Ezio Manzini (2008, p.16) também atribui um papel central ao designer, dentro de suas capacidades, no necessário processo de mudança cultural da sociedade para atingir a sustentabilidade:

[...] mesmo não tendo meios para impor sua própria visão aos outros, possuem, porém, os instrumentos para operar sobre as qualidades das coisas e sua aceitabilidade e, portanto, sobre a atração que novos cenários de bem-estar possam porventura exercer. Seu papel específico na transição que nos aguarda é oferecer novas soluções a problemas, sejam velhos ou novos, e propor seus cenários como tema em processos de discussão social, colaborando na construção de visões compartilhadas sobre futuros possíveis e sustentáveis.

O autor identifica que as inovações sociais, sobretudo as atribuídas a iniciativas locais, contribuem ao “processo de aprendizagem social”, uma vez que “representam descontinuidades em seus contextos por desafiar os modos tradicionais de fazer, introduzindo outros, muito diferentes e intrinsecamente mais sustentáveis” (Ibidem, 2008, p.63). Torna-se interessante, portanto, explorar a atuação do design no contexto de iniciativas de inovação social.

### **2.2.2 Design para Inovação Social**

A ideia de inovação social apresenta em sua história uma evolução conceitual. Cunhado inicialmente no início do século XIX, o termo inovação social era frequentemente utilizado com uma conotação pejorativa relacionada ao socialismo e ao revolucionário. Seu “resgate” no século XX adquire conotações mais positivas, acrescentando conexões com as ideias de mudança social, novos fenômenos sociais e novas práticas sociais e comportamentais (MOULAERT *et al.* 2005; GODIN, 2012).

O significado dos conceitos muda ao longo da história e é institucionalmente determinado. A conexão com as filosofias e movimentos de desenvolvimento de cada época deve ser reconhecida para decidir sobre seu significado para o pensamento contemporâneo e prática coletiva. (MOULAERT *et al.* 2017, p.14)

Atualmente, o conceito de inovação social se apresenta em um vasto panorama, com definições que podem variar de acordo com a área de pesquisa de interesse, uma vez em que a teorização da inovação social está fundamentada em

diferentes disciplinas como sociologia, administração, economia e ciências políticas (RÜEDE; LURTZ, 2012).

Trata-se de um conceito abrangente, que compreende inovações classificadas como incrementais ou radicais, podendo ser impulsionadas pelo governo, empresas privadas, ONGs ou indivíduos, com o intuito de lidar com as múltiplas questões da sociedade contemporânea, atingindo aspectos “micro” ou “macro” relevantes à qualidade de vida (MULGAN, *et al.*, 2007; RÜEDE; LURTZ, 2012).

Moulaert *et al.* (2017) elencam três dimensões inter-relacionáveis que definem as inovações sociais: a dimensão de conteúdo/produto compreende a satisfação de necessidades humanas, sobretudo as negligenciadas pelo primeiro e segundo setor; a dimensão de processo representa mudanças em relações sociais; e a dimensão de empoderamento aumenta a capacidade sociopolítica de base.

Mediante a colocação acima, observamos que o movimento de economia solidária e as experiências dos empreendimentos econômicos solidários podem ser contextualizados no âmbito do conceito de inovação social<sup>6</sup>. Ademais, a literatura aponta que o conceito de inovação social partilha sua história com o surgimento e desenvolvimento do movimento de economia social e solidária no século XX (MOULAERT; AILENEI, 2005; MOULAERT *et al.* 2017).

Tal concepção está de acordo com a visão de Dash (2014, p.7), que coloca a inovação social como uma base para a multiplicidade de conceitos e práticas da economia social e solidária:

[...] fundamentalmente, são importantes inovações sociais em formas pluralistas de novos projetos sociais, estruturados democraticamente, em ‘economias associativistas’, como alternativas ao lucro e à competição para atender às necessidades econômicas através de incentivos não econômicos, com o capital social como infraestrutura e motor de atividades econômicas para o desenvolvimento local, centrado no ser humano.

Em sua análise acerca das diversas concepções existentes sobre inovação social, os autores Rüede e Lurtz (2012) afirmam que, dependendo da abordagem aplicada, o “social” pode representar as dimensões distintas de processo e resultado. Neste sentido, o foco da inovação social não recai apenas nas soluções de um

---

<sup>6</sup> O movimento de Economia Solidária e as experiências dos empreendimentos econômicos solidários estão descritos no Capítulo 3.

problema. Também são relevantes os caminhos trilhados para atingir uma determinada solução, os quais podem gerar novas relações entre atores sociais, como meios de participação, novas formas de organização e empoderamento de comunidades de base.

O relatório do Gabinete de Assessores de Políticas Europeias (BEPA, 2011) apresenta três perspectivas as quais se refere ao “social” na dimensão de resultado. A primeira representa demandas sociais locais, oriundas de comunidades vulneráveis, cujas necessidades não são atendidas nem pelo Estado nem pelo mercado. A segunda perspectiva é mais ampla e refere-se às questões da sociedade como um todo, alguns exemplos são mudanças climáticas, desigualdades sociais e econômicas, envelhecimento da população, entre outros. A terceira perspectiva visa mudanças sistêmicas sustentáveis, transformações em comportamentos e valores humanos que resultem no bem-estar social.

O design é uma das áreas que têm demonstrado crescente interesse na investigação do conceito de inovação social. Vindo de um contexto de pesquisa de design para sustentabilidade, Ezio Manzini (2017) parte da definição de Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010, p.3) que propõe inovação social como um processo que fortalece a sociedade, resultando em “novas ideias (produtos, serviços e modelos) que atendam simultaneamente às necessidades sociais e criem novas relações ou colaborações sociais”.

Manzini (2008) observa a inovação social como um componente natural da sociedade, uma resposta às questões que surgem devido às crises sociais, ambientais e econômicas. Inovações sociais podem ocorrer de forma espontânea, mas o autor discute que existem meios de propiciar um ambiente favorável para que se iniciem e se sustentem e isto pode ser realizado a partir do design para inovação social.

[...] podemos dizer que o design para a inovação social é a contribuição do design especializado para um processo de *codesign* voltado à mudança social. Na prática, trata-se de uma mistura de diferentes componentes: ideias e visões originais (a partir da cultura de design), ferramentas da prática de design (a partir de diferentes disciplinas de design), e criatividade (que consiste em um dom pessoal), dentro da estrutura de uma abordagem de design (derivada de experiências reflexiva anterior em design) (MANZINI, 2017, p.77).

Assim como no design social, design para inovação social propõe atender uma demanda social. Todavia, Manzini (2014b) adverte que os termos não devem ser tratados como sinônimos, uma vez em que o design social teria um caráter emergencial e assistencialista, configurando-se como complementar do designer. Isto não significa, porém, que tais conceitos são antagonistas, podemos considerar as contribuições destas abordagens como complementares.

Observamos que os estudos sobre design para inovação social possuem um grande enfoque na dimensão de processo, usualmente descrevendo as etapas e resultados obtidos a partir da aplicação de determinadas abordagens e ferramentas do design (BROWN; WYATT, 2010; MANZINI, 2014b; SELLONI; CORUBLO, 2017b).

Em relação à atuação do design em processos de inovação social, Cipolla e Moura (2012) atribuem quatro posições à atividade: 1) o design como empoderador trabalha com inovações existentes, estudando novas soluções e oferecendo suporte; 2) como multiplicador, propõe abordagens do design para fomentar novas soluções baseadas em comportamentos já existentes; 3) como visionário, propõe novos cenários de inovação; 4) como conector, constrói novas relações de colaboração entre atores.

A atuação de designers em projetos de inovação social está fundamentada na colaboração e participação dos atores envolvidos (SELLONI; CORUBOLO, 2017a; MANZINI, 2017). Ademais, Brown e Wyatt (2010) apresentam o *design thinking* como uma abordagem benéfica para tais projetos. Desta maneira, apresentaremos a seguir as abordagens do *design thinking* e do design colaborativo como um modo de orientar as ações do design para inovações sociais no contexto desta pesquisa.

### 2.3 DESIGN THINKING

O termo *design thinking* foi utilizado, no âmbito das pesquisas acadêmicas da área do design, para se referir ao processo cognitivo de designers e aos métodos adotados por estes profissionais na atividade de resolução de problemas (KIMBELL, 2015). Mais recentemente, esta abordagem passou a receber uma atenção maior em áreas que se diferem ao design, sobretudo na área de gestão estratégica, como uma proposta para resolver problemas e fomentar inovações por meio de técnicas e métodos do design.

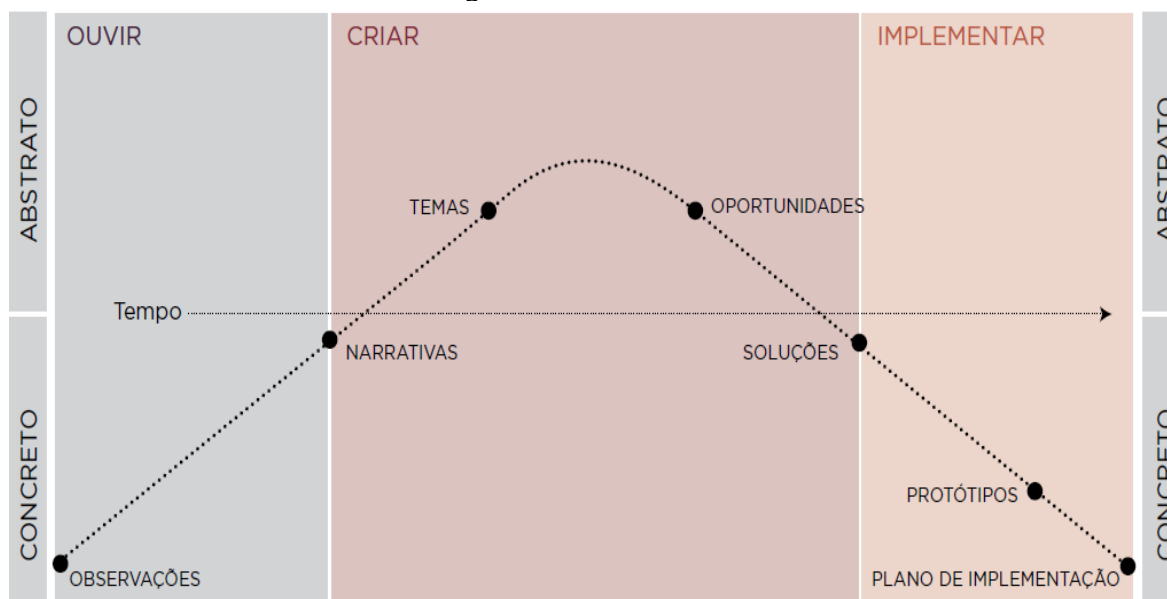
Para Brown (2010), o ponto de partida do DT se encontra nas habilidades que os designers aprenderam ao longo de anos de prática e pesquisa para harmonizar as necessidades humanas e os recursos técnicos disponíveis dentro das delimitações de uma organização específica. Ou seja, os resultados deste processo devem ser desejáveis para o usuário, viáveis para a empresa e tecnologicamente exequíveis.

A prática do design parece acontecer, atualmente, cada vez mais em grupos, tornando mais escassa a imagem do criador solitário. Tim Brown (2010) reconhece o valor de uma equipe de design *thinkers*, reunindo profissionais de diferentes contextos. Todavia, o autor ressalta que é a capacidade de colaboração dos atores que define a interdisciplinaridade do grupo, a existência da colaboração é fundamental para favorecer as tomadas de decisão e originar um solo fértil para inovações criativas.

Além da colaboração, Brown (2008) destaca a empatia, o pensamento integrador, o otimismo e o experimentalismo como características desejáveis aos designers e não designers ao trabalharem em um processo de DT. Tschimmel (2012, p.2) destaca que os modelos de processos e kits de ferramentas do DT “ajudam a melhorar, acelerar e visualizar todo processo criativo” e introduzem a cultura do design e seus métodos à campos distintos. Assim, apresentamos a seguir, os modelos HCD e *Double Diamond* para melhor compreensão do funcionamento do DT.

A empresa de design IDEO é reconhecida pela difusão de sua metodologia centrada no humano. Seu manual “Human Centered Design: kit de ferramentas”, financiado pela Fundação Bill & Melinda Gates, foi idealizado com o intuito de guiar projetos de inovação social em comunidades carentes. O guia propõe um processo colaborativo, baseado em três fases (Figura 1), onde designers, usuários e outros atores interessados se alternam entre o pensamento concreto e abstrato ao longo das fases (IDEO, 2011).

Figura 1 – Modelo HDC



Fonte: IDEO (2009, p.7)

A primeira fase, denominada “Ouvir”, tem como objetivo entender profundamente o problema e os atores envolvidos a partir da utilização de técnicas qualitativas de coleta de dados, como entrevistas individuais e em grupo com especialistas, participantes e usuários, imersão no contexto do problema para observação, documentação com fotos, vídeos, áudios e diários de pesquisa, entre outros.

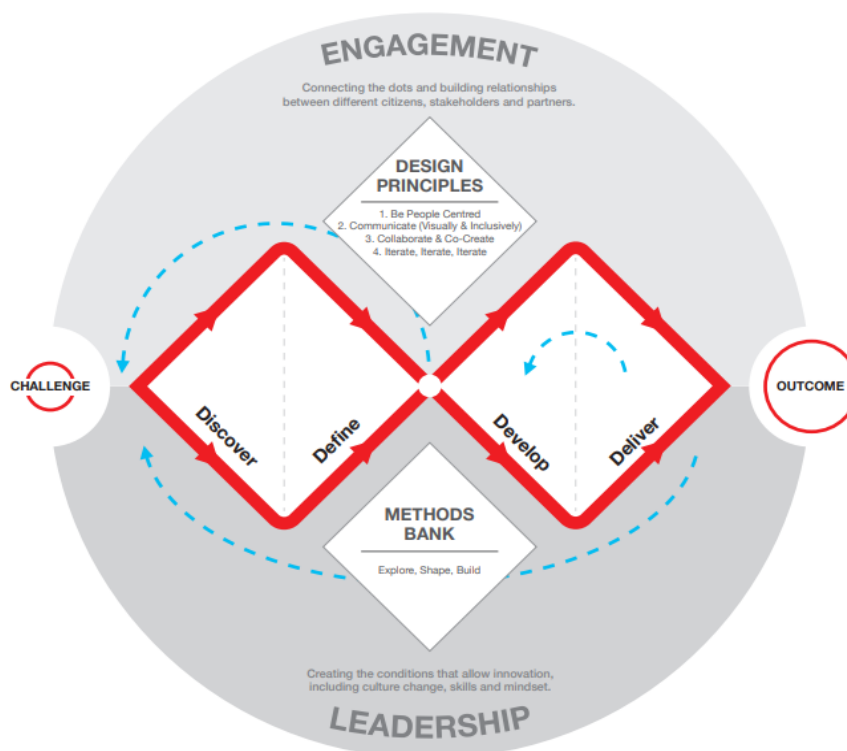
A fase “Criar” compreende três etapas: compreensão e síntese das informações recolhidas na primeira fase, utilização do brainstorming para gerar ideias, criação de protótipos e avaliação dos resultados obtidos para aprimoramentos e novas iterações do processo. É indicado no guia HCD que a etapa de geração de ideias seja executada colaborativamente com os demais atores envolvidos no processo. A etapa de prototipação pode ser realizada com o uso de ferramentas como modelos, storyboards, teatro ou diagramas.

A fase final, denominada “Implementar”, sugere um planejamento para implementação da solução que foi desenvolvida e sua viabilidade é testada por meio de pilotos. O guia HCD destaca que não devemos observar a implementação como uma etapa final do processo. Os aprendizados adquiridos a partir dos resultados obtidos devem orientar uma nova iteração ou identificação de novos desafios.

O modelo *Double Diamond*, desenvolvido em 2004 pelo Design Council, organiza as atividades de determinado processo em quatro etapas: 1) descoberta,

compreensão do contexto do projeto; 2) definição, síntese das descobertas e definição do problema; 3) desenvolvimento das ideias; 4) entrega, prototipação rápida e entrega do produto/serviço (Figura 2).

Figura 2 – Modelo *Double Diamond*



Fonte: (DESIGN COUNCIL, 2019)

Uma de suas principais características é a representação visual dos pensamentos divergente e convergente, formando o duplo diamante que nomeia o modelo. O uso do pensamento divergente está associado à geração de ideias originais, onde o indivíduo parte de um ponto inicial para, potencialmente, gerar uma multiplicidade de ideias e/ou soluções (BROPHY, 2001), enquanto o pensamento convergente lida com a captação de informações relevantes e o julgamento das ideias, caminhando logicamente para uma única solução final (DEYOUNG; FLANDERS; PETERSON, 2008).

Esta breve apresentação dos estilos de pensamento, cuja teoria foi introduzida na área da psicologia por Joy Paul Guilford na década de 1950, nos leva a acreditar que o pensamento divergente é o modelo que gera a criatividade e, de fato, ao longo dos anos houve uma grande ênfase nas pesquisas sobre este tema. Todavia, mais

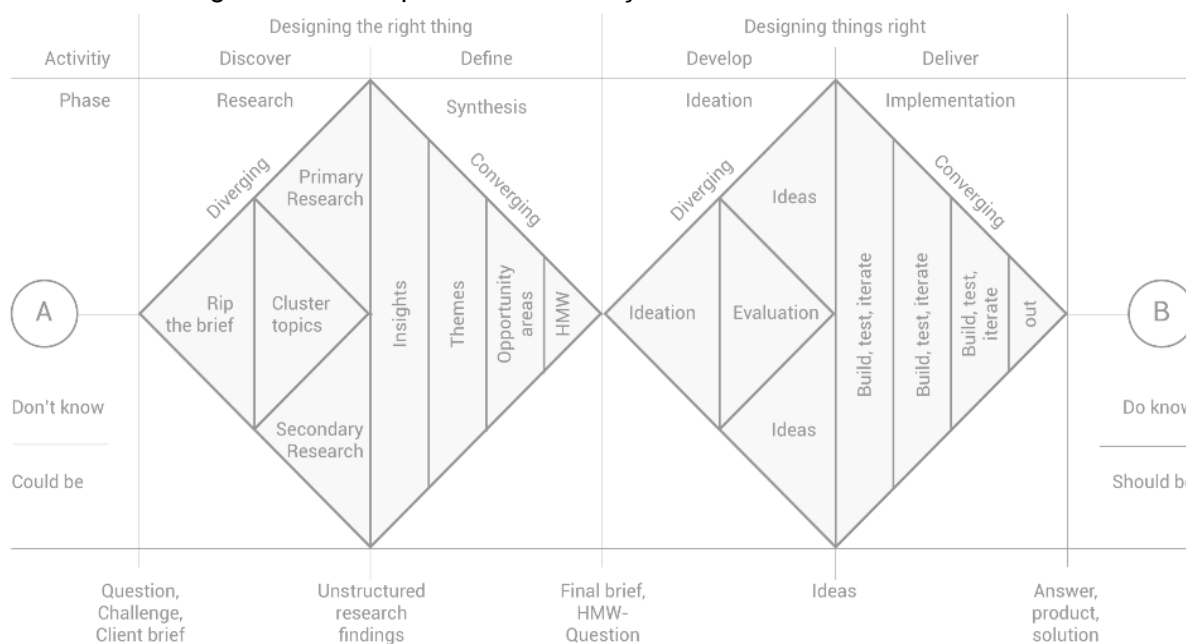


recentemente, argumenta-se que o “pensamento divergente não é sinônimo de criatividade, mas um preditor a ela” (RUNCO, 2006, p.250) e que a solução criativa de problemas é um processo que envolve ambos os estilos.

[...] porque a criatividade precisa de pensamento divergente e a maior parte da resolução de problemas precisa de pensamento convergente, muitas vezes foram concebidos como opostos, mas a teoria correspondente vê os dois esforços como processos complementares que se combinam de maneira diferente em pessoas diferentes. (BROPHY, 2001, p.452)

Observamos justamente a adoção desta teoria na concepção do modelo *Double Diamond*. O processo propõe o pensamento divergente às fases de descoberta e desenvolvimento, enquanto o pensamento convergente orienta as fases de definição e entrega.

Assim como o modelo HCD da IDEO, o *Double Diamond* serve como um exemplo de um processo padronizado, sendo facilmente aplicado e customizado a diversos projetos. Nessler (2018) apresenta sua utilização do *Double Diamond* em um projeto cujo problema inicial era projetar um aplicativo para reservas de bilhetes de trens turísticos para a ferrovia indiana. A Figura 3 demonstra como o designer pode utilizar o modelo para organizar seu processo específico, sendo uma útil representação visual das atividades necessárias para a conclusão do projeto para toda a equipe.

Figura 3 – Exemplo de customização do modelo *Double Diamond*

Fonte: (NESSLER, 2018)

A partir da análise dos modelos explicitados acima, observamos que o DT propõe um processo fundamentalmente exploratório. Sempre ocorrerão novas descobertas ao longo do processo de design, o qual pode acontecer de forma linear, em harmonia com as etapas sequenciais. Porém, mais frequentemente, novas descobertas, restrições e *insights* orientam à um processo cíclico, onde conceitos básicos devem ser revisitados consecutivamente.

A mentalidade adotada neste processo orienta de forma otimista à experimentação, com o benefício de explorar e testar diversas possibilidades ao longo do caminho. No desenvolvimento do processo as ideias devem ser aplicadas e validadas de forma rápida, favorecendo o pensamento abduutivo, visual e holístico (HASSI; LAAKSO, 2011).

Selloni e Corubolo (2017a, p.778) destacam a aplicação do DT por parte de organizações e governos para lidar com questões sociais complexas e indicam que esta abordagem também é viável para gerar soluções no contexto do “design para empreendimentos sociais”. Chou (2018, p.78) aponta que “projetos de empreendedorismo social e a metodologia de DT são altamente relacionáveis em seus atributos e, portanto, podem ser integradas”. O autor destaca como pontos de convergência entre os processos, os seguintes atributos: foco centrado no humano;

estratégias e objetivos; abordagem de inovação; altruísmo; colaboração; envolvimento de usuário; prototipagem; testes; experimentação.

Consideramos a proposta do DT de interesse ao desenvolvimento desta pesquisa pois parte do princípio de que todos nós possuímos capacidades intuitivas e criativas aplicáveis para a solução de problemas ao propor um conjunto de métodos, técnicas e ferramentas aplicáveis tanto para designers quanto para não-designers.

## 2.4 DESIGN COLABORATIVO

A abordagem do design colaborativo é frequentemente identificada em estudos orientados para a resolução de problemas sociais (CHEN *et al.* 2016). Melles, Vere e Mistic (2011) afirmam que os melhores exemplos de design social utilizam o design colaborativo, incluindo (ao longo de todo o processo) pessoas e comunidades as quais serão impactadas pelos resultados do projeto de design.

A definição do conceito de “design para inovação social” propõe um processo colaborativo (MANZINI, 2017). Da mesma maneira, o design colaborativo é recomendado nas práticas de design para empreendimentos sociais (SELONI; CORUBOLLO, 2017a).

Avaliando as normas de condutas autogestionárias da operação econômica solidária, assim como o princípio de emancipação do trabalhador, é condizente que a atuação do designer também ocorra de maneira democrática e coletiva neste contexto. A abordagem colaborativa pode ser observada como uma ação relevante do designer no contexto desta pesquisa, uma vez em que promove a colaboração entre os atores envolvidos por meio do processo de design.

O ato de compartilhamento e criação de conhecimento entre diferentes atores em um projeto de design é também atribuído na bibliografia analisada ao conceito de design participativo. Trata-se de um termo conceitualizado há mais tempo que o design colaborativo. O design participativo tem suas raízes nas experiências escandinavas a partir da década de 1970, quando foi conduzido um projeto que visava incluir trabalhadores e sindicatos na cocriação e implementação de novas tecnologias em seus respectivos locais de trabalho (SANDERS; STTAPERS, 2008; STEEN, 2013). Este conceito também se apresenta como uma ideologia, induzindo às questões de emancipação e democratização do trabalho (BANNON; EHN, 2012).

A utilização do termo design colaborativo, ou codesign, configura-se como uma conceitualização mais recente (SANDERS; STTAPERS, 2008; MERONI; SELLONI; ROSSI, 2018) porém, não excludente dos estudos e resultados do design participativo. Em conformidade com este entendimento, optamos por aplicar de forma ampla neste trabalho, o termo design colaborativo, quando nos referirmos ao processo de design que é desenvolvido colaborativamente por designer e indivíduos não treinados em design.

A colaboração no design pode apresentar diferentes configurações: entre designers trabalhando em equipe, onde todos são responsáveis pelo projeto; entre designers que não fazem parte do mesmo grupo, neste caso as interações são informais; entre designers e usuários; entre designers e não-designers (VENDRAMINI; HEEMAN, 2015; PAES; ANASTASSAKIS, 2016).

A última configuração citada é a que apresenta maior potencial de conflito. O conflito torna-se mais provável nesta configuração, pois reúne indivíduos que terão diferentes experiências anteriores, vocabulários, formas de trabalho, percepções de qualidade, prioridades e restrições, além de distintas representações do conteúdo do processo de design (KLEINSMANN, 2006).

O processo de design colaborativo não se difere, necessariamente, da essência de etapas que se alternam no percurso entre a concepção de problemas e a solução de problemas. Tampouco se restringe a determinadas etapas, sendo que a abordagem colaborativa pode (ou não) influenciar todas as fases de um projeto.

A colaboração implica desafios particulares no processo de design, sendo a “criação de um entendimento compartilhado” (FONTANA, HEEMANN, FERREIRA, 2012, p.7) o desafio crucial a ser desenvolvido para o êxito das demais etapas do processo colaborativo.

As qualidades de cooperação, curiosidade e criatividade são virtudes necessárias aos participantes de um processo colaborativo. A cooperação é apresentada como o elemento central e crítico para o funcionamento do processo de codesign, sendo que a relação de cooperação entre atores deve ser cuidadosamente cultivada, resultando em curiosidade cooperativa e criatividade cooperativa (STEEN, 2013).

A análise de Pirinen (2016) acerca da combinação do design colaborativo com design de serviços identifica fatores negativos que podem prejudicar os resultados e o processo colaborativo em si, em contrapartida, apresenta também os fatores

positivos, cenários ideais para o sucesso do processo de design de serviços colaborativo. O Quadro 2 apresenta a relação de fatores identificados pelo autor.

Quadro 2 – Fatores negativos e positivos no processo de design colaborativo

<b>Temas do Codesign</b>	<b>Fatores negativos</b>	<b>Fatores positivos</b>
<b>Colaboração</b>	Preconceitos e mal-entendidos	Confiança ao fazer junto
	Diferenças em linguagem e cultura	Comunicação confiável e responsiva
	Objetivos e expectativas conflituosos	Busca por valores mútuos
	Complexidade das organizações, processos e contextos reais	Compreensão profunda sobre a natureza e as características do sistema ser trabalhado
	Resistência sistêmica e hierarquias	Um espaço informal para conhecimentos diversos se unirem como iguais
	Falta de propriedade e liderança	Tomar responsabilidade sobre o processo de codesign
<b>Organização</b>	Falta de compromisso com o codesign	Apoio da administração, ligação entre estratégias e metas diárias
	Falta de tempo, recursos e financiamento para atividades além da rotina de trabalho	Alocação de tempo, recursos e financiamento para o processo de codesign
	Falta de motivação pessoais e incentivo para participação	Função pessoal significativa no processo, com benefícios para o próprio trabalho
<b>Processos</b>	Falta de foco no processo de design	Identificar onde o codesign realmente adiciona valor
	Desconexão com outras atividades	Integração do codesign
	Assincronia no desenvolvimento do processo	Coordenação e timing no processo
	Entusiasmo momentâneo	Continuidade além de projetos isolados
<b>Implementação</b>	Baixa habilidade de aplicação de resultados	"tradução" competente dos resultados
	Confiança para implementação em poucos participantes	Tornar-se um agente de codesign
	Barreiras sistêmicas para disseminação	Buscar uma transformação mais ampla
<b>Métodos</b>	Métodos sobrepostos com conexões fracas para implementação	Integração dos métodos de codesign ao planejamento do projeto
	Baixa alavancagem dos métodos, resultados pouco convincentes	Métodos eficientes, bem planejados e focados
	Métodos rígidos	Métodos abertos e flexíveis
	Confiança dos métodos à agentes externos	Toolkits de métodos e treinamento de facilitadores

Fonte: Traduzido de Pirinen (2016, p.19)

A visualização destes fatores (negativos e positivos) nos elucidam acerca da multiplicidade de variáveis que devem ser orientadas pelo designer em todas as etapas de um processo. Ademais, alguns fatores aparentam ser externos à atuação do designer, sobretudo os elencados no tema “organização”. Isto nos indica que o processo de design colaborativo não deve ser rígido ou impositivo, devendo ocorrer mediante a receptividade e compromisso dos participantes e da organização onde atuam.

Sobre o processo de design colaborativo, Manzini (2017, p.151) explica que as ferramentas de design utilizadas são “artefatos especificamente projetados para desencadear, apoiar e sintetizar diálogos sociais”. Sanders, Brandt e Binder (2010) apresentam um framework (Quadro 3) que oferece uma organização de ferramentas e técnicas do design aplicadas com o objetivo de engajar não-designers no processo de design. Este modelo organiza as ferramentas e técnicas em três formas de atividades: fazer, falar e atuar.

São indicados, então, os diferentes propósitos da utilização das ferramentas/técnicas sugeridas: 1) sondar os participantes; 2) prepará-los para imergir no tema de interesse do projeto; 3) obter maior entendimento sobre seus contextos; 4) gerar ideias ou conceitos a serem explorados.

Quadro 3 – Framework de ferramentas e técnicas do design colaborativo

<b>FERRAMENTAS E TÉCNICAS</b>	<b>SONDAR</b>	<b>PREPARAR</b>	<b>ENTENDER</b>	<b>GERAR</b>
<b>FAZER COISAS TANGÍVEIS</b>				
<b>Colagens 2-D</b> usando gatilhos visuais e verbais com linhas do tempo.	x	x	x	x
<b>Mapeamentos 2-D</b> usando componentes visuais e verbais em planos de fundo padronizados		x	x	x
<b>Maquetes 3-D</b> usando, por exemplo, modelagem de espuma, argila, Legos ou Velcro			x	x
<b>FALAR, DIZER E EXPLICAR</b>				
<b>Diários</b> e registros diários por meio de textos, desenhos, blogs, fotos, vídeo, etc.	x	x	x	

Continua

## Continuação

<b>FERAMENTAS E TÉCNICAS</b>	<b>SONDAR</b>	<b>PREPARAR</b>	<b>ENTENDER</b>	<b>GERAR</b>
<b>Cartas</b> para organizar, categorizar e priorizar ideias. Os cartões podem conter trechos de vídeo, incidentes, sinais, rastros, momentos, fotos, domínios, tecnologias, modelos e provocações what if.			x	x
<b>ATUAR, ENCENAR E JOGAR</b>				
<b>Jogos</b> de tabuleiros e <b>peças do jogo</b> e <b>regras</b> para jogar		x	x	x
<b>Acessórios e caixas pretas</b>			x	x
<b>Visão participativa e atuação</b> , definindo os usuários em situações futuras				x
<b>Improvisação</b>				x
<b>Representação, esquetes e encenação</b>			x	x

Fonte: (Sanders; Brandt; Binder, 2010, p.196)

É importante observar que o modelo apresentado acima está configurado de modo a exemplificar seu funcionamento e não está restrito a ferramentas e técnicas específicas. Cabe, então, ao designer e/ou pesquisador selecionar estrategicamente quais ferramentas e técnicas são condizentes ao contexto ao qual serão aplicadas.

As ferramentas e técnicas de DP são mais bem usadas em combinação e a situação ideal é criar um workshop ou plano de pesquisa utilizando todos os três tipos de atividades: fazer, falar e atuar. Na verdade, nos últimos 10 anos, tornou-se cada vez mais comum que os três tipos de atividades sejam usados iterativamente. Por exemplo, atividades narrativas, como diários de fotos, podem ser usadas como preparação para uma encenação face a face de cenários atuais. As atividades de criação, como a construção de adereços de futuros artefatos de design, podem então ser usadas para inspirar a criação de cenários futuros (IBDEM, 2010, p.198).

Compreendemos a partir da discussão acima que o design colaborativo indica que os métodos e ferramentas de design devem ser cuidadosamente planejados e o processo deve ser conduzido de maneira flexível para que se torne inclusivo e permita a compreensão de todos os participantes acerca dos objetivos desejados e do processo em si.

Esta abordagem não sugere, necessariamente, um processo específico, mas propõe que a postura do designer (especialista) e o planejamento do processo sejam conduzidos com a intenção de promover a criatividade em grupo. Em vista disso, apresentamos a seguir o tema de criatividade em grupo para melhor compreendermos as características deste processo.

#### **2.4.1 Criatividade em grupo**

Em uma perspectiva histórica, a criatividade foi muitas vezes contextualizada como algo místico ou divino, relativo ao indivíduo genial e frequentemente descrito como um raio de inspiração repentino, onde a ideia emerge prontamente formada (ALENCAR; FLEITH, 2003; LUBART, 2007; SAWYER, 2012). Novas concepções, propostas ao longo do século XX, apresentam a criatividade como a capacidade mental presente, em maior ou menor grau, em qualquer ser humano, para produzir algo que seja ao mesmo tempo inovador e apropriado a seu contexto (STERNBERG, 2010; TSCHIMMEL, 2010).

No design, a criatividade pode ser considerada um elemento central no processo de resolução de problemas, concomitantemente com o pensamento racional e analítico (LAWSON; DORST, 2009). Taura e Nagai (2003) indicam que a pesquisa sobre criatividade no domínio do design está subdividida entre estudos sobre a criatividade no processo de design e a criatividade no produto gerado.

Em relação à primeira categoria de estudo, Dorst e Cross (2001) situam a criatividade como algo que permeia simultaneamente as áreas de elaboração do problema e formulação de ideias durante o processo. Assim, o “*creative leap*”, descrito por Cross (2006, p.57), denomina o momento em que o conceito central de um projeto de design emerge, de forma súbita ou indiscriminável ao próprio designer, formando uma ponte que “personifica relações satisfatórias entre problema e solução”.

Para Woodman, Sawyer e Griffin (1993), a criatividade do grupo não pode ser medida apenas pela soma da criatividade individual de seus integrantes. Gilson e Shalley (2004, p.454) definem o processo criativo de um grupo como o trabalho em conjunto que resulta na construção de conexões de ideias a partir das diversas fontes de cada indivíduo para “encontrar melhores abordagens para um problema, ou buscar modos inovadores para executar uma tarefa”.



Poderíamos idealizar que um grupo criativo apresentaria vantagens em relação à um indivíduo, já que reunião das capacidades de todos permitiria ao grupo o acesso a um maior conjunto de informações, a integração de perspectivas e a combinação de ideias. Todavia, não é um fato de que um grupo terá resultados mais criativos do que um indivíduo em determinada tarefa (SAWYER, 2012). Variáveis como a composição de um grupo, suas características e o ambiente onde está inserido afetam a performance do grupo e, conseqüentemente, seus resultados.

A composição do grupo é uma das variáveis mais investigadas no estudo de grupos, sendo que a diversidade é considerada um dos fatores mais importantes para a criatividade neste contexto (PAULUS; ZEE; KENWORTHY, 2019). Um grupo pode ser homogêneo ou heterogêneo, ele pode apresentar diversidade de gêneros, idades, cargos, educação formal, entre outras.

Wang, Kim e Lee (2016) afirmam que a diversidade cognitiva em grupos (estilos intelectuais, conhecimento, habilidade, valores) é um pré-requisito para que ocorra a combinação de ideias e perspectivas. De forma similar, Sawyer (2012, p.234) também ressalta a diversidade cognitiva na composição de um grupo bem-sucedido, com a ressalva de que a diversidade funciona apenas se todos “desenvolverem um senso comum de propósito e de comprometimento com os objetivos do grupo”.

Zhang, Sui e Wang (2011, p.854) definem o processo de um grupo como “os padrões de interação entre os membros” e afirmam que tais processos são uma grande influência nos níveis de criatividade do grupo. Shalley, Zhou e Oldman (2004, p.951) também enfatizam a importância dos processos relevantes à criatividade e afirmam que a comunicação eficiente entre os membros, o envolvimento e a forma como o grupo lida com conflitos têm um grande impacto na performance, sendo que a baixa incidência de tais processos pode, inclusive, “neutralizar a presença de indivíduos altamente criativos”.

A avaliação de Sawyer (2012) acerca das perdas de produtividade que grupos experienciam durante a aplicação da técnica de Brainstorming nos dá indícios de algumas dificuldades a serem superadas em processos colaborativos que visam a criatividade.

Estas perdas podem estar relacionadas a algo na situação do grupo que diminui a motivação dos integrantes podendo ocorrer parasitismo e adequação de produção (perdas motivacionais). Quando existem dificuldades em coordenar

contribuições individuais pode ser notado inibição social e bloqueio de produção (perdas de coordenação).

O parasitismo ocorre quando indivíduos em um grupo determinam que suas contribuições possuem menos valor e que os outros integrantes irão gerar um número suficiente de ideias, levando-os a uma diminuição em suas contribuições. Também é comum que os participantes equiparem sua produção à dos outros, podendo diminuir a performance do grupo em geral, isso é identificado como adequação de produção. A inibição social, no contexto do brainstorming, faz com que o próprio indivíduo restrinja sua participação, geralmente por receio de ser julgado pelas suas ideias (SAWYER, 2012; PAULUS, 2000).

Em relação ao bloqueio de produção, Sawyer (2012) relembra que no brainstorming apenas uma pessoa fala por vez e, ao prestarem atenção na fala do outro, os participantes têm menos tempo para gerarem suas próprias ideias ou podem se esquecer das ideias que tiveram. Outro fator é a fixação no tópico ocasionada pelo fato de que, socialmente, as pessoas tendem a discutir as informações que já foram apresentadas, fazendo com que as ideias geradas recaiam nas mesmas categorias.

Deste modo, compreendemos que uma performance satisfatória de um grupo criativo está relacionada à combinação apropriada de estilos cognitivos, à interação entre os indivíduos, suas características pessoais e valores compartilhados e no estabelecimento da interdependência entre os membros, o que permite o melhor aproveitamento do conjunto de conhecimentos e habilidades que compõem a equipe. Também é necessário ressaltar que, de forma similar à criatividade individual, as motivações intrínsecas dos membros e do grupo em si e, o ambiente onde estão inseridos, afetam os demais aspectos mencionados.

## 2.6 SÍNTESE DO CAPÍTULO

Neste capítulo apresentamos conceitos do design relevantes ao contexto dos EES: design sustentável, design social e design para inovação social. Avaliamos o design como uma área capaz de oferecer subsídios para o desenvolvimento de tais empreendimentos e ressaltamos os modelos de *design thinking* como ferramentas para estimular a inovação e a abordagem do design colaborativo como meio de viabilizar e otimizar a atuação de designers e não-designers neste contexto.

Também apresentamos as relações entre as áreas do Design e da Moda de modo a elucidar o universo e as questões específicas que compreendem os empreendimentos estudados nesta pesquisa. A partir da reflexão de que os empreendimentos econômicos solidários de confecção necessitam de um maior desenvolvimento de suas capacidades criativas de forma a obter um maior espaço no mercado da moda, investigamos tema de criatividade em grupo.

Observamos que a atuação colaborativa de designers em EES implica que os especialistas devem optar por métodos e processos flexíveis, uma vez que os empreendimentos são constituídos por atores com diferentes níveis educacionais e profissionais, o que pode resultar em representações distintas do conteúdo do processo de design. Portanto, torna-se um desafio estabelecer um entendimento compartilhado equalizado sobre o conteúdo e processo de design.

Os conceitos apresentados neste capítulo deverão servir de subsídio para o planejamento e desenvolvimento da pesquisa-ação (Capítulos 4 e 5). Especificamente, utilizaremos as informações levantadas aqui para delinear o processo de design a ser aplicado no grupo selecionado.

No próximo capítulo serão abordadas as definições e conceitos da economia solidária, seu surgimento e desenvolvimento no Brasil e os resultados da pesquisa exploratória, que dizem respeito à atuação de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção na região metropolitana de São Paulo.

### **CAPÍTULO 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DA ECONOMIA SOLIDÁRIA**

De acordo com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2021), a Economia Solidária “é um jeito diferente de produzir, vender, comprar e trocar o que é preciso para viver”. Esta definição, colocada de modo simples, demonstra que se trata de um conjunto de atividades econômicas conduzidas de maneira alternativa ao mercado de trabalho convencional.

Bertucci (2010) oferece uma sistematização das análises teóricas acerca do potencial das experiências de empreendimentos econômicos solidários. O autor organiza em quatro categorias os teóricos que discutem este tema: otimistas; realistas; menos otimistas e pessimistas.

Os denominados otimistas observam a atuação da ES como uma trajetória para a superação do capitalismo, conduzida a partir de práticas socialistas. Podemos observar este ponto de vista no trabalho do economista Paul Singer:

A economia solidária é ou poderia ser mais do que mera resposta à incapacidade do capitalismo de integrar em sua economia todos os membros da sociedade desejosos e necessitados de trabalhar. Ela poderá ser: uma alternativa superior ao capitalismo. Superior não em termos econômicos estritos, ou seja, que as empresas solidárias regularmente superariam suas congêneres capitalistas, oferecendo aos mercados produtos ou serviços melhores em termos de preço e/ou qualidade. A economia solidária foi concebida para ser uma alternativa superior por proporcionar às pessoas que a adotam, enquanto produtoras, poupadoras, consumidores etc., uma vida melhor. (SINGER, 2002, p.114)

Os realistas avaliam o desenvolvimento da ES de maneira mais cautelosa. Argumentam que não é possível determinar se, eventualmente, o modelo produtivo dos empreendimentos econômicos solidários se tornará hegemônico em nossa sociedade.

Marcio Pochmann (2004) apresenta uma série de questionamentos sobre os possíveis destinos da ES no Brasil: se ela permaneceria agindo diante às lacunas do capitalismo; se ocorreria um fomento às suas atividades de forma a complementar a produção capitalista; se haveria seu desenvolvimento isolado do mercado; ou se o movimento viria a competir com a produção capitalista.

Diante destas possíveis direções, o autor afirma que não existe um programa de governo que indique claramente o futuro deste movimento e conclui que seu

desenvolvimento no Brasil é dependente de um conjunto amplo de políticas públicas que propiciem seu progresso.

A visão de que a prática da ES se encontra permanentemente isolada e dependente do sistema capitalista, sem capacidades para expansão de seus valores e práticas, define o pensamento dos menos otimistas. Além de não identificarem possibilidades de crescimento, os pessimistas, criticam a ES como uma “política de controle social da pobreza” (BERTUCCI, 2010, p.53).

A sistematização oferecida por Bertucci (2010) demonstra que existem diversos pontos de vista sobre a atuação de empreendimentos econômicos solidários. Não é o foco deste capítulo uma análise teórica com o intuito de eleger uma concepção de ES, mas sim, de apresentar o desenvolvimento deste movimento e buscar compreender seu contexto atual no Brasil.

### 3.1 ORIGENS DO MOVIMENTO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

Conforme apontado por Lechat (2002, p.4), usualmente não é possível, ao relatar a origem de um fenômeno social, demarcar o momento inicial de um novo movimento, “pois os processos são demorados [...], fenômenos antigos reinterpretados, modificados pelas novas condições sócio-históricas” que, eventualmente, tornam-se “significativos para um grande número de pessoas, sendo objeto de uma ação consciente articulada e atraindo financiamentos, pesquisa e divulgação através da mídia”.

Deste modo, identificamos que o conceito e a prática da ES, como é manifestada no Brasil, partilha da história do cooperativismo, do movimento associativista operário e do pensamento do socialismo utópico a partir do século XIX na Europa (LECHAT, 2002; FRANÇA, 2002; ZAAR, 2013).

A noção de que a ES representa uma forma alternativa de sustento de uma população excluída, em um contexto de sobrevivência, é reforçada pela afirmação de Lechat (2002, p.5), de que “os empreendimentos de economia social surgem geralmente em cachos, sob o impulso de uma dinâmica socioeconômica fruto de uma grande crise econômica”.

Ao narrar as origens históricas da ES, Paul Singer (2002), descreve as precárias condições de vida da classe trabalhadora na segunda década do século

XIX, em um cenário de crise econômica vivenciada na Grã-Bretanha ao final das guerras napoleônicas:

A exploração do trabalho nas fábricas não tinha limites legais e ameaçava a reprodução biológica do proletariado. As crianças começavam a trabalhar tão logo podiam ficar de pé, e as jornadas de trabalho eram tão longas que o debilitamento físico dos trabalhadores e sua elevada morbidade e mortalidade impediam que a produtividade do trabalho pudesse se elevar. (IBDEM, 2002, p.24)

Neste período, ressalta-se o trabalho de Robert Owen que, dentre os socialistas utópicos, se destaca por seu protagonismo em movimentos sociais e políticos e experiências práticas na concepção de cooperativas. Owen é referenciado por Mulgan *et al.* (2007) como o maior inovador social do século XIX.

Dono de um complexo de tecelagem no norte da Inglaterra, Owen aborda as condições degradantes dos trabalhadores da época, instituindo a concepção de que trabalhadores com melhores condições de vida resultam em maiores níveis de produtividade. A ideia central de Owen era que “o ambiente físico-cultural molda o caráter humano” (SOUZA; OLIVEIRA, 2006, p.66). Desta forma, defendia que a educação do indivíduo conduziria, de forma gradativa, para um maior bem-estar da sociedade.

Visando uma forma de lidar com o crescente número de desempregados no país, Owen propôs ao governo britânico em 1817 o conceito de Aldeias Cooperativas. O projeto previa a organização de cerca de 1.200 pessoas em cada aldeia, trabalhando comunitariamente em indústrias e na agricultura. Os meios de produção seriam possuídos e geridos coletivamente e os ganhos repartidos igualmente (ZAAR, 2013). O projeto, que não foi aceito na Inglaterra, foi implementado nos Estados Unidos a partir de 1825, se encerrando antes do final da década.

Apesar do insucesso das aldeias cooperativas, este conceito propiciou um campo fértil para outras experimentações. No mesmo período, foram instaladas na Inglaterra, outras iniciativas baseadas na idealização de Owen. Destacam-se as cooperativas operárias realizadas junto ao movimento sindical e a criação de clubes de troca, que instauraram um comércio sem intermediários por meio do escambo ou moeda própria.

A concepção da Sociedade Equitativa dos Pioneiros de Rochdale em 1844 é um marco do cooperativismo. Configurava-se inicialmente como uma cooperativa de

consumo ligada aos operários da indústria têxtil do norte da Inglaterra. Esta organização vivenciou uma grande expansão nas décadas seguintes a sua criação, chegando a mais de 10.000 sócios e ampliando suas atividades para a produção industrial (tecelagem), comercialização e crédito.

Os Pioneiros de Rochdale são reconhecidos pela idealização dos princípios cooperativistas. Adaptados pela Aliança Cooperativa Internacional (2019), estes princípios são empregados ainda hoje. Configuram-se: 1) Adesão livre e voluntária; 2) controle democrático dos membros (autogestão); 3) participação econômica dos membros; 4) autonomia e independência; 5) educação, treinamento e informação; 6) cooperação entre os cooperados; 7) preocupação com a comunidade.

A partir desta e outras experiências de organizações cooperativas, demais iniciativas foram formadas ao longo do tempo. Além das cooperativas de consumo, podemos citar as cooperativas de comercialização, crédito e finanças, produção, agropecuária, saúde e prestação de serviços. A Aliança Cooperativa Internacional estima que cerca de 12% da população esteja associada à alguma das 3 milhões de cooperativas existentes no mundo.

É no âmbito da proposta de reorganização do trabalho e atividades econômicas e da interrelação entre o desenvolvimento econômico e social que observamos uma maior convergência entre as propostas econômicas da ES com o pensamento do socialismo utópico idealizado no século XIX. Todavia, Bertucci (2010) adverte que, apesar da ES ter sua origem ligada aos utópicos, comparações diretas não são precisas, uma vez que o desenvolvimento recente da ES ocorre em um contexto político, cultural e econômico distinto.

França (2002, p.11) discute como o mesmo histórico de resistência popular que fez “emergir um grande número de experiências solidárias largamente influenciadas pelo ideário da ajuda mútua (o mutualismo), da cooperação e da associação”, também originou o conceito de economia social. Para além de uma origem compartilhada, os termos se sobrepõem em seu conceito e experiências práticas. O autor discorre sobre esta semelhança, correlacionando, também, os termos terceiro setor e economia popular:

Se levantássemos uma indagação acerca do que existe em comum entre as expressões terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular (e poderíamos acrescentar ainda aquela de economia informal), talvez a resposta mais evidente fosse sua

referência a um espaço de vida social e de trabalho intermediário entre as esferas do Estado e do mercado. Esses vários termos fariam assim alusão a um espaço de sociedade recentemente percebido também como lugar de produção e distribuição de riqueza, portanto, como mais um espaço econômico, isto é, lugar de geração de emprego e renda. (IBDEM, 2002, p.9)

A inclinação para a utilização de um termo ou outro pode ser elucidada a partir de um contexto histórico, político e cultural. Mais relevante, tais conceitos podem representar diferenças práticas na atuação dos empreendimentos de acordo com seu país de origem, sobretudo em relação à legislação existente. Moulaert e Ailenei (2005, p.2042) associam estas diferenças “às formas particulares de ‘coexistência’ (como as relações de cooperação, dependência ou controle) do setor privado, do público e do terceiro setor nos vários países, suas regiões e cidades”.

### **3.2 O CONCEITO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO BRASIL**

O conceito de solidariedade aplicado às práticas econômicas baseadas no regime de autogestão passa a se manifestar com maior força no Brasil a partir do final da década de 1980. De maneira prática, observou-se uma ascensão na abertura e funcionamento de EES ao longo da década de 1990. Este crescimento demonstra que a ES passou a representar, para uma crescente parcela da população, uma forma viável de obtenção de renda frente às mudanças econômicas experienciadas no mercado de trabalho brasileiro durante o período.

Em um âmbito teórico, a relação entre o conceito de solidariedade e economia é explorada em 1985 pelo autor chileno Luiz Razeto, no texto intitulado “*Concepto de la economia de solidaridad y del mercado democrático*”, onde o autor descreve o setor solidário:

[...] constituído por todas as atividades e os sujeitos e os fluxos econômicos, onde os fluxos de bens e recursos procedem em base a relações de doação, de cooperação, de comensalidade; ou seja, todo aquele setor onde as relações são altamente integradoras em termos sociais. (RAZETO, 1985, p.16)

O princípio de solidariedade é central na ES, sendo necessário esclarecer a qual tipo de solidariedade nos referimos aqui. Ao contemplarmos as atividades econômicas solidárias, não aludimos à solidariedade filantrópica, comum ao



assistencialismo. Descrevemos a solidariedade originada em relações de reciprocidade (CORRÊA, 2001; LECHAT, 2002), a qual faz referência ao trabalho coletivo, pressupondo interações sociais, comerciais e de trabalho baseadas na cooperação e na igualdade, como “princípio de democratização societário” (LAVILLE, 2009, p.310).

A materialização dos ideais da ES é o empreendimento econômico solidário, tal designação engloba empreendimentos caracterizados como cooperativas, associações e grupos informais. Em sua teoria, e conforme identificado no histórico da economia solidária, EES são regidos por uma série de princípios originados a partir das experiências cooperativas do século XIX, com ênfase na vivência dos Pioneiros de Rochdale. Tais princípios, juntamente com os valores de cooperação e solidariedade, compõem a identidade dos empreendimentos.

Talvez a característica mais determinante e crítica de um EES seja o conceito de autogestão. Esta modalidade administrativa implica que todos os indivíduos envolvidos em um EES participem ativamente nos processos decisórios e organizacionais, assumindo a posição de cogestores em detrimento da mais usual relação hierárquica de empregado e empregador.

O exercício deste modo de gestão, é avaliado por Singer (2002) como a principal diferença entre a economia capitalista e a economia solidária, ponderando que ambas as formas possuem seus respectivos espaços de atuação e finalidades. O autor também afirma que a gestão democrática de um empreendimento exige um empenho adicional dos associados, podendo levar a conflitos internos ou ao desinteresse dos participantes.

Outra questão especialmente conflituosa acerca da atuação dos EES é seu posicionamento alternativo à lógica capitalista, estando concomitantemente inseridos no mercado capitalista. Neste sentido, não é possível atestar a emancipação do trabalho solidário perante o modo de produção hegemônico, sobretudo em relação aos empreendimentos ligados às cadeias produtivas, atuantes em setores de maior intensidade tecnológica ou aqueles que trabalham com a terceirização.

Nas condições atuais, os empreendimentos cooperativos autogestionários experimentam uma dupla subsunção à economia capitalista: de um lado, estão sujeitos aos efeitos da lógica de acumulação e às regras de intercâmbio impostas ao conjunto dos agentes econômicos, de conteúdo eminentemente utilitário; de outro, como forma de responder à premissa de produtividade competitiva,

estão compelidos a adotar a base técnica do capitalismo, os processos materiais de produção por ele introduzidos continuamente, configurando-se com isso uma subsunção formal inversa, de uma base sobre uma forma, similarmente ao caso da economia camponesa. Essas coerções, naturalmente, cerceiam a lógica econômica solidária, pois a obrigam a conviver com tensionamentos e a conceder em seus princípios (GAIGER, 2003, p.201).

A partir das considerações apresentadas sobre o tema, observamos que a ES pode ser caracterizada em três esferas. Na esfera econômica, manifesta-se como uma atividade alternativa de produção, comercialização, prestação de serviços, consumo e finanças, apoiada na prática da autogestão com o objetivo de emancipação dos trabalhadores. Em um âmbito cultural, destaca-se a necessidade e princípio de educação, consumo solidário, preocupação com o meio ambiente e a mudança de foco da competição para a cooperação. A esfera política da ES representa o movimento social, que trabalha por mudanças e desenvolvimento da sociedade (RAZETO, 1985; SINGER, 2002; FRANÇA, 2002; GAIGER *et al.*, 2014).

Esclarecidas as propostas da ES, apresentaremos a seguir como o movimento se manifesta no Brasil. Mais especificamente, serão identificadas as formas organizacionais previstas pela legislação brasileira sob a denominação de empreendimentos econômicos solidários (EES), assim como algumas instituições que compõem o movimento.

### **3.3 ATUAÇÃO ECONÔMICA SOLIDÁRIA NO BRASIL: ANÁLISE DOS DADOS DISPONÍVEIS**

No Brasil, e em geral na América Latina, o termo Economia Solidária é largamente aplicado para descrever os modos de organização da produção, comercialização, finanças e consumo, que atuam sob a luz da autogestão e da solidariedade. Trata-se de um conjunto de experiências com características heterogêneas, fato este que dinamiza e enriquece o movimento, por outro lado, torna complexa a tarefa de classificação da atuação econômica solidária.

Dito isso, buscamos identificar, mediante a bibliografia analisada e dados do levantamento nacional de economia solidária, as formas organizacionais existentes e as principais instituições de fomento, a fim de estabelecer um panorama da atuação econômica solidária nacional.

Os dados do último mapeamento nacional de economia solidária, realizado no período de 2009 a 2013<sup>7</sup>, demonstram a existência de 1.423.631 associados operando em 19.708 empreendimentos econômicos solidários em todas as regiões do Brasil (SIES, 2014). O mapeamento categoriza os empreendimentos econômicos solidários em duas formas organizacionais: associação e sociedade cooperativa.

As associações, que são regidas pela Lei nº 10.406 de 2002, podem ser definidas como um grupo de indivíduos que se organizam voluntariamente para atingirem um objetivo em comum, sem fins econômicos (BRASIL, 2002). Esta modalidade corresponde à maior parte (60%) dos EES identificados no mapeamento nacional. As associações brasileiras possuem tamanhos e objetivos variados, podendo apresentar finalidades filantrópicas, de assistência cultural, de representação de comunidades escolares, esportivas, entre muitas outras.

As sociedades cooperativas, assim como as associações, têm objetivos de aumentar a qualidade de vida de seus associados e partilham os princípios de solidariedade, cooperação e ação coletiva. Ambas as modalidades organizacionais não possuem o objetivo de lucro, porém, a associação se difere da cooperativa por não ser um empreendimento econômico, a cooperativa por sua vez é uma atividade sem fins lucrativos, porém com fins econômicos para seus sócios.

Gaiger (2013) relata que o posicionamento do mapeamento acerca das formas organizacionais se apresentou como um desafio, e procede afirmando que a resolução por tais classificações não atingiu unanimidade. Isto porque:

A Economia Solidária não se tem identificado com o setor associativo ou com o cooperativismo, embora tome emprestadas suas modalidades organizativas. Não existe um movimento associativo ou cooperativo na Economia Solidária, mas sim uma reivindicação unânime para que o marco regulatório brasileiro comporte novas formas jurídicas, condizentes com os empreendimentos reais e com as idealizações que emulam desse campo de práticas (IBDEM, 2013, p. 8).

Entendemos que este mapeamento aderiu a tais classificações sobretudo por questões metodológicas, uma vez que as experiências dos EES podem abranger

---

<sup>7</sup> 2º Mapeamento Nacional de Economia Solidária (2009-2013). Não identificamos em nossa pesquisa a previsão de um terceiro mapeamento até a presente data.

outras formas societárias, desde que atuando conforme os valores da ES. Isso fica claro no artigo terceiro do capítulo II do Projeto de Lei da Câmara nº 137/2017<sup>8</sup>:

Os empreendimentos econômicos solidários poderão registrar-se no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, independentemente de sua forma societária, ressalvada a legislação específica relativa às sociedades cooperativas (BRASIL, 2017, p.5).

Em referência tanto a seu histórico quanto ao seu contexto atual, a ES apresenta a característica de ser inovadora, no sentido de que formula e exerce novas formas organizacionais de atividades econômicas de acordo com as necessidades de um grupo, antes de uma validação jurídica que permita sua operação.

Esta tendência pode ser observada como um estímulo à adequação da legislação brasileira para abranger novas formas de atividades econômicas e expansão das políticas públicas de economia solidária, em um processo que depende “tanto dos esforços governamentais quanto da capacidade de organização política dos que fazem a economia solidária no Brasil” (CNES, 2015, p.3).

Também representa grande dificuldade para os grupos que não se enquadram na legislação vigente, como aqueles que possuem um número de membros inferior ao instituído na legislação<sup>9</sup> para caracterizar uma cooperativa, ou cujos rendimentos não justificam os custos da formalização.

Desta forma, considerando que a ES ainda vive um processo de elaboração legislativa e expansão de políticas públicas, é relevante incluir nesta análise os denominados grupos informais. Tais grupos possuem maior concentração no contexto urbano, representam 30,5% dos EES existentes e constituem as organizações que apresentam maior fragilidade econômica e social (GAIGER *et al.*, 2014).

---

<sup>8</sup> O Projeto de Lei da Câmara PLC 137/2017 estabelece as diretrizes da Política Nacional de Economia Solidária, cria o Sistema Nacional de Economia Solidária e qualifica os Empreendimentos Econômicos Solidários. Até a data 18/04/2022, o projeto de lei tem sua situação como: aprovado pelo Senado e remetido à Câmara dos Deputados.

<sup>9</sup> Segundo a Lei nº 5.764 de 16 de dezembro de 1971 que institui o regime jurídico das sociedades cooperativas: “singulares, as constituídas pelo número mínimo de 20 (vinte) pessoas físicas, sendo excepcionalmente permitida a admissão de pessoas jurídicas que tenham por objeto as mesmas ou correlatas atividades econômicas das pessoas físicas ou, ainda, aquelas sem fins lucrativos” (BRASIL, 1971, p.10354). Adequada posteriormente pelo artigo 6º da Lei nº 12.690, de 19 de julho de 2012. “A Cooperativa de Trabalho poderá ser constituída com número mínimo de 7 (sete) sócios.” (BRASIL, 2012, s/p.)

Outra forma de categorização dos EES seria a partir de sua atividade econômica principal. As categorias consistem em empreendimentos cuja finalidade correspondem a: produção; comercialização; troca de produtos e serviços; prestação de serviços; finanças solidárias e consumo.

Em relação à programas de apoio à formação e posicionamento de EES no mercado, é expressivo o trabalho das Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCP). Historicamente vinculadas à projetos de extensão de diversas universidades públicas brasileiras, promovem a capacitação e formalização de grupos autogestionários, sobretudo aqueles que apresentam maior vulnerabilidade socioeconômica.

França e Cunha (2009) elencam algumas das principais dificuldades existentes nos grupos, as quais as ITCP's buscam abordar: insuficiência na formação de pessoas; infraestrutura precária ou inexistente; incapacidade em obter ou utilizar as tecnologias necessárias para o funcionamento do empreendimento; ausência de regulamentações que satisfaçam a formalização dos grupos, de acordo com suas necessidades e características; entre outros.

Observam-se também outras frentes de atuação que compõem o universo da ES. O Comércio Justo é a denominação do processo de produção, distribuição e consumo que ambiciona o desenvolvimento local e sustentável. Com uma forte orientação às práticas de sustentabilidade, busca estabelecer melhores condições e visibilidade à produtores responsáveis, assim como ampliar o conhecimento do público consumidor acerca do consumo ético e sustentável.

Da mesma maneira, as Feiras de Economia Solidária são importantes espaços de comercialização, divulgação, educação e manifestação cultural do movimento. As feiras possibilitam uma maior aproximação do público geral com os produtores, com o comércio justo e solidário e o contato com um outro modelo de economia.

Ainda em um contexto de consumo, são também relevantes os Clubes de Troca. Esta atividade reúne, geralmente, indivíduos de locais que apresentam uma atividade econômica estagnada, mas que possuem bens ou serviços a serem oferecidos, neste caso "trocados" por uma moeda social.

A partir do I Fórum Social Mundial, realizado em Porto Alegre em 2001, originou-se o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES), um importante instrumento de representação dos diversos atores do movimento. O FBES tem como objetivo, representar e convergir os diversos atores e forças existentes dentro do

movimento, assim como desenvolver junto às instâncias governamentais, a proposição e criação de políticas públicas.

A aprovação e implementação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) dentro do Ministério do Trabalho (MTb) no ano de 2003, representou um marco institucional e demonstrou um grande avanço na capacidade de representação política e material junto ao governo federal (SINGER, 2004). A SENAES atuou em proximidade ao FBES, constituindo uma rede de gestão de ES: os fóruns macro-regionais, fóruns estaduais e fóruns municipais. Nota-se, desta forma, esforços para o desenvolvimento de um campo de atuação e envolvimento dos trabalhadores com os espaços efetivos de discussão democrática.

Outra conquista da SENAES foi a elaboração de uma base de dados nacionais sobre a ES. Assim, em 2006, foi implementado o Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES), que reúne os dados oriundos dos dois mapeamentos nacionais realizados no período de 2005 a 2007 e 2010 a 2013, também disponibiliza estudos de análise provenientes destes levantamentos. A partir deste projeto, que permitiu contemplar a realidade da ES no Brasil, possibilitou-se uma melhor atuação da SENAES na elaboração de políticas públicas.

Junto ao MTb, foram ampliados os recursos ao Programa Nacional de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas e Empreendimentos Solidários (PRONINC). Também foi instituído o Cadastro Nacional de Empreendimentos Econômicos Solidários (CADSOL), com o intuito de viabilizar aos empreendimentos cadastrados o acesso às políticas públicas nacionais, assim como à programas de financiamento, crédito e comercialização de produtos e serviços. O CADSOL também disponibiliza uma ferramenta online<sup>10</sup>, onde é possível consultar os empreendimentos que cadastrados.

Apesar de demonstrar importantes avanços nas últimas décadas, ainda é apontada como uma deficiência a inexistência de um marco jurídico que abranja adequadamente as necessidades da ES à nível federal.

O que se encontra na prática no Brasil é uma miscelânea de legislações estaduais e municipais sobre Economia Social e Solidária, registrando-se que não existe uma lei federal sobre o assunto no país. O conteúdo das leis, na maioria dos casos é genérica, não criando

uma política pública definida de promoção da Economia Social e Solidária (SIQUEIRA; MENEZES, 2018, p.253).

Ademais, Arcanjo e Oliveira (2017) argumentam que a lei nº 5.764 de 1971, que define a política nacional das sociedades cooperativas (BRASIL, 1971), além de ser limitada frente à realidade da ES, propicia uma fragilidade jurídica, a qual oportuniza a existência de cooperativas de fachada. Tais empreendimentos, popularmente chamados de *coopergatos ou cooperfraudes*, se enquadram como cooperativas com o objetivo de burlar a legislação trabalhista, conforme explica Paul Singer em entrevista à revista Estudos Avançados:

O que você está chamando de cooperativa de fachada nós chamamos de coopergatos ou cooperfraudes, e elas são um número enorme e por uma razão essencial: as cooperativas na legislação brasileira são consideradas associações de trabalhadores autônomos e, conseqüentemente, a cooperativa não tem nenhuma responsabilidade sobre o ganho e os direitos sociais de seus próprios sócios. Na cooperativa não há salário-mínimo nem Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, férias, 13º salário e os demais direitos trabalhistas. Isso é um erro de uma legislação obsoleta, que nós estamos tratando de corrigir. Existe hoje um Projeto de Lei 7.009 de 2006<sup>11</sup> do presidente Lula, tramitando no Congresso, que obriga as cooperativas a garantirem a seus sócios os direitos trabalhistas básicos, que são direitos humanos. Mas a aprovação desse projeto infelizmente ainda vai levar tempo (SINGER, 2008, p. 290).

Em 2016, Paul Singer, secretário da SENAES desde sua implementação e um dos maiores nomes do movimento da ES no Brasil, foi substituído pelo escrivão de polícia aposentado Natalino Oldakoski. Junto à Singer, demais integrantes da secretaria se retiraram. Em seguida, a SENAES perdeu seu posto de secretaria para se tornar uma subsecretaria ligada ao MTb.

Em janeiro de 2019, a medida provisória 870/2019<sup>12</sup> extinguiu o Ministério do Trabalho e, em consequência disto, determinou que a Subsecretaria de Economia Solidária passasse a integrar o Ministério da Cidadania (SILVA, 2018; ARCANJO; OLIVEIRA, 2017; BRASIL, 2019). Verificando o organograma do Ministério da Cidadania, identificamos o Conselho Nacional de Economia solidária como órgão

---

<sup>11</sup> O Projeto de Lei 7.009 de 2006 foi arquivado em 17 de fevereiro de 2009 (BRASIL, 2009).

<sup>12</sup> Posteriormente, a medida provisória foi convertida na Lei nº 13.844, de 2019 (BRASIL, 2019).

colegiado e o Departamento de Economia Solidária vinculado à Secretaria Nacional de Inclusão Social e Produtiva Urbana.

Mesmo que o desmonte da SENAES, sucedido nos últimos anos, represente uma redução operacional e orçamentária à nível nacional, outras instituições e atores trabalham para o crescimento da ES, apoio aos EES e pessoas que os constituem.

Ainda em um âmbito político, destacamos a aprovação do Projeto de Lei da Câmara nº 137/2017 pelo Plenário do Senado Federal, em 11 de dezembro de 2019. O projeto de lei prevê a instauração da Política Nacional de Economia Solidária, do Sistema Nacional de Economia Solidária e do Fundo Nacional de Economia Solidária. Tal projeto almeja maior acesso dos empreendimentos às políticas públicas nacionais, à programas públicos de financiamento e compras governamentais, assim como atividades voltadas para educação, formação e desenvolvimento de EES.

Em 2021 foi promulgada a lei Paul Singer (Lei nº 17.587 de 26 de julho de 2021), um marco regulatório municipal da Economia Solidária na cidade de São Paulo (SÃO PAULO, 2021) que estabelece princípios, diretrizes e objetivos da política municipal de ES.

Apesar de apresentar significativos avanços desde a década de 1990, é possível observar que a ES vive, atualmente, um momento de instabilidade. A desestabilização política e crise econômica vivenciada a partir de 2015 acarretou reflexos negativos para a estrutura organizacional operante.

Não é possível prever as eventuais transformações da ES nos próximos anos, se observaremos um encolhimento ou desenvolvimento das atividades econômicas solidárias. Ademais, atentamos ao fato de que trabalhamos com os dados disponíveis sobre a atuação de EES nacionais, sendo que o último mapeamento foi finalizado em 2013, levando-nos a crer que o cenário atual real pode apresentar discrepâncias com o que aqui foi apresentado. Não se tem, até o momento, informações sobre a possibilidade de um novo mapeamento nacional.

### 3.4 EMPREENDIMENTOS ECONOMICOS SOLIDÁRIOS NO SETOR DE CONFECÇÃO

Em vista da limitação de dados disponíveis acerca da experiência dos EES que atuam no setor de confecção, optamos por realizar uma pesquisa exploratória com o objetivo de investigar as realidades de tais grupos. Descrevemos o percurso realizado



para a realização da pesquisa exploratória no capítulo de metodologia, no item 4.2.1. Apresentamos a seguir o resultado e análise desta pesquisa.

### 3.4.1 Caracterização da amostra

A amostra foi composta por seis grupos, apresentando variações nas formas organizacionais e número de membros, conforme observado no Quadro 4. Ressaltamos que a seleção da amostra visou incluir apenas os empreendimentos cujo cadastro indicava a atividade de confecção de vestuário. Todavia, constatou-se durante as entrevistas que a maioria dos grupos não atuavam com este tipo de produção.

Quadro 4 – Dados gerais da amostra

<b>Grupo</b>	<b>Código</b>	<b>Forma organizacional</b>	<b>Nº de membros</b>	<b>Localização</b>	<b>Atividade CADSOL</b>
Nosso Jeito	NJ	Grupo informal	3	São Paulo	Confecção e comercialização de vestuário
Charlotte Arte e Costura	CAC	Microempresa	5	São Bernardo do Campo	Confecção de brindes empresariais
Cooperaldeia	CA	Cooperativa	9	São Paulo	Confecção de brindes empresariais
Pano Pra Manga	PPM	Microempresa	6	Guarulhos	Confecção de vestuário
Conkistart	CK	Grupo informal	4	São Paulo	Confecção de brindes
Flor da Natureza	FN	Grupo informal	1	São Paulo	Bordados em cama, mesa e banho

Fonte: De autoria própria

#### 3.4.1.1 Empreendimento Nosso Jeito

O empreendimento Nosso Jeito é um grupo informal, composto por três membros, localizado na cidade de São Paulo. O grupo teve seu início em 2016, motivado pela aspiração pessoal de um dos membros em trabalhar com confecção de vestuário. Possuem fortes laços com a comunidade afrodescendente e com a religião

candomblé, sendo estas relações, as principais inspirações para a criação de seus produtos.

Figura 4 – Peças confeccionadas pelo empreendimento Nosso Jeito



Fonte: De autoria própria

#### 3.4.1.2 Empreendimento Charlotte

O grupo Charlotte é composto por cinco mulheres que, anteriormente à fundação do empreendimento, atuavam como prestadoras de serviço em uma confecção de vestuário, em regime de facção<sup>13</sup>. Em 2009 receberam uma proposta de incubação pela Fundação Getúlio Vargas, em parceria com a Unisol Brasil e a associação Padre Léo Comissari, para a formação de um EES.

O grupo está cadastrado como microempresa, pois na época de sua formalização, não possuíam o número de sócios necessários para constituírem uma cooperativa. Possuem um forte vínculo com instituições da ES, sendo que uma das sócias é presidenta da diretoria da Unisol São Paulo.

Apesar do cadastro CADSOL indicar a classificação 1412-6/01 (Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas), a empresa Charlotte Arte e Costura trabalha, atualmente, apenas com a produção e comercialização de brindes empresariais.

---

<sup>13</sup> O regime de facção é uma prática comum na indústria de confecção. Neste modelo, a empresa de moda contrata uma confecção terceira para realização da produção, com pagamento referente às unidades de peças produzidas. Isto permite à empresa contratante, um menor número de empregados diretos.

Figura 5 – Sócias do empreendimento Charlotte em seu local de trabalho

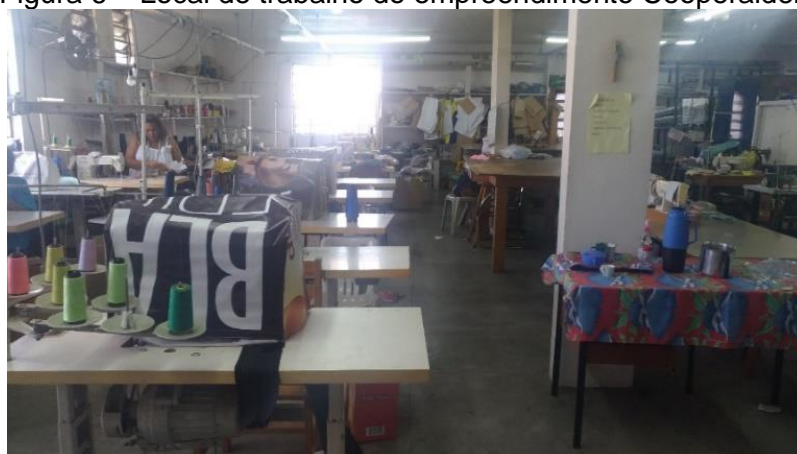


Fonte: De autoria própria

#### 3.4.1.3 Empreendimento Cooperaldeia

A Cooperaldeia é uma cooperativa de nove mulheres que trabalham com confecção de brindes empresariais e ocasionalmente com vestuário em um modelo de facção. Fundada em 2009, o grupo atua nas dependências e sob a coordenação da ONG Aldeia do Futuro<sup>14</sup>.

Figura 6 – Local de trabalho do empreendimento Cooperaldeia



Fonte: De autoria própria

---

<sup>14</sup> A Aldeia do Futuro é uma ONG “voltada para solução de problemas sociais relacionados à educação, cultura e cidadania de adolescentes, jovens e mulheres de regiões populares urbanas com baixo IDH, sobretudo expostas à vulnerabilidade e risco social”. (ALDEIA DO FUTURO, 2020)

#### 3.4.1.4 Empreendimento Pano pra Manga

A microempresa Pano pra Manga foi fundada em 2008, como resultado de um projeto social da empresa Cummins<sup>15</sup> em parceria com a ONG Design Possível. Este projeto visou gerar renda para a comunidade do bairro Jardim Cumbica, em Guarulhos, município onde a empresa está localizada.

Além de fornecer a atividade de confecção de uniformes para empresas, o empreendimento, composto por seis mulheres, também trabalha com confecção de vestuário em um regime de facção.

Figura 7 – Sócias do empreendimento Pano pra Manga



Fonte: De autoria própria

Figura 8 – Local de trabalho do empreendimento Pano pra Manga



Fonte: De autoria própria

---

<sup>15</sup> A Cummins é uma empresa que desenha, fabrica, distribui e realiza serviços relacionados a motores a diesel e geração de energia, como sistemas de combustível, controle de emissão, filtros, geradores e sistemas de geração de energia elétrica.

### 3.4.1.5 Empreendimento Conkistart

A Conkistart foi iniciada em 2004, com um projeto de capacitação de mulheres pela ONG Mundaréu em parceria com o Instituto Walmart. Organizado inicialmente como uma associação de costureiras, composta por trinta mulheres, atualmente o grupo conta com quatro membros e está caracterizado como grupo informal. Produzem artigos encomendados por empresas, como sacolas, necessaires, e outros brindes elaborados em tecido.

Figura 9 – Sócias do empreendimento Conkistart em seu local de trabalho



Fonte: De autoria própria

### 3.4.1.6 Empreendimento Flor da Natureza

O empreendimento Flor da Natureza é um grupo informal composto por apenas um membro. Está associado ao trabalho realizado no Centro de Convivência e Cooperativa<sup>16</sup> (CECCO) de Santo Amaro. A integrante trabalha com produção de bordados manuais em artigos de cama, mesa e banho. Comercializa seus produtos em uma loja social, localizada nas dependências do CECCO, e participa em feiras de economia solidária.

---

<sup>16</sup> Os Centros de Convivência e Cooperativa são instituições municipais que atuam com a reinserção social e integração no mercado de trabalho de indivíduos que apresentam transtornos mentais, deficiências, idosos, crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social e de saúde. (YONEMOTO, 2018)

Figura 10 – Integrante do grupo Flor da Natureza e detalhe do bordado produzido



Fonte: De autoria própria

### 3.4.2 Análise das entrevistas

As categorias de análise foram selecionadas a partir de parâmetros teóricos e empíricos. A construção das categorias seguiu uma metodologia qualitativa-indutiva, com base na análise dos dados brutos das entrevistas. As categorias foram organizadas em três dimensões (Quadro 5). Para melhor leitura da análise, utilizamos notações de transcrição, as quais podem ser consultadas no Quadro 6.

Quadro 5 – Categorias de análise

<b>Dimensão</b>	<b>Categorias de análise</b>
Político-institucional	Relação com instituições externas
	Formação de rede
Gestão	Forma organizacional
	Processos internos
	Obtenção e divisão de renda
	Comercialização
	Produção
	Principais dificuldades
Cultural	Características identitárias
	Motivações
	Processos criativos

Fonte: De autoria própria

Quadro 6 – Notações de transcrição

Notação	Significado
...	Para sinalizar pausas e continuação na leitura
<u>Sublinhado</u>	Trechos que melhor expressam o assunto descrito
<b>[Negrito]</b>	Observações da pesquisadora

Fonte: De autoria própria

### 3.4.2.1 Análise da dimensão político-institucional

Todos os empreendimentos apresentaram algum tipo de envolvimento com instituições externas. Esta relação pode representar um vínculo político e/ou cultural.

[NJ-9] Então, a gente faz parte de uma instituição, que é o Fórum Nacional de Fórum Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional dos Povos Tradicionais e Matriz Africana (FONSANPOTMA).

[CAC-10] Hoje eu sou presidente da UNISOL São Paulo, estou no meu segundo mandato.

Tais relações também podem apresentar um caráter assistencial, geralmente relacionado à obtenção de maquinário e local de trabalho. Também demonstra o valor de solidariedade, conforme descrito no capítulo de fundamentação teórica. Fazemos esta observação baseado no oferecimento de capacitação, como meio de emancipação do trabalhador e no apoio ao empreendimento como forma de atribuir um valor social às empresas privadas.

[CK-3] terminamos o curso, fizemos a nossa papelada pra poder ter direito às máquinas, porque eles doaram as máquinas [a ONG Mundaréu] em parceria com o Walmart. Eles ajudaram conseguir esse salão, foi tudo assim em intermeio.

[PPM-5] veio por uma iniciativa da Cummins Motores, que contatou o Design Possível para nos dar um suporte com o aprendizado, a formação técnica da costura, de fazer preço

[FN-5] eu fiz curso com a GV **[Fundação Getúlio Vargas]**, com a Obra do Berço, com o SEBRAE

Em relação à validade do cadastro do CADSOL, observamos que apenas dois empreendimentos demonstraram um esclarecimento acerca da utilidade do cadastro.

Os demais entrevistados se mostraram confusos sobre à que a pesquisadora se referia ou afirmaram não terem obtido nenhum benefício com o cadastro.

[CK-9] CADSOL? Eu não me lembro disso. Eu acho que esse cadastro foi feito na época que a gente foi na incubadora... talvez tenha sido de lá.

[CA10] CADSOL?

[PPM- 16] Olha, isso aí eu não posso falar muito, porque foi a Vilma, e eu acredito que o Design Possível que nos cadastrou.

[CAC-37] dá tipo uma formalização que você é economia solidária, porque se vir um projeto, os caras vão bater neste cadastro. O empreendimento faz parte do CADSOL? E ali já te credencia pra participar de alguns projetos que sejam para a economia solidária. E ali você não fica tipo assim “Ah, o projeto vai pra qual empreendimento?”, “é cooperativa ou cooergato?”. E ali é um cadastro de validação disso. É um documento oficial.

[12] O Cadsol é pra você ter mais benefício pra você ter direito pra vender as coisas. Um documento, e também tem o que eles podiam dar nota fiscal.

Identificamos que existe a compreensão entre os entrevistados, de que a formação de uma rede de empreendimentos seria benéfica. A reunião dos grupos de costura permite aumentar a capacidade produtiva, possibilitando contratos maiores e mais constantes.

[CK-7] foi pra gente formar os grupos, que a gente queria fazer a formação de uma rede. Unir todos os empreendimentos pra ficar um só, o objetivo era pegar um trabalho grande para que todos trabalhassem juntos. Inclusive que fosse através do governo. Vamos supor, uniformes... milhares que só uma empresa faz... a gente queria fazer esse tipo de trabalho, a gente queria pelo menos que eles cedessem 2% destes uniformes para que a gente fizesse. Pra gente seria melhor.

[CAC-18] Que isso ajuda muito, porque a gente não fica naquela tensão de não conseguir pessoas para trabalhar. As vezes chega uma empresa aqui, e fala, eu quero 5 mil peças, e aí? Não é nada escondido, a gente vai falar: a gente vai fazer numa rede, a gente vai garantir a qualidade deste produto, somos nós que estamos assumindo a responsabilidade de pegar, mas o grupo vai ajudar.



As falas acima demonstram que a formação de rede pode ser organizada pelos próprios empreendimentos. O grupo CAC foi o que apresentou maiores esforços para a consolidação de parcerias com outros empreendimentos.

Neste tema, é relevante a atuação da rede Costura Solidária SP. Fundada a partir de um Convênio da Secretária Municipal de Trabalho e Empreendedorismo (SMTE) e a Central de Cooperativas de Empreendimentos Solidários – Unisol, este coletivo atua como uma ponte entre empresas contratantes e os empreendimentos associados. O grupo PPM afirmou fazer parte da rede e obter clientes por meio dela.

[PPM-8] Nós temos alguns clientes que, depois que nós nos associamos à rede de costura, realmente vieram pela Rede de Costura.

#### 3.4.2.2 Análise da dimensão Gestão

Conforme indicado na caracterização da amostra, os grupos entrevistados correspondem à três formas organizacionais: grupo informal, microempresa e cooperativa. Entendemos mediante a revisão de literatura (SIGER, 2002), que a cooperativa é a forma mais clássica de empreendimento econômico solidário. Todavia, observamos em diversos momentos desta pesquisa, que a formalização cooperativa nem sempre é possível aos empreendimentos.

De acordo com as falas abaixo, a principal razão para o enquadramento em outras modalidades, ou manter a informalidade do grupo, está relacionada ao número de sócios do empreendimento exigido pela legislação.

[CK-5] era uma associação de costureiras né (...) As pessoas foram saindo, aí como ficou só cinco...a gente decidiu fechar, demos baixa no CNPJ e ficamos informal.

[CAC-8] Quando foi formado o grupo, tava no congresso uma lei de cooperativa que eram vinte **[número mínimo de associados necessários para formar uma cooperativa]**. Tava no congresso para ser aprovada a de sete **[associados]**. Nós éramos em seis. Quando a lei foi aprovada, a gente ficou em quatro.

[FN-8] Porque foi saindo muita gente, uma, duas... uma faleceu, depois a outra mudou, disse que ficou longe. E no fim ficou só eu com o Flor da Natureza.

Os grupos que são caracterizados como microempresa ou cooperativa obtiveram orientação de instituições externas, que auxiliaram no processo de formalização do grupo.

[CAC-9] Então, e a UNISOL tinha um recurso pra formalizar empreendimentos. E como a gente não tinha o número de constituição para cooperativa, a gente foi formalizado Microempresa.

[CA10] eles queriam que a gente montasse uma cooperativa pra gente poder fazer nota. Aí nós formamos através do Walmart, nós fizemos o curso pra fazer uma cooperativa, o estatuto foi através deles tudo...

Em relação à organização interna, observamos que os grupos são, em sua maioria, compostos por costureiras. Desta forma, as funções que não dizem respeito às atividades de confecção têm que ser distribuídas entre os sócios.

No caso do grupo CAC, inicialmente, todas tinham a mesma posição (costureiras), com o desenvolvimento do empreendimento novas funções foram atribuídas a cada uma, de acordo com sua aptidão. Lembrando que todas as integrantes ainda participam do processo produtivo de costura.

[CAC-48] E aí uma foi pra venda, a outra, almoxarifado, a outra, administração, a outra, finanças. E a gente foi descobrindo. Quando a gente fala com outros grupos, a gente fala: vocês têm que descobrir dentro do grupo, as características.

No caso do empreendimento NJ, cada integrante do grupo tem uma função específica. Como se trata de um grupo de apenas três pessoas, as funções foram selecionadas por aptidão. Por exemplo, a pessoa que lida com a parte administrativa e financeira possui formação em administração. Os outros dois integrantes atuam na produção, o entrevistado tem interesse no fazer manual e criação das peças, enquanto o terceiro integrante possui o conhecimento de corte e costura.

[NJ-7] Ela **[se referindo à outra associada]** é que cuida da parte de... da parte contábil, de pesquisa de preço de tecidos, de quanto gasta e de quanto cobra, que consegue dar o resultado do produto final, e aí meu pai corta e a gente costura.

No grupo PPM, todas apresentam a profissão de costureira. Foi necessário a entrada de uma nova associada para atuar exclusivamente no setor financeiro e comercial.

[PPM-6] A filha da Rosa, que é a Jaqueline (...) ela que nos dá um suporte assim, pra fazer o contato com o cliente, pra fazer o, como fala, os orçamentos, ela é mais assim na parte financeira.

Em relação à tomada de decisões dentro do empreendimento, identificamos que os grupos, de fato, trabalham com uma gestão democrática. Porém, isto parece ocorrer, com maior frequência, de forma informal.

[PPM-20] Não, não é uma coisa programada **[se referindo às assembleias]**... nós vamos conversando entre nós mesmo.

[CAC-35] A reunião é aqui. Costurando e a reunião rolando.

[CK-8] Aqui é tudo discutido. A gente tá aqui e decide tudo junto.

Os empreendimentos NJ, FN, CK e CA indicaram que seus rendimentos médios mensais são irregulares, sendo que em determinados períodos não ocorre entrada de dinheiro. Isto está relacionado à baixa produtividade do empreendimento. Os grupos que trabalham como facção dependem de pedidos de clientes para iniciar suas produções, portanto, em períodos em que não existe demanda externa, o grupo se torna ocioso.

[NJ-11] como a produção é baixa, tem vezes que nem chega a um salário mínimo [mensal].

[CK-15] Mensal tem vez que não tem nada. Não tem como falar porque não tem regularidade.

[CA-12] é conforme entra o serviço. Que a gente não tem um serviço fixo... então conforme entra serviço as meninas recebem, elas recebem pela produção. Dependendo do valor que o cliente vai pagar, aí a gente repassa pras costureiras, deixa uma parte pra pagar as despesas, porque tem as despesas da cooperativa e o restante a gente repassa.

[15] Ai menina, é porque tem vez que a gente vende bem, e tem vezes que a gente não vende nada. Tem feira que a gente vai e vende duas peças, tem outra feira que não vende nada.

Os grupos CAC e PPM apresentam um fluxo de trabalho constante ao longo do ano, o que garante um rendimento mensal relativamente estável. Ambos os grupos participam de programas sociais de empresas de grande porte, que visam a geração de trabalho e renda. O grupo CAC também estabeleceu seu fluxo de pedidos por meio de um trabalho intenso de prospecção e fidelização de novos clientes.

[CAC-25] A gente tem uma cartela de clientes fidelizados, a gente fidelizou alguns clientes.

[CAC-6] Entramos num projeto que é da fundação Volkswagen, chama Costurando o Futuro. E aí a gente recebe resíduo dos materiais da Volks. Seja os uniformes, ou seja, o próprio material de banco de carro, os tecidos.

[CAC-29] hoje a gente tem um rendimento pra cada uma, tirando todos os nossos custos, porque a gente paga o aluguel de um espaço, matéria prima, a gente consegue tirar de R\$1.500 à R\$2.000 reais cada uma.

[PPM-12] quando nós recebemos aquele dinheiro, o valor daquela compra do cliente, ou seja a Cummins ou qualquer outro cliente, aí nós deixamos um tanto no caixa, porque sempre tem que ter um pouco de dinheiro, porque nós não temos nenhum capital de giro assim de empréstimo bancário, de nenhuma associação, então é nós e nós mesmos. E daí nós pegamos aquela sobra e aí nós dividimos entre nós mesmos.

O grupo PPM buscou diversificar suas atividades, investindo em capacitação técnica de corte e costura com o objetivo de atender empresas do mercado da moda para confecção de vestuário. A associação do grupo com a ONG Rede de Costura proporciona novos clientes.

Quando questionados sobre as formas de divulgação do empreendimento, obtivemos informações vagas sobre a utilização de redes sociais. Foi relatado que a principal estratégia para divulgação é o boca-a-boca.

[CAC-32] Redes sociais a gente tem. Temos fan page, temos facebook também...[33] Mas assim, é mais o boca-a-boca. Porque a gente não vende muito pessoa física, é mais pessoa jurídica.

[CA-7] Nós temos um site, temos facebook...

[NJ-30] hoje eu costumo mais andar mais com as peças que eu produzo e onde eu vou as pessoas ficam doidas. "pô, onde você comprou? Como funciona? Eu quero e tal!".

[CAC-27] E a gente nunca vai ter um dinheiro pra fazer um comercial, então o nosso Merchant era no boca-a-boca.

A maioria dos casos analisados trabalha em um modelo de facção. As facções atuam em um sistema de subcontratação e oferecem mão de obra para as atividades que competem às etapas posteriores ao design de produto. Dentre os empreendimentos que trabalham neste modelo, todos afirmaram receber o material da empresa contratante e fornecer o serviço de costura.

O grupo NJ foi o que apresentou maior informalidade em sua produção. Relatando que as peças são produzidas de acordo com as vendas e com a disponibilidade de tecidos.

*[NJ-24] a gente não tem um estoque de tecido. A gente vende uma peça e compra tecido, vende uma peça e compra tecido, é assim que a gente trabalha.*

Os grupos CAC e PPM trabalham com linha de produção e possuem um fluxo de produção garantido mediante parcerias com empresas que possuem projetos sociais e de inclusão. Recentemente o grupo PPM passou a ser contratado por marcas de vestuário feminino, o que demonstra que estão expandindo sua atuação no mercado.

[CAC-5] a gente fez um plano de negócios, e nesse plano de negócios, a gente viu que a Charlotte se encaixava num... numa área de brindes, e hoje nós fazemos brindes sustentáveis. A gente trabalha hoje com o banner, com as caixas de leite e de suco.

[CAC-52] E outro diferencial é o trabalhar por produção. Aqui ninguém faz nada inteiro. Cada uma faz uma parte para no final ter... é uma linha de produção.

[PPM-18] moda assim... esse ano, de um ano e meio pra cá. Nós estamos fazendo mais com frequência. Mas o que nos dá maior suporte no caso é a Cummins.

#### 3.4.2.3 Dimensão cultural

Apenas o empreendimento NJ demonstrou motivação interna inicial para a constituição do empreendimento. O entrevistado expressou uma motivação pessoal em atuar no mercado da moda e interesse pelo fazer manual da confecção.

[NJ1] a motivação foi que eu sempre gostei, sempre quis mexer com roupa.

Os demais grupos apresentaram motivações externas. Observamos que a iniciativa de formar o empreendimento parte, geralmente, de ONG's ou instituições da ES, que propõem a formação do grupo como um meio de gerar empregos, ou aumentar a renda das mulheres envolvidas.

[CAC2] Em 2009 chega a UNISOL Brasil, que é uma central de cooperativas de empreendimentos solidários, com uma proposta, junto com Associação Padre Léo Comissari, de incubação, modelo de incubação, e nisso nós aceitamos. A dona da confecção não aceitou, mas éramos 5 na época, as 5 aceitou ir para um outro espaço e montar um empreendimento de costura.

[CK1] Nós éramos um grupo de umas 30 mulheres, e a gente foi convidado pra fazer uma participação de costura, e aí veio um pessoal procurar nós, da Mundaréu, uma ONG chamada Mundaréu (...) E eles pediram que a gente fizesse uma parceria com eles, porque como a gente tinha pouco conhecimento com costura, então eles faziam a capacitação nossa e de retorno a gente daria, faria durante dois anos essa capacitação, depois o retorno, a gente ensinaria outras pessoas que queriam aprender o curso.

[PPM1] Algumas pessoas que estavam, assim, sem emprego e a Cummins junto com o Design Possível, eles formaram esse grupo com a maioria que era aqui da região do entorno da Cummins... [2] Aí foi formada por eles que até hoje eles nos dão ainda um suporte.

Observamos que os grupos entrevistados se identificam com os princípios e valores da ES. As entrevistadas do grupo CAC evidenciam que, dentro da ES, existem muitos empreendimentos ligados ao assistencialismo, todavia, elas rejeitam esta noção como uma identidade própria e se identificam como empreendedoras.

[PPM-16] nós somos economia solidária. Porque nós nos ajudamos mesmo, nós já temos... damos trabalho para algumas pessoas, pra bordado, pra pessoa que faz caseado e prega botão, pra pessoa que coloca plástico no bolso

[CAC-47] Nós somos realmente empreendedoras.

[CAC-49] Veio da gente não ter esse assistencial.

[CAC-43] Eu fui em várias mesas, com vários governantes, prefeitos, secretários e a minha fala é essa, que a economia solidária para

alguns é uma economia de coitadinha, de ajuda à coitadinhos e isso me irrita profundamente, porque quem tem empreendimento trabalha muito, rala muito.

[CAC-45] Mas, a ES não é isso, não é uma economia assistencial, tudo bem que existem grupos que gostam do existencial e isso mata o grupo também.

O grupo NJ trabalha com um mercado de nicho. Produzem roupas casuais, mas com um foco na identidade afrodescendente e religiosa (candomblé). A identidade do grupo, relacionada à valores da economia solidária, se apresenta no princípio do preço justo e caracterização informal. Demonstram que sua compreensão do fazer manual está relacionada à expressão de valores.

[NJ-2] as nossas peças eram peças diferentes, então, até por ser diferente, é para um público mais específico assim. As pessoas que usam não é... não são todas as pessoas.

[NJ-10] estamos bem ligados com os povos tradicionais de matriz africana.

[NJ-13] as pessoas veem a gente de bata, ou com um tecido mais colorido e aí fica, teoricamente, todo voltado para a questão africana, para achar que é o povo de terreiro e não, a gente tá meio que querendo desmistificar isso.

[NJ-26] As nossas peças... elas meio que dialogam com os artesanais, porque artesanal é aquilo que você faz com o seu coração, com a sua mente, com a sua criatividade, que inclusive não tem um valor... é como uma cultura, ela é pessoal.

[NJ-29] dar algo com qualidade, que tem representatividade, e em um custo, vamos dizer correto, que não tem necessidade de se cobrar um valor estúpido.

Os empreendimentos CA, CK e PPM trabalham apenas com regime de facção, portanto, não apresentam desenvolvimento de produto. No caso do empreendimento CAC, a entrevistada descreve que o processo criativo ocorre mediante uma necessidade específica colocada pelo cliente. Isso resulta em pequenas alterações no produto básico do empreendimento.

[CAC-19] Às vezes você quer uma bolsa, por exemplo, uma vez nós desenvolvemos uma bolsa que você pudesse ir na feira, mas que você conseguisse colocar as verduras separado da bolsa, elas ficavam de lado, aí de repente você queria uma garrafa de suco ou refrigerante,

aí a gente fez uma bolsa que tinha bolsões para atender essa necessidade.

[CA-13] É que o problema da gente... se a gente faz uma criação nossa, se a gente passar isso pro cliente, a gente não consegue fazer isso.... a gente não tem uma pessoa que possa fazer isso né, a venda. A gente só tem gente pra fazer a parte da produção.

O empreendimento NJ, o único que trabalha com desenvolvimento de seus produtos, descreve que seu processo se inicia com uma visualização espontânea da peça, seguido da representação (croqui) e escolha de materiais. É relevante que o empreendimento não trabalha com coleções, ou com uma constância na produção de peças.

[NJ-22] normalmente as ideias são meio doidas, é da minha cabeça assim.

[NJ-23] A ideia vem e eu tento passar ela pro papel. Eu risco, não vou te dizer que eu desenho. Eu risco no papel e vejo assim, se cabe, se vai ficar legal, e aí a gente vê a peça e escolhe as cores, os tecidos que a gente vai usar.

Podemos organizar as dificuldades relatadas pelos grupos em duas categorias: dificuldades técnicas/produtivas e dificuldades de gestão. As dificuldades técnicas/produtivas relacionam a falta de maquinário específico para produzir determinadas peças. Também dizem respeito à experiência insuficiente para lidar com peças que requerem um novo conhecimento em corte e/ou costura. Isso coloca os empreendimentos em uma situação de desvantagem em relação às demais empresas do mercado.

[CK-11] A maior dificuldade também é que a gente não pega serviço pra fazer porque a gente não tem máquina de corte. Pra gente cortar na mão... aí a gente não pega.

[CK-13] Às vezes o pedido é mais na overloque, nós estamos só com uma máquina de overloque... as outras levaram embora né **[roubaram]**, abriram aqui e levaram embora né.

[PPM-19] Bom, desafio é quando chega qualquer peça nova, que nós nunca fizemos. Eu mesma, eu falo por mim, mas elas também podem falar, mas é um desafio muito grande. Tem umas peças agora que são muito difíceis de fazer, essa chamada modinha, essas peças... vestido, peças de alfaiataria, essas peças dão um desafio muito grande.



Também classificamos o baixo capital de investimento como uma dificuldade técnica/produtiva. Isso porque esta característica compromete a capacidade do grupo em investir na estrutura necessária para viabilizar a produção, como compra de materiais e maquinário ou gestão de estoque.

Conforme observamos na caracterização da amostra (item 3.4.1), todos os grupos apresentam um número reduzido de integrantes. Isto resulta em uma dificuldade em realizar a produção no prazo estipulado pelos clientes, levando os grupos a recusarem pedidos maiores.

[NJ-25] se você tem grana você faz grana, se você não tem, fica mais complicado, então é muito fácil você trabalhar quando você tem um estoque de tecido, quando você depende de fazer uma peça para vender, pra fazer outra peça pra vender, se torna bem mais difícil.

[CK-12] Dificuldade também é que um serviço grande a gente também não pega, porque tem poucas pessoas e o prazo que eles dão é curto e aí a gente não pode pegar. Às vezes é bastante serviço, mas o prazo é curto. Como a gente tá em poucas pessoas a gente não pode pegar.

Compreendendo a limitação imposta pelo número de integrantes, indagamos por que os grupos não inseriam mais sócios como meio de ampliar suas capacidades produtivas. Relatou-se que os grupos escolhem permanecer com poucos integrantes, mesmo que isso signifique uma produção reduzida.

Uma razão para esta escolha foi a dificuldade em encontrar pessoas que queiram trabalhar no modelo de autogestão e divisão democrática dos rendimentos, além de que os empreendimentos não garantem todos os benefícios trabalhistas.

[CAC-15] Uma das dificuldades que a gente teve, é trazer pessoas que entendem este conceito de cooperativa, porque você está dentro de um empreendimento aonde você não tem um salário fixado, isso é um grande problema, porque as pessoas querem uma CLT, e dentro de alguns empreendimentos isso dá uma pegada. Trazer pessoas que entendam a Economia Solidária e cooperativismo. A pessoa já chega e quer um salário, ela quer licença maternidade, ela quer as férias, e a gente não tem.

[CAC-16] Então, hoje nós somos em quatro [**integrantes**]. A nossa dificuldade é trazer pessoas pra cá. Mas aí o que a gente fez pra tentar dar um respiro nisso. A gente conversou entre a gente, então a gente não tenta mais, hoje em dia, colocar alguém dentro do empreendimento pra trabalhar.

[CK-14] as pessoas que sempre aparecem aqui perguntando de serviço, elas querem ganhar salário, e aqui a gente não ganha salário. Elas querem uma coisa fixa, e aqui nós não. A gente pega um serviço essa semana, aí a gente trabalha uma semana ou duas. Na outra semana as vezes não tem nada pra gente fazer. Então a gente só vai receber por aquilo que a gente fez. Não pode pegar outras pessoas pra pagar salário, porque não tem serviço direto, aí fica difícil.

Ademais, relata-se que admitir novos integrantes poderia levar a maiores conflitos internos. Também geraria um trabalho adicional ao grupo, de ensinar tanto o fazer manual, quanto as práticas da economia solidária.

[CAC-41] quando você está em um grupo, você trabalha por um coletivo. E o que a gente vê muito dentro, essas relações meio estremecidas por causa disso.

[FN-14] eu já tive uma experiência com cooperativa e é muito trabalho, porque tem umas pessoas que não sabem, entram pra aprender...

[FN-15] As pessoas falam: “Creuza, porque você não monta uma cooperativa?” Mas é que dá muito trabalho. Se achasse as pessoas que entendessem do bordado e tudo mais. Mas tem pessoas que vão começar do zero, ensinando. E aí eu falei: “não, não tenho mais essa paciência, vou continuar sendo voluntária”.

### 3.5 SÍNTESE DO CAPÍTULO

Neste capítulo foram apresentados os conceitos que definem a ES, seu desenvolvimento e a atuação de EES no Brasil, assim como os valores e princípios que orientam esta prática.

Pudemos observar que a ES se apresenta como uma alternativa ao desemprego para uma parcela da população. Porém, avaliando o histórico da ES e as experiências apresentadas, entendemos que este não deve ser o único propósito desta outra economia. A ES não corresponde apenas a uma modalidade técnica de organização e administração. Em teoria, a escolha da ES deve surgir mediante a conscientização das bases trabalhistas para os benefícios do associativismo.

A ES relaciona um conjunto de práticas e conhecimentos conduzidos pelos princípios e valores de solidariedade, cooperação, autonomia, democracia, viabilidade econômica, responsabilidade social, não discriminação, entre outros. A partir deste entendimento, avaliamos que a ES busca resgatar os valores humanos e praticá-los nas relações de trabalho.

O resgate de valores humanos no mundo do trabalho se apresenta fundamental quando analisamos as circunstâncias de trabalho e produção capitalista na cadeia têxtil e de confecção nacional e mundial, apresentadas na contextualização desta pesquisa.

Compreendemos que o ciclo produtivo da cadeia de confecção contemporâneo faz parte de um sistema movimentado pelas demandas de consumo, as quais estão profundamente vinculadas ao conceito de moda.

A análise dos dados coletados permitiu a visualização de diversas características dos empreendimentos que constituíram a amostra da pesquisa de campo. Podemos observar a síntese dos resultados obtidos organizada no Quadro 7.

Quadro 7 - Síntese da análise da pesquisa exploratória

<b>Dimensão</b>	<b>Categorias de análise</b>	<b>Conclusões gerais</b>
Político-institucional	Relação com instituições externas	Apresentam laços com instituições externas. Estas relações, em sua maioria, foram estabelecidas durante a formação do grupo. Podem apresentar vínculo político/cultural ou uma relação de assistencialismo.
	Formação de rede	Apenas um caso apresentou esforços internos para a formação de rede com outros empreendimentos. Apesar de se apresentar como um benefício produtivo, a rede traz conflitos adicionais.
Gestão	Forma organizacional	Foram identificadas três formas organizacionais: grupo informal, cooperativa e microempresa. Os empreendimentos que não se formalizaram como cooperativa alegaram o não enquadramento na legislação, sendo necessário buscar outros meios para o funcionamento.
	Processos internos	Na maioria dos casos, os empreendimentos são compostos por sócios com a mesma função (costureira). Funções administrativas são atribuídas ao longo do tempo, de acordo com a aptidão dos membros. Isso destaca a necessidade de oferecimento de cursos de capacitação.

Continua

## Continuação

<b>Dimensão</b>	<b>Categorias de análise</b>	<b>Conclusões gerais</b>
Gestão	Obtenção e divisão de renda	A divisão de renda ocorre de forma igualitária, ou relativa ao volume de trabalho. Grupos que demonstraram maior irregularidade em renda mensal, parecem encarar o trabalho como uma atividade secundária.
	Comercialização	Como a maior parte dos grupos trabalha em um regime de facção, a maior parte das vendas acontece business-to-business. Em casos de venda no varejo, observamos que a comercialização é informal, não existe plano de vendas. O maior aliado dos empreendimentos é o boca-a-boca e em um caso as feiras de ES.
	Produção	Os grupos que possuem contratos fixos apresentam um planejamento de suas produções de acordo com pedidos dos clientes. Um dos casos apresentou uma produção sem planejamento, espontânea.
	Principais dificuldades	Dificuldades técnicas/produtivas; dificuldades relacionadas à autogestão.
Cultural	Características identitárias	Identificação com os valores da ES, sobretudo emancipação do trabalhador. Um dos grupos ressaltou o empreendedorismo como uma das características mais relevantes. Outro grupo ressaltou uma ligação com religiões de matriz africana, sendo que essa característica norteia as ações do grupo.
	Motivações iniciais	Todos os empreendimentos indicaram que a ES se apresentou como uma alternativa ao desemprego ou geração/complementação de renda. A maioria dos grupos foram formados a partir do incentivo de instituições externas.
	Processos criativos	Nos grupos que apresentam o modelo de facção, não foi possível identificar um processo criativo, uma vez em que trabalham apenas com a montagem e/ou corte das peças, de acordo com a peça piloto. Um dos grupos apresentou processo criativo.

Fonte: De autoria própria

Identificamos mediante a análise das entrevistas, que a inconstância do fluxo de pedidos representa uma vulnerabilidade aos grupos, visto que resulta na estagnação da produção e, conseqüentemente, perdas financeiras. Isso pode ocasionar o afastamento de sócios, prejudicando ainda mais a capacidade produtiva do grupo e, potencialmente, o encerramento do empreendimento.

Observamos que os grupos CAC e PPM apresentaram estratégias para contornar esta questão: diversificação da produção; intenso trabalho de captação de novos clientes e divulgação do grupo; associação às redes de empreendimentos.

É importante ressaltar que a amostra analisada apresentou discrepâncias com os dados obtidos no cadastro do CADSOL. Apesar do cadastro indicar a classificação de interesse à esta pesquisa, ao realizar as entrevistas, constatou-se que os cadastros estavam incorretos ou desatualizados. Ademais, observamos que diversos entrevistados desconheciam ou não compreendiam qual era o objetivo do cadastro CADSOL. Sendo assim, concluímos que a ferramenta de busca do CADSOL não é adequada para uma identificação confiável e atualizada de EES de acordo com os parâmetros de busca estabelecidos pela presente pesquisa.

A seguir apresenta-se o método de pesquisa, onde são descritas as abordagens, técnicas e processos realizados para a elaboração deste estudo.

## 4 METODOLOGIA

Visando uma melhor compreensão da estrutura desta tese, apresentamos neste capítulo os procedimentos metodológicos adotados para a realização desta investigação. Utilizamos pesquisa bibliográfica para elaboração dos capítulos teóricos, pesquisa exploratória e pesquisa-ação para coleta de dados e documentação e análise qualitativa dos dados coletados. A pesquisa exploratória e pesquisa-ação serão descritas nas subseções 4.2.1 e 4.2.2, respectivamente, antecedidas por subseção que contextualiza teoricamente o processo de design com a pesquisa-ação.

### 4.1 O PROCESSO DE PESQUISA-AÇÃO: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A pesquisa-ação é uma investigação realizada de modo participativo entre pesquisadores e atores de determinado grupo por meio da união da pesquisa sistemática e métodos flexíveis de coleta de dados (THIOLLENT, 1986; FRAGA *et al.* 2018). Morin (2004, p.56) salienta que a participação entre atores ocorre em todas as etapas de um projeto, permitindo-os “que construam teorias e estratégias que emergem do campo”.

Tanto a pesquisa participante quanto a pesquisa-ação são métodos alternativos da pesquisa social, a qual é definida por Gil (2007, p.42) como “o processo que, utilizando a metodologia científica, permite a obtenção de novos conhecimentos no campo da realidade social”. Ambas as abordagens preveem a colaboração entre pesquisadores e atores em uma pesquisa que visa gerar e compartilhar conhecimentos (CAMILLO, 2019). Todavia, a pesquisa-ação se difere pela proposição, em seu processo, de uma intervenção coletiva conduzida a partir do reconhecimento de um problema real (ENGEL, 2000; FERREIRA *et al.* 2020).

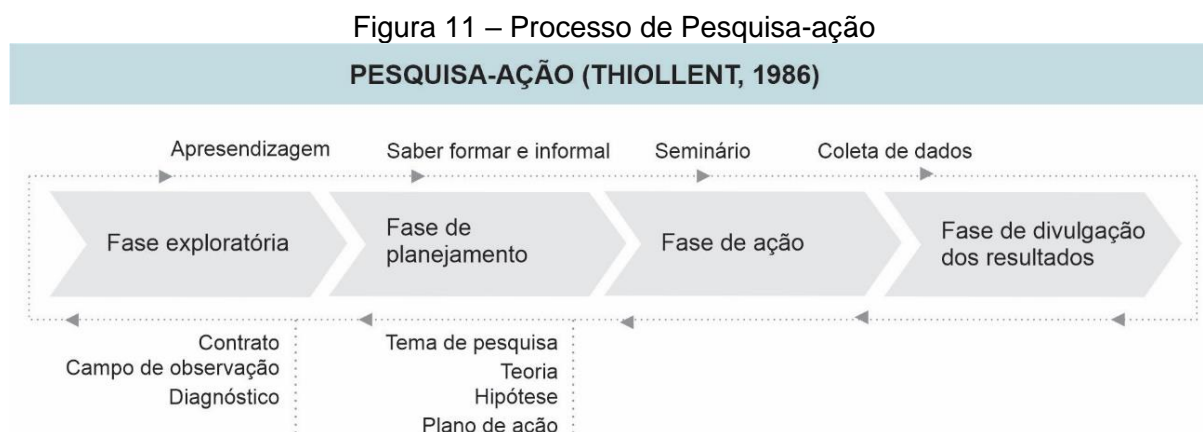
A pesquisa-ação é um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo (THIOLLENT, 1986, p.14).

Este método que reúne teoria e prática visa a compreensão de uma situação problema experienciada pelos participantes e, conforme denota em seu nome, implica

o planejamento, realização e reflexão acerca de uma ação com o propósito de mudança. Isso pode ser observado em um processo “no qual se aprimora a prática pela oscilação sistemática entre agir no campo da prática e investigar a respeito dela” (TRIPP, 2005, p.446).

O processo da pesquisa-ação possui aplicação em qualquer situação de interação social caracterizada por um problema (ENGEL, 2000). Assim, este processo de pesquisa não segue necessariamente um modelo fixo de fases e atividades pré-estabelecidas, o desenvolvimento do processo é circunstancial à dinâmica da situação.

Dito isso, a Figura 11 representa o processo de pesquisa-ação com base no trabalho de Michel Thiollent (1986). O autor esclarece que este esquema de fases e atividades deve ser tomado apenas como um ponto de partida. A proposta deste processo é de que a fase exploratória inicial e a fase final de divulgação dos resultados sejam fixas. O que ocorre entre estas fases é flexível e cíclico e não deve ser entendido como uma sequência de passos sistemáticos, cabendo aos atores envolvidos a tomada de decisão acerca das atividades do processo.



Fonte: Elaboração própria com base em Thiollent (1986)

A fase exploratória inicia-se com a negociação entre os envolvidos acerca dos termos e condições da pesquisa para estabelecimento do contrato, o qual deve ser aberto e pode apresentar alterações ao longo da pesquisa (MORIN, 2004), também é delimitado o espaço onde será aplicada o tema de pesquisa (Campo de observação).

Esta fase inicial apresenta grande importância dentro do processo de pesquisa-ação, pois compreende a investigação dos públicos interessados, suas expectativas

e situação atual, reunindo a coleta de informações que irão definir o diagnóstico (Diagnóstico) e desenvolver as etapas subsequentes. Ocorrendo o consenso entre os atores da pesquisa acerca do diagnóstico inicial e da situação problema, prossegue-se para a fase de planejamento.

Nos seus primeiros contatos com os interessados, os pesquisadores tentam identificar as expectativas, os problemas da situação, as características da população e outros aspectos que fazem parte do que é tradicionalmente chamado "diagnóstico" (THIOLLENT, 1986, p.48).

Na fase de planejamento, que reúne os temas intermediários, são conduzidas atividades coletivas (Seminário) para “examinar, discutir e tomar decisões acerca do processo de investigação” e do planejamento da ação (Plano de ação) (IBDEM, 1986, p.58). São esclarecidos o problema e os conhecimentos necessários para buscar resolvê-lo (Tema de pesquisa), assim como a associação do referencial teórico com o tema e problema (Teoria). Pode ocorrer geração de hipóteses (Hipótese) durante esta fase.

Ao longo de todo processo ocorre a troca de saberes (Saber formal/Saber informal) entre os participantes que possuem conhecimento prático acerca da situação vivenciada e os pesquisadores que possuem conhecimento teórico. O diálogo, que deve ser facilitado e aprimorado, e a tomada de ação participativa devem resultar na capacidade de gerar novos ensinamentos aos atores (Aprendizagem). A seleção e aplicação de técnicas de coleta como entrevista coletiva, questionários, observação participante, diários de campo etc. (Coleta de dados) também acontecem no decorrer de todo o processo.

Conforme a definição do método de pesquisa-ação, este processo contempla a realização e avaliação das atividades necessárias para resolução ou esclarecimento do problema proposto (Plano de ação). As ações podem apresentar caráter técnico, político, cultural, entre outros. Morin (2004) afirma que a pesquisa-ação deve refletir a mudança cultural dos envolvidos e não se limita apenas à ação, ou seja, almeja a transformação por meio da ação.

Thiollent (1986) alerta que devemos nos manter realistas sobre as possibilidades de transformações da pesquisa-ação, sendo que pesquisas aplicadas em pequenos grupos não deverão representar alterações sistêmicas na sociedade.



Devemos deixar bem claro que quando se consegue mudar algo dentro das delimitações de um campo de atuação de algumas dezenas ou centenas de pessoas, tais mudanças são necessariamente limitadas pela permanência do sistema social como um todo, ou da situação geral. O sistema social nunca é alterado duravelmente por pequenas modificações ocorrendo na consciência de algumas dezenas ou centenas de pessoas. Não deve haver confusão a respeito do real alcance da pesquisa-ação quando é aplicada em campos de pequena ou média dimensão (IBDEM, 1986, p.43).

A fase final prevê, além da comunicação interna com os interessados, a divulgação externa dos resultados por meio dos canais apropriados (eventos científicos, revistas etc.). Para Thiollent (1986, p.71), a publicação das informações acerca da pesquisa executada “poderá gerar reações e contribuir para a dinâmica da tomada de consciência e eventualmente, sugerir o início de mais um ciclo de ação e de investigação”.

#### **4.1.1 Relação da Pesquisa-ação com o Design**

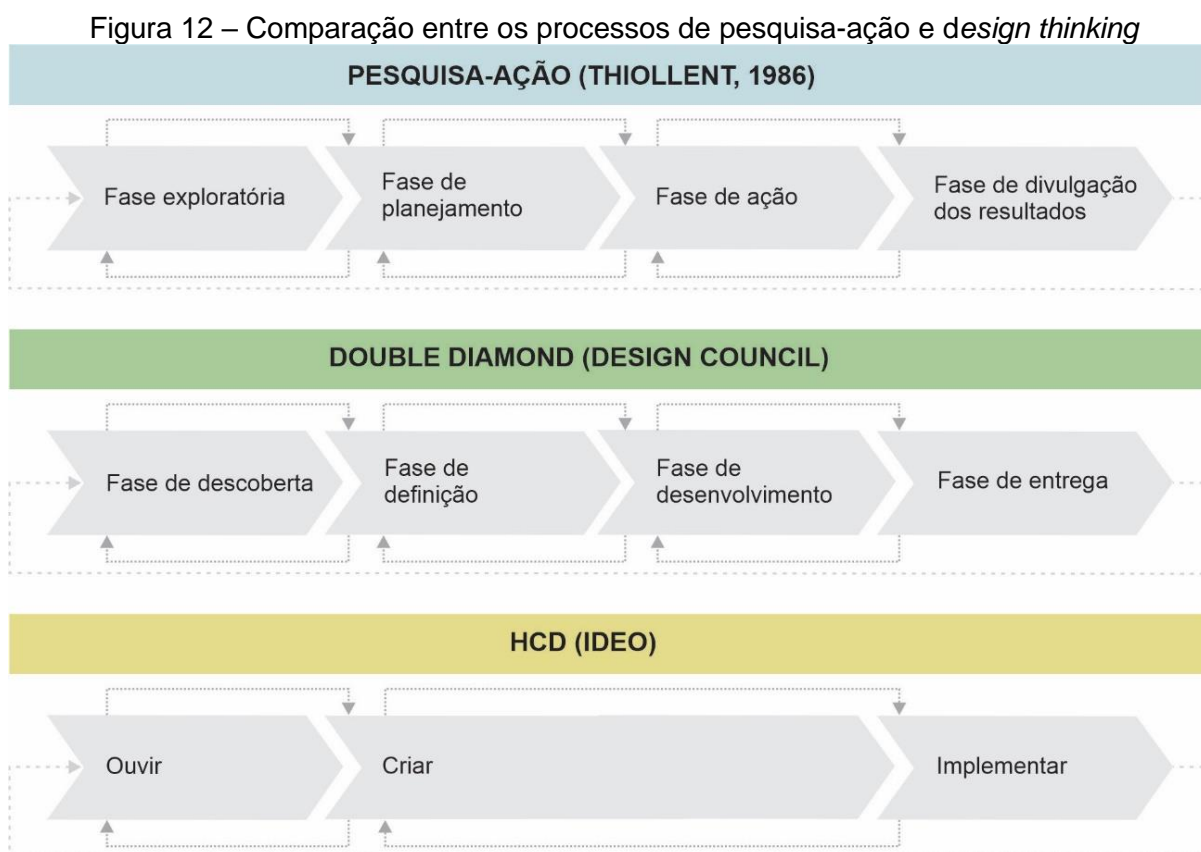
O método de pesquisa-ação tem sido utilizado em pesquisas de design em vários contextos (FERREIRA *et al.* 2020). Camillo *et al.* (2019) indicam a pesquisa-ação aliada aos recursos do *design thinking* e aos princípios do Design Participativo como um processo que integra a teoria e a prática, sendo esta combinação adequada às pesquisas de design social.

Selloni e Corubolo (2017a) também defendem a aplicação da pesquisa-ação em pesquisas de design que envolvem grupos sociais, julgando-a particularmente interessante aos estudos que utilizam a abordagem do design colaborativo em empreendimentos sociais, devido à especificidade contextual do método.

O estudo de Stahn (2012, p.68) estabelece relações entre a pesquisa-ação e o design participativo por meio da identificação da empatia e da sensibilidade como capacidades necessárias para aplicação de ambas as abordagens, as quais são fundamentadas “na participação e colaboração como geradores de conhecimento e compartilhamento de saberes”.

Assim como na pesquisa-ação, o design colaborativo promove a associação dos saberes formais e informais de pesquisadores/designers, usuários e atores interessados por meio da colaboração para desenvolvimento de produtos, serviços ou solução de problemas, conforme descrito no capítulo 2.

Comparando o processo de pesquisa-ação (descrito neste capítulo) aos processos de *design thinking*, especificamente os modelos *Double Diamond* e HCD (descritos no capítulo 2), observamos que as abordagens apresentam similaridades em suas etapas (Figura 12).



Fonte: De autoria própria

Os processos se iniciam com um levantamento de dados relevantes para compreensão do problema e aprofundamento no contexto, em seguida ocorre a realização de um plano de ação a ser implementado mediante seleção de métodos, técnicas e ferramentas apropriadas. As ações e seus resultados são avaliados com o intuito de identificar possíveis melhorias e necessidade de uma nova iteração.

#### 4.2 DESENVOLVIMENTO DAS ETAPAS DE PESQUISA

Com base nesta descrição do processo de *design thinking* combinado com a pesquisa-ação, as etapas do desenvolvimento desta pesquisa são definidas em: 1) pesquisa exploratória; 2) pesquisa-ação com *design thinking*. Foram utilizadas para a

coleta de dados, de ambas as etapas, fotografias e gravação de áudio. Apresentaremos a seguir o detalhamento das etapas de pesquisa.

#### 4.2.1 Pesquisa exploratória

A pesquisa exploratória tem o objetivo de aproximar o pesquisador da compreensão do problema de pesquisa, de modo a construir hipóteses. Para isso, utiliza levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que vivenciam o problema e análise de exemplos que possam elucidar o tema investigado. Nessa pesquisa, foram utilizados a pesquisa bibliográfica e entrevistas com indivíduos que vivenciam a realidade dos EES.

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se mais difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis. Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla (GIL, 2007, p.43).

A pesquisa exploratória foi realizada para atender parcialmente ao objetivo específico nº2 da tese: caracterizar o contexto histórico e teórico da Economia Solidária e a atuação de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção. Desta forma, os resultados da pesquisa exploratória foram discutidos no Capítulo 3.

Para identificar empreendimentos para a coleta de dados foi efetuada uma amostragem não probabilística por tipicidade com consulta ao Cadastro Nacional de Economia Solidária<sup>17</sup> (CADSOL) utilizando a ferramenta online “Consulta geral de Empreendimentos”. Foram estabelecidos no início da pesquisa três critérios de inclusão, os quais detalharemos a seguir.

Como esta pesquisa foi conduzida de maneira presencial, fez-se necessário aplicar um critério de inclusão que delimitasse a localização geográfica dos empreendimentos, por uma questão logística. Assim, o critério nº1 corresponde à: os empreendimentos devem estar localizados na região metropolitana de São Paulo<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> Disponível em <<http://cadsol.mte.gov.br/inter/cadsol/main.seam>>

<sup>18</sup> Foram efetuadas buscas independentes para cada um dos seguintes municípios: São Paulo; Cajamar; Arujá; Ferraz de Vasconcelos; Guarulhos; Itaquaquecetuba; Mogi das

Visando incluir apenas os EES que atuassem no setor de confecção, excluindo aqueles que possivelmente atuassem apenas com comercialização, incluímos o critério nº2: empreendimentos cuja atividade econômica principal corresponde à produção, e o critério nº 3: empreendimento cujo CNAE-ECOSOL<sup>19</sup> (classificação de atividade(s) econômica(s) solidária(s)) corresponde à: 14.1 Confecção de artigos do vestuário e acessórios.

Como a ferramenta do CADSOL disponibiliza poucas opções de filtros, não foi possível restringir a pesquisa para a visualização de apenas os empreendimentos correspondentes aos critérios de inclusão. O único controle que obtivemos a partir dos filtros foi a seleção da cidade onde o empreendimento atua, conforme demonstra a Figura 13.

Figura 13 – Tela de consulta aos EES cadastrados no CADSOL

Fonte: (SENAES, 2019)

Portanto, para atender aos critérios de inclusão 2 e 3 foi necessário analisar manualmente o cadastro de cada empreendimento. Para isto, fizemos o download da ficha de cadastro referente à cada um dos empreendimentos correspondentes ao critério de inclusão nº1. Foram analisados um total de 721 cadastros.

Os dados coletados das fichas cadastrais foram organizados em uma planilha para melhor visualização. As informações coletadas foram as seguintes: ID-CADSOL;

Cruzes; Poá; Salesópolis; Santa Isabel; Suzano; Diadema; Mauá; Ribeirão Pires; Rio Grande da Serra; Santo André; Santana de Parnaíba; Jandira; Embu-Guaçu; Itapeverica da Serra; Vargem Grande Paulista; São Bernardo do Campo; São Caetano do Sul; Cotia; Taboão da Serra; Barueri; Carapicuíba; Itapevi e Osasco.

<sup>19</sup> A seleção destas classificações foi feita a partir da consulta às classificações disponíveis no site do IBGE. Disponível em: <<https://concla.ibge.gov.br/busca-online-ctnae.html?view=divisao&tipo=ctnae&versao=7&divisao=14>>

Nome do empreendimento; Forma de organização; Atividade econômica; CNAE-ECOSOL.

A aplicação dos critérios de inclusão resultou em um total de 24 empreendimentos localizados em nove municípios e organizados em grupos informais (17), cooperativas (5) e sociedades mercantis (2), conforme demonstra o Quadro 8.

Quadro 8 – EES Selecionados para coleta de dados

<b>Município</b>	<b>Empreendimento</b>	<b>Forma de organização</b>
São Paulo (11)	Retro's vest confecções e costura	Grupo informal
	MSM Costura	Grupo informal
	Moda e Poesia	Grupo informal
	Flor da natureza	Grupo informal
	Confecção Mãos de fadas	Grupo informal
	Conkistart	Grupo Informal
	Cooperaldeia	Cooperativa
	Jeans Social	Grupo Informal
	Neide Sales	Grupo Informal
	Nosso jeito	Grupo Informal
	Trans Sol	Grupo Informal
Guarulhos (1)	Pano Pra Manga	Grupo Informal
Suzano (1)	Cooperativa de produção de confecção	Cooperativa
Diadema (1)	Caos Obara	Grupo Informal
Santo André (1)	Vale Verde Confecção LTDA.	Sociedade Mercantil
Itapecerica da Serra (1)	Fashion Têxtil	Grupo Informal
São Bernardo do Campo (2)	Arte da Costura	Cooperativa
	Charlotte	Sociedade Mercantil
Embu das Artes (1)	Cooperativa de Trabalho de Confecção e Costura de Embu	Cooperativa
Osasco (5)	Cooperativa de Costura Osasco	Cooperativa
	Fio Dourado	Grupo Informal
	Tecicria	Grupo Informal
	Tramalissa	Grupo informal
	Fios e Fitas	Grupo Informal

Fonte: De autoria própria

Os empreendimentos identificados foram contatados por meio telefônico, no qual foram comunicados os objetivos da pesquisa e feito convite para participação nas entrevistas. Obtivemos um total de 6 grupos que aceitaram participar. Observa-se, portanto, que houve um baixo número de empreendimentos entrevistados em relação ao número total identificado, sendo que não conseguimos entrar em contato com uma parcela dos empreendimentos.

Em dois casos ninguém atendeu ao telefone, não sendo possível constatar se os grupos ainda existem ou não. Onze grupos tinham o telefone de contato incorreto ou inexistente, o que também impossibilitou a constatação da existência dos empreendimentos. Em duas instâncias recebemos a informação de que os empreendimentos haviam sido encerrados. Apenas dois empreendimentos recusaram participar da pesquisa, com a justificativa que não tinham tempo disponível ou que já haviam participado de outras pesquisas acadêmicas anteriormente e não desejavam participar novamente.

Os grupos que aceitaram ser entrevistados foram: 1) Nosso Jeito; 2) Charlotte Arte e Costura; 3) Cooperaldeia; 4) Pano Pra Manga; 5) Conkistart; 6) Flor da Natureza. As entrevistas foram realizadas no local do empreendimento com um ou todos os membros do grupo, dependendo da disponibilidade.

A coleta de dados foi efetuada por meio de entrevista e observação. Na pesquisa científica, a entrevista é uma técnica de coleta de dados que viabiliza a obtenção de dados objetivos e dados subjetivos (valores, atitudes e opiniões dos entrevistados), podendo ser configurada como entrevista estruturada, semiestruturada, aberta, entrevistas com grupos focais, história de vida e entrevista projetiva (BONI e QUARESMA, 2005).

Utilizamos a técnica de entrevista semiestruturada<sup>20</sup> para coleta de dados da pesquisa exploratória e da pesquisa-ação na fase exploratória. Nesta modalidade o entrevistador possui um roteiro de perguntas abertas e fechadas, todavia, as questões são colocadas de forma contextualizada ao longo do diálogo do entrevistado, assemelhando-se à uma conversa informal (IBDEM, 2005).

Esta característica da entrevista semiestruturada apresenta a vantagem de viabilizar que o pesquisador aprofunde determinados assuntos que podem surgir de maneira espontânea ao longo da entrevista. Isso, segundo Teixeira (2012, p.89),

---

<sup>20</sup> Os roteiros das entrevistas podem ser consultados no Apêndice A.

colabora com “o levantamento de informações subjetivas e comportamentais”, além de potencialmente coletar informações “que não foram previstas inicialmente, mas que podem ser importantes ou mesmo surpreendentes”.

Os dados coletados foram transcritos<sup>21</sup> e analisados mediante categorias de análise com a finalidade de identificar as principais características dos grupos, sua atuação no mercado e possíveis demandas em seus processos criativos e produtivos.

Um objetivo secundário da pesquisa exploratória foi de identificar um empreendimento para ser convidado a participar da pesquisa-ação. Todavia, nenhum dos empreendimentos entrevistados na etapa da pesquisa exploratória foram selecionados para a etapa de pesquisa-ação. Isso ocorreu por dois motivos principais: 1) os empreendimentos não trabalhavam mais com confecção; 2) os empreendimentos não tinham a intenção de atuar com produção própria da marca. Assim, fez-se necessário identificar um novo empreendimento para participação na pesquisa-ação.

Observamos que alguns dos grupos entrevistados mencionaram terem sido incubados pela rede Design Possível. A rede Design Possível é resultado das atividades de pesquisa e extensão dos cursos de Desenho Industrial da Universidade Presbiteriana Mackenzie e da Universidade de Firenze. Na sua concepção inicial, em 2014, o projeto já atuava com foco em sustentabilidade socioambiental, propondo o reaproveitamento de materiais e o desenvolvimento de comunidades periféricas em diversas áreas, inclusive no setor de confecção (SANTOS, 2017).

Esta associação sem fins lucrativos visa articular a relação entre empresas de confecção, entidades de apoio governamental, parceiros e colaboradores para fortalecer e aumentar a capacidade produtiva de EES e posicioná-los no mercado. Com este objetivo, além de oferecer oficinas de capacitação aos seus integrantes, atuam como intermediários entre marcas de moda que desejam obter uma produção eticamente correta e EES do setor de confecção.

Avaliando a influência desta ONG na formação e atuação de diversos EES, optamos por contatá-los com a intenção de apresentar a pesquisa e possivelmente conhecer outros empreendimentos que não surgiram no levantamento do CADSOL. O contato foi feito com a coordenadora Alice Nishikiori, que indicou o empreendimento

---

<sup>21</sup> As transcrições das entrevistas não poderão ser disponibilizadas no corpo deste trabalho devido ao número de páginas, porém podem ser consultadas no link: <[https://drive.google.com/file/d/142wZjfyOp19xDd\\_01vAcCO34tfZ\\_wZ-x/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/142wZjfyOp19xDd_01vAcCO34tfZ_wZ-x/view?usp=sharing)>

Cardume de Mães como um grupo de interesse para a pesquisa. Fizemos o contato com as integrantes do grupo, que aceitaram participar da pesquisa-ação.

#### 4.2.2 Pesquisa-ação combinada com o processo de design thinking

Neste subcapítulo iremos descrever as etapas, atividades e técnicas que constituíram a pesquisa-ação. Apresentaremos ao final do item 4.2.2.1 a sistematização da combinação do método de pesquisa-ação com o processo de *design thinking* (*double diamond*).

##### 4.2.2.1 Etapas da pesquisa-ação

O plano de pesquisa-ação, realizado com o grupo Cardume de Mães, foi elaborado com base na teoria de Michel Thiollent (1986) sobre o método de pesquisa-ação. O plano reúne quatro fases: 1) fase exploratória; 2) fase de planejamento; 3) fase de ação; 4) fase de avaliação e divulgação. O Quadro 9 apresenta sinteticamente o desenvolvimento de cada fase com seus respectivos objetivos e atividades.

Quadro 9 – Etapas da pesquisa-ação

FASES	OBJETIVOS	ATIVIDADES
1. Exploratória	Determinar o contrato.	1) Apresentação da pesquisa e proposta de participação.
		2) Seminário <sup>22</sup> para determinação do contrato.
	Realizar a coleta de informações relevantes para a concepção de um diagnóstico inicial.	3) Entrevistas semiestruturadas individuais.
	Definir o problema da pesquisa-ação.	4) Seminário.

Continua

<sup>22</sup> Utilizamos o termo “seminário” para nomear a atividade de reunião dos atores para discussão da pesquisa, conforme indica Thiollent (1986). Não deve ser confundido com o sentido de apresentação.



## Continuação

<b>FASES</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>ATIVIDADES</b>
2. Planejamento	Gerar conhecimento compartilhado sobre o processo de design e o método de pesquisa-ação.	5) Apresentação sobre o método de pesquisa-ação.
		6) Apresentação sobre criatividade e processos de design.
	Examinar, discutir e tomar decisões acerca do processo de investigação e do planejamento da ação	7) Brainwriting.
		8) Seminário para discussão dos resultados do brainwriting e definição das próximas atividades.
3. Ação	Execução das atividades pertinentes ao processo de design.	9) Proto-personas.
		10) Apresentação Moda e Sustentabilidade.
		11) Elaboração dos croquis.
		12) Apresentação e discussão colaborativa sobre os desenvolvimentos.
		13) Produção (Seleção de materiais; modelagem; corte; costura; acabamento).
4. Avaliação e divulgação	Avaliação do processo e dos resultados obtidos.	14) Seminário para discussão dos resultados.
	Divulgação interna	15) Apresentação do relatório gerado.
	Divulgação externa	16) Dissertação da tese de doutorado.

Fonte: Elaboração da autora com base em Thiollent (1986)

As atividades referentes a cada fase da pesquisa foram desenvolvidas em quatro encontros presenciais, com exceção da atividade nº3 que foi realizada de forma remota. O Quadro 10 apresenta o cronograma das atividades.

Quadro 10 – Cronograma das atividades

<b>Encontros</b>	<b>Atividades</b>
23/02/2021 (2hs)	1) Apresentação da pesquisa e proposta de participação.
	2) Seminário para determinação do contrato.
11/03/2021 a 13/05/2021 (remoto)	3) Entrevistas semiestruturadas individuais.
24/09/2021 (3hs)	4) Seminário.
	5) Apresentação sobre o método de pesquisa-ação.
	6) Apresentação sobre criatividade e processos de design
	7) Brainwriting
	8) Seminário para discussão dos resultados do brainwriting e definição das próximas atividades

Continua

## Continuação

<b>Encontros</b>	<b>Atividades</b>
15/10/2021 (3hs)	9) Proto-personas
	10) Apresentação Moda e Sustentabilidade
	11) Elaboração dos croquis
	12) Apresentação e discussão colaborativa sobre os desenvolvimentos
28/03/2022 (7hs)	13) Produção (Seleção de materiais; modelagem; corte; costura; acabamento)
	14) Seminário para discussão dos resultados
18/05/2022	15) Apresentação do relatório gerado

Fonte: Elaboração da autora

Utilizamos como instrumento de documentação dos encontros presenciais fotografias, gravação de áudios e diário de campo. O diário de campo é um registro feito pelo pesquisador durante as ações de pesquisa, sendo assim, trata-se de uma fonte primária de informações.

As anotações podem apresentar caráter descritivo, como é o caso da reconstrução de diálogos, descrição de espaços físicos, relatos de acontecimentos e descrição de atividades. Ou apresentam um caráter reflexivo, com anotações que refletem as observações e impressões do pesquisador acerca do método aplicado, temas, diálogos, questões e conflitos que surgem durante a pesquisa (OLIVEIRA, 2014). Foram realizadas anotações de caráter descritivo e reflexivo. As informações registradas foram utilizadas para a dissertação do capítulo 5.

A primeira fase (Exploratória) relacionou três objetivos: 1) determinar o contrato entre a pesquisadora e as participantes; 2) realizar a coleta de informações relevantes para a concepção de um diagnóstico inicial; 3) definir o problema da pesquisa-ação.

Para atender ao primeiro objetivo foi realizada uma apresentação, na qual foram esclarecidos os objetivos e a proposta da pesquisa-ação, em seguida realizamos um seminário no qual as participantes puderam tirar suas dúvidas e comunicar suas condições.

Para atender ao segundo objetivo foram realizadas entrevistas semiestruturadas individuais<sup>23</sup> e seminário. Planejamos inicialmente a realização presencial das entrevistas, todavia, devido às limitações descritas no item 4.4 foi necessário realizá-las de forma remota por chamada telefônica.

<sup>23</sup> O roteiro das entrevistas semiestruturadas da etapa de pesquisa-ação encontra-se no Apêndice B.

A partir das entrevistas foi possível documentar o histórico do grupo e das integrantes, identificar seus interesses, perspectivas e expectativas e os principais problemas que enxergam em relação ao trabalho que exercem, com o objetivo de formular um diagnóstico inicial. Também apresentou uma forma de gerar uma maior aproximação da pesquisadora com o grupo.

Com o objetivo de definir o problema da pesquisa-ação, foi realizado um seminário no qual a pesquisadora trouxe os principais problemas relatados nas entrevistas individuais para que fosse selecionado o problema a ser trabalhado.

A fase de planejamento relacionou dois objetivos: 1) gerar conhecimento compartilhado sobre o processo de design e o método de pesquisa-ação; 2) examinar, discutir e tomar decisões acerca do processo de investigação e do planejamento da ação.

A partir dos dados coletados na etapa anterior e da definição do problema, a pesquisadora elaborou duas apresentações que reuniram conhecimentos necessários para proceder com a pesquisa. Conforme demonstra a teoria sobre pesquisa-ação, as participantes da pesquisa não estão apenas sujeitas ao processo, todos os atores envolvidos na pesquisa (participantes e pesquisadora) devem tomar decisões sobre o processo em si e a ação a ser realizada. Para isto, julgou-se necessário que as participantes obtivessem conhecimento sobre o método aplicado.

Assim, a pesquisadora realizou uma apresentação sobre o método de pesquisa-ação, esclarecendo o processo a ser realizado. A segunda apresentação foi sobre o tema de processos de design e criatividade. O objetivo desta apresentação foi de preparar as participantes para a concepção de um processo de desenvolvimento de produto e transmitir o conceito de que a criatividade pode ser fomentada mediante um processo.

Para realizar o segundo objetivo da fase exploratória realizamos uma atividade de *brainwriting*. O *brainwriting* é apresentado como uma variação do *brainstorming*. Esta técnica também visa a geração de ideias em um contexto de criatividade em grupo, mas ao invés dos participantes verbalizarem suas ideias, eles as escrevem em silêncio antes de compartilharem com o grupo.

O intuito do *brainwriting* é de contornar as possíveis perdas de coordenação e produtividade atribuídas ao *brainstorming*. Para Heslin (2009), os resultados de estudos comparativos entre ambas as técnicas comprovam a capacidade do

*brainwriting* em superar o *brainstorming* em número de ideias geradas e inibir as perdas produtivas e de coordenação.

Assim, para esta atividade, as participantes foram orientadas a gerar ideias relacionadas às fases “descobrir” e “definir” do modelo de processo *Double Diamond*. Após a atividade de *brainwriting*, foi realizado um seminário para discussão das ideias geradas e definição das próximas atividades.

A fase de ação propôs a execução das atividades pertinentes ao processo de design. A definição das atividades que constituíram esta fase baseou-se nos dados coletados na fase de planejamento, subsídios do capítulo teórico de design (Capítulo 2) e recursos disponíveis (tempo de duração dos encontros e materiais). Com isso, a ação foi realizada a partir das seguintes atividades: exercício de criação de proto-persona; apresentação sobre moda e sustentabilidade; exercício de criação de croquis; apresentação e discussão dos croquis; produção (seleção de materiais, modelagem, corte, costura, acabamento).

Persona é uma técnica utilizada para auxiliar o designer a compreender as necessidades, expectativas e características do usuário e a tomar decisões dentro do processo de design. A partir de informações relevantes, são criadas “representações fictícias, específicas e concretas de usuários-alvo” (PRUITT; ADLIN, 2006, p.11).

O desenvolvimento de personas pode ser dividido em duas categorias: as personas baseadas em pesquisas com usuários e as proto-personas, que são desenvolvidas rapidamente e baseadas no conhecimento e suposições dos atores envolvidos no processo de design (JAIN; DJAMASBI; WYATT, 2019; LAUBHEIMER, 2020).

As personas baseadas em pesquisas apresentam a vantagem de que utilizam dados reais, revelando características do usuário mais próximas da realidade. Contudo, esta técnica pode representar custos elevados e um maior tempo despendido para sua realização, uma vez que envolve pesquisas qualitativas e/ou quantitativas para levantamento de dados (PINHEIRO *et al.*, 2018).

Como as proto-personas são construídas a partir das informações e suposições dos atores envolvidos no projeto de design sobre quem são os usuários e quais são suas necessidades, elas geralmente são uma representação imprecisa dos usuários (LAUBHEIMER, 2020). Para Gothelf (2012), as proto-personas servem o propósito de introduzir a técnica de persona e o foco no usuário às equipes de não-designers.

Ademais, não exigem necessariamente a realização de pesquisas iniciais e apresentam tempo reduzido para sua prática.

Desta forma, a atividade de criação de proto-personas foi proposta como uma forma de introduzir a reflexão sobre o desenvolvimento de produto com foco no usuário no processo com o grupo CM. Optamos por não utilizar a técnica de persona devido ao curto tempo disponível para a realização da atividade com o grupo, visto que esta técnica envolve coleta e análise de dados.

Na apresentação sobre moda e sustentabilidade, a pesquisadora elaborou painéis de imagens com foco em matéria-prima, técnicas de construção e formas de uso para o desenvolvimento de bolsas e acessórios. Estes painéis foram elaborados de forma a inspirar e relacionar o conceito de sustentabilidade à atividade de criação e confecção.

Discutimos na apresentação os seguintes temas: utilização de retalhos; utilização de tecido cru; tingimento natural; materiais reciclados; utilização de tecidos orgânicos; produtos multifuncionais; modelagem zero desperdício; design para desmontagem; hábitos sustentáveis do consumidor. Estes temas foram disponibilizados no formato de cartões (Apêndice E) que serviram para auxiliar o exercício de criação por meio do desenho.

Foram utilizadas na pesquisa-ação duas modalidades de desenho: esboço e desenho técnico. Os esboços podem ser utilizados como meio de expressão, registro e comunicação de ideias, ocorrendo geralmente nas fases iniciais do processo criativo (SILVA *et al.* 2010). Podem conter informações sobre formas, funcionalidade, usabilidade, estética etc., com a vantagem adicional de que são criados com baixo custo de materiais. Na moda, os esboços iniciais são denominados croquis de moda.

Assim, para a atividade de criação de croquis, disponibilizamos materiais diversos de desenho (lápiz, lápis de cor, canetas, canetinhas, borrachas), folha sulfite com uma base de manequim e cartões com referências de modelos diversos de bolsas (Apêndice E).

Os desenhos técnicos de moda consistem na representação objetiva e detalhada do produto, contendo informações de dimensões, proporções, acabamentos, aviamentos, tecidos etc. O objetivo deste desenho é orientar a confecção do produto. Na pesquisa-ação, o desenho técnico foi realizado pela

pesquisadora para elaboração das fichas técnicas<sup>24</sup> dos produtos desenvolvidos como forma de documentação para reproduções futuras e compõem o relatório<sup>25</sup> entregue ao grupo.

Ao final do exercício de criação, as participantes fizeram apresentações de seus croquis. A proposta destas apresentações foi de incentivar a colaboração no desenvolvimento inicial dos produtos.

Como as atividades da fase de ação foram divididas em dois dias diferentes<sup>26</sup>, ao final das apresentações dos croquis, as participantes e a pesquisadora discutiram sobre os possíveis materiais a serem adquiridos para a etapa de produção. Foi decidido que os produtos seriam desenvolvidos com retalhos de tecidos e tecido de banners. A pesquisadora adquiriu os retalhos de tecidos por meio de doações das empresas Tapeçaria Cunha Gago e Empório Tapeçaria. Os banners foram doados pela UNESP-Marília.

Para iniciar a atividade de produção, retomamos os conceitos e as atividades realizadas anteriormente, esta apresentação foi necessária devido ao tempo transcorrido entre os encontros. Foi entregue à cada participante os croquis desenvolvidos e o resumo do que foi apresentado sobre eles. Concordamos que cada participante ficaria responsável pelo desenvolvimento de um protótipo, caso finalizassem a tempo, poderiam confeccionar outra peça.

A fase de avaliação e divulgação apresentou os objetivos de avaliar e divulgar (internamente e externamente) o processo realizado e os resultados obtidos. Assim, finalizada a produção, foi realizado um seminário no qual as participantes expressaram seus sentimentos e opiniões acerca das atividades realizadas e dos resultados obtidos. A pesquisadora elaborou e apresentou ao grupo um relatório das atividades como meio de divulgação interna. A divulgação externa coube à dissertação e apresentação da presente tese.

A Figura 14 demonstra como foi realizada a combinação do método de pesquisa-ação com o modelo de *design thinking double diamond* para a execução desta pesquisa. Ao lado esquerdo da imagem, podemos observar a divisão de fases da pesquisa-ação (exploratória, planejamento, ação, avaliação e divulgação). Ao lado

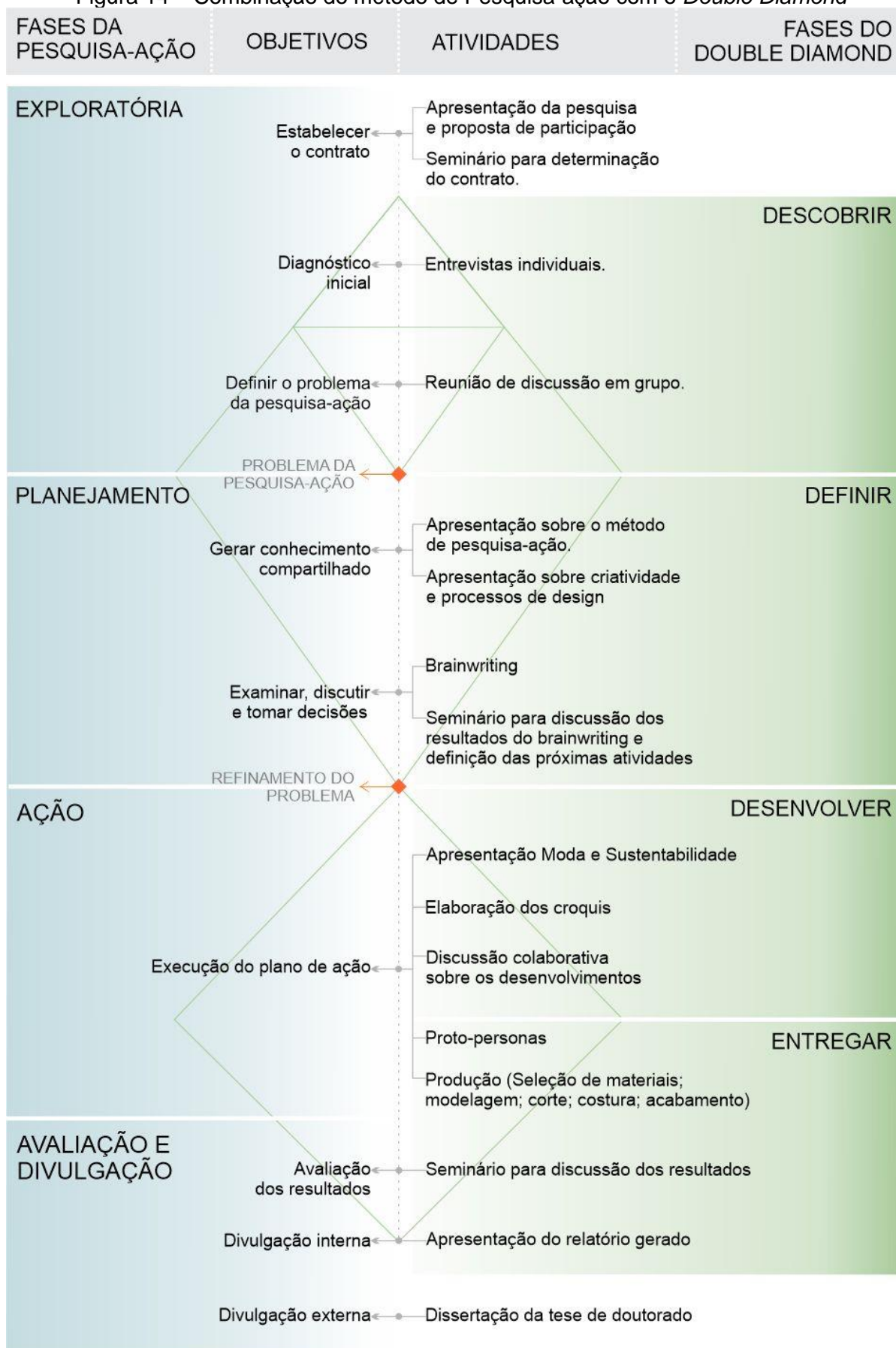
---

<sup>24</sup> As fichas técnicas produzidas podem ser encontradas no Apêndice G.

<sup>25</sup> O relatório entregue ao grupo pode ser consultado no link: [https://drive.google.com/file/d/1P\\_dBzATx0E-ztZlf73Ss\\_5duzO8pM39C/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1P_dBzATx0E-ztZlf73Ss_5duzO8pM39C/view?usp=sharing)

<sup>26</sup> Ver cronograma disponível no Quadro 11.

direito, observamos as fases do *Double Diamond* (descobrir, definir, desenvolver, entregar). No centro da imagem apresentam-se os objetivos e atividades correspondentes a cada fase.

Figura 14 – Combinação do método de Pesquisa-ação com o *Double Diamond*

Fonte: Elaboração da autora



A pesquisa-ação se inicia antes do DT com o estabelecimento do contrato de pesquisa e termina depois, com a divulgação externa. A combinação dos processos propõe um diamante interno às fases “Exploratória” / “Descobrir”, necessário para a definição do problema de pesquisa-ação, o qual foi refinado ao final das fases “Planejamento” / “Definir”.

As demais atividades se organizam dentro do modelo proposto pelo *Double Diamond*, guiando-se pela proposta dos pensamentos divergente e convergente. Por exemplo, as atividades que se encontram na fase “Desenvolver”, têm o intuito de estimular a geração de ideias, enquanto as atividades na fase “Entregar” propõem a tomada de decisão encaminhando-se aos resultados.

### **4.3 CUIDADOS ÉTICOS**

Como esta pesquisa envolve seres humanos, foi necessário obter a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP). Este é um órgão institucional, que analisa os aspectos éticos da pesquisa, antes que o estudo se inicie. O CEP visa assegurar os direitos e interesses dos indivíduos que aceitam participar voluntariamente da pesquisa.

Portanto, foram cadastrados na Plataforma Brasil e encaminhados para avaliação pelo CEP da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, os seguintes documentos: projeto de pesquisa; instrumento de coleta de dados (Apêndices A e B); termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice C). O projeto de pesquisa recebeu aprovação pelo CEP em 15 de agosto de 2018<sup>27</sup>, permitindo à pesquisadora dar continuidade à coleta de dados.

Todos os indivíduos entrevistados nesta pesquisa receberam uma cópia do termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), com informações sobre os objetivos e procedimentos da pesquisa, assim como a garantia de sigilo do participante. As entrevistas ocorreram mediante aceitação e assinatura do TCLE.

### **4.4 LIMITAÇÕES DA PESQUISA: A PESQUISA NA PANDEMIA DE COVID-19**

---

<sup>27</sup> Nº do Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE): 93648218.8.0000.5390

Esta pesquisa ocorreu no período de 2018 a 2022, portanto, a partir do primeiro semestre de 2020 as atividades de pesquisa foram afetadas pela pandemia de COVID-19.

Ademais das adaptações na rotina e local de trabalho da pesquisadora, o principal impacto das restrições impostas pela quarentena foi a etapa de pesquisa-ação, a qual foi atrasada devido a necessidade de ocorrer presencialmente.

Após a aceitação do empreendimento Cardume de Mães para participação, a proposta inicial era a de efetuar entrevistas em grupo de forma presencial, com o objetivo de compreender o funcionamento do empreendimento e identificar as demandas (fase exploratória da pesquisa ação). Esta fase da pesquisa coincidiu com o agravamento da pandemia no Brasil, e as participantes passaram a realizar a maior parte suas atividades de forma remota, fato este que impossibilitou a realização das entrevistas conforme previsto inicialmente.

Assim, optou-se por fazer entrevistas individuais por chamada telefônica. Nota-se, que as quatro entrevistas ocorreram em um período de dois meses. A razão para este prazo estendido foi em decorrência das consequências da pandemia na família de uma das entrevistadas. Sendo assim, aguardamos o tempo necessário para retomada das atividades.

Finalizadas as entrevistas individuais, explicamos para o grupo o planejamento das atividades de pesquisa-ação. Devido ao fato de que estas atividades teriam que ocorrer de forma presencial, o grupo optou por esperar a diminuição de casos de COVID-19 e a conclusão da vacinação das participantes para efetuação desta fase da pesquisa. Assim, a pesquisa só foi retomada no dia 24/09/2021 (2º encontro presencial) e no dia 15/10/2021 (3º encontro).

O quarto e último encontro foi agendado para o dia 10/01/2022 em razão do grande volume de produção que o grupo teria que realizar até o final do ano. Todavia, este encontro também foi atrasado devido à pandemia. Três participantes contraíram COVID em momentos diferentes ao longo dos meses de janeiro a fevereiro. Como não poderíamos realizar a pesquisa sem o grupo completo, foi necessário esperar o tempo estipulado de quarentena.

Destacamos que a falta de tempo para realização da pesquisa, ocasionada tanto pelas prioridades do grupo quanto pelas restrições impostas pela quarentena de Covid-19, representou um fator negativo em relação à organização e implementação do processo de design. O transcorrer de tempo entre cada encontro demandou que a

pesquisadora retomasse os resultados das atividades e conceitos apresentados nos encontros anteriores, sobretudo os relacionados ao processo de *design thinking*.

## **CAPÍTULO 5 RESULTADOS**

Este capítulo relata o desenvolvimento da pesquisa-ação, realizada de acordo com suas quatro fases propostas conforme demonstra o Quadro 9: exploratória; planejamento; ação; avaliação. Buscamos informar os principais objetivos de cada fase e descrever as atividades propostas para atingi-los, assim como os resultados obtidos ao longo da pesquisa.

### **5.1 RESULTADOS DA FASE EXPLORATÓRIA**

A primeira fase da pesquisa-ação teve como objetivos principais estabelecer os termos e condições da pesquisa, realizar a coleta de informações relevantes para a concepção do diagnóstico inicial e esclarecer o problema da pesquisa-ação.

Para atender ao primeiro objetivo realizamos a apresentação da pesquisa ao grupo, explicitando os objetivos e proposta de atividades iniciais. As integrantes comunicaram suas reservas em relação à pesquisa, sobretudo em relação ao tempo que teriam que despender para realizar a participação. Assim, acordamos que a pesquisa seria executada em três encontros presenciais cujas datas dependeriam de suas disponibilidades.

A coleta de dados para a realização do diagnóstico inicial se baseou em duas atividades: entrevistas semiestruturadas individuais e seminário. Apresentamos a seguir os resultados obtidos desta coleta.

#### **5.1.1 Contextualização e caracterização do grupo**

O grupo Cardume de Mães é composto por quatro sócias: Maria Rosalina Matos Ribeiro, Herculânea Maria dos Reis, Eliane Maria Marques e Francisca Laura dos Santos de Oliveira (Figura 15).

Figura 15 – Sócias do grupo Cardume de Mães



Fonte: (CARDUME DE MÃES, 2020)

A partir das entrevistas individuais, observamos que cada sócia tem sua própria trajetória de vida e profissional, mas todas se assemelham em um ponto primordial à construção do empreendimento: como consta no nome do grupo, todas são mães. Elas relataram que a motivação inicial do grupo foi de ter um trabalho que permitisse a proximidade no dia a dia de seus filhos e filhas.

Antes de existir o projeto do grupo, estas mães frequentavam uma ONG chamada Projeto Arrastão<sup>28</sup>, onde usufruíam do serviço de creche que era oferecido para residentes da região do Campo Limpo, zona sul de São Paulo. Neste local, também participavam de oficinas de capacitação, adquirindo habilidades em costura, crochê e bordado. Dentro da ONG, organizou-se um grupo chamado Equipe Lona que reunia participantes para costurar de acordo com demandas que surgiam no projeto.

---

<sup>28</sup> Fundado em 1968, o Projeto Arrastão é uma organização social sem fins lucrativos que atua na região do Campo Limpo, zona sul de São Paulo. Esta ONG efetua trabalhos com focos educacionais, culturais e artísticos, direcionados às necessidades de famílias da região. O projeto inicial visava a capacitação de mulheres com o objetivo de geração de renda, visto que tais mulheres compareciam no projeto com seus filhos, iniciou-se o atendimento às crianças, com o estabelecimento de projetos educacionais (PROJETO ARRASTÃO, 2021).

A partir de 2006, o grupo foi incubado pelo projeto Núcleo de Moda e Design em uma parceria do Projeto Arrastão com a ONG Design Possível<sup>29</sup>. A partir disso passaram a receber cursos de capacitação em empreendedorismo, economia solidária e costura. Neste período, o grupo recebeu auxílio do programa para o desenvolvimento de produto, marca e identidade visual (Figura 16). A incubação também proporcionou um fluxo maior e mais constante de clientes, fator necessário para a autonomia adquirida posteriormente.

Figura 16 – Identidade visual do grupo Cardume de Mães



Fonte: (CARDUME DE MÃES, 2012)

O grupo, que inicialmente contava com quinze membros, foi concebido para trabalhar com o conceito de sustentabilidade, mediante a reutilização de banners publicitários para produção de sacolas de mercado, bolsas, carteiras e acessórios de escritório (Figura 17). Este material era doado ao projeto por diferentes empresas que buscavam aderir à projetos socioambientais. Portanto, o tema de sustentabilidade foi inserido na concepção do grupo, e é demonstrado atualmente como um valor central de sua marca.

---

<sup>29</sup> Apesar do grupo atuar hoje de forma independente à ONG Design Possível, relatou-se nas entrevistas que ainda existe uma intensa relação de apoio ao grupo, por meio de indicação de clientes, captação de recursos e orientações diversas.

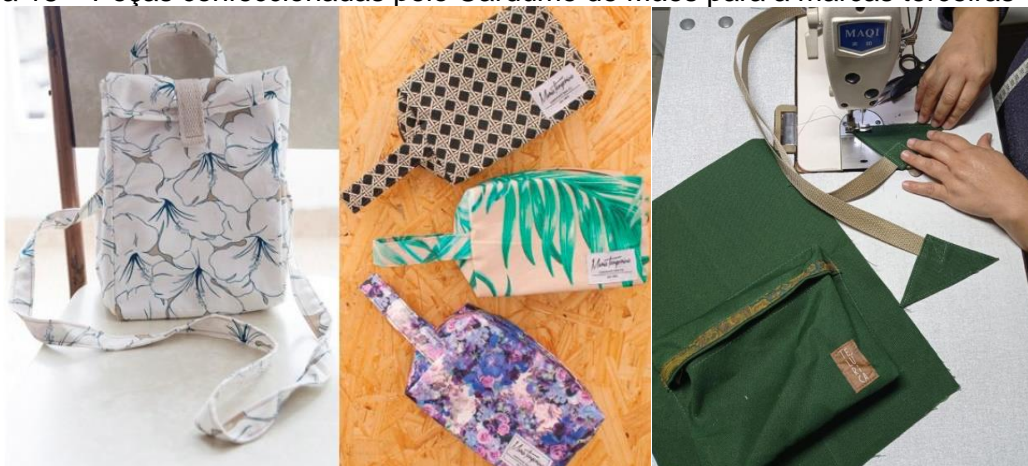
Figura 17 – Peças confeccionadas pelo Cardume de Mães com reutilização de banners publicitários



Fonte: (PROJETO ARRASTÃO, p.15, s.d.)

Com o conseqüente aumento nos pedidos de produção, maior experiência e amadurecimento na gestão do empreendimento, o grupo se emancipou do projeto em 2010 e passou a atender seus clientes (Figura 18) de forma independente em um espaço próprio. O trabalho desenvolvido pelo Cardume de Mães proporcionou às entrevistadas aquilo que elas buscavam: a geração de renda e a oportunidade de trabalhar em casa, próximas às suas famílias.

Figura 18 – Peças confeccionadas pelo Cardume de Mães para a marcas terceiras



Fonte: (ABRANCHS, 2018)

A rotina de trabalho do grupo se divide em trabalho presencial e remoto. As sócias se reúnem no ateliê de costura do grupo em dois dias da semana para encontrar clientes, receber material, realizar o planejamento da produção, fazer a modelagem e corte das peças e dividir a produção. Nos outros dias, cada integrante realiza suas atividades de costura de forma remota. Este modelo de jornada de trabalho permitiu a flexibilidade que as integrantes buscavam ao constituir o grupo.

### 5.1.2 Definição do problema de pesquisa-ação

Todas as participantes relataram a necessidade de ampliar o número de sócios como sendo o maior desafio do grupo. Elas observam que a adesão de novos membros possibilitaria uma produção maior, sendo que houve instâncias em que foi necessário rejeitar pedidos por não conseguirem atender ao volume de trabalho com apenas as quatro integrantes. A sobrecarga nas atividades produtivas ocasiona conflitos internos no grupo, assim, além do benefício de aumentar a capacidade produtiva, haveria uma melhora nas relações de trabalho.

A inclusão de novos sócios representa uma dificuldade por conta do modelo de trabalho adotado pelo grupo. Conforme explanado no capítulo de referencial teórico sobre Economia Solidária, empreendimentos deste tipo praticam a autogestão e divisão igualitária dos rendimentos. Isso significa que não existe propriamente um salário fixo, o ganho mensal de cada sócio depende do rendimento do grupo como um todo, uma vez em que não existem relações de chefe e empregados. Assim, as participantes afirmam que existe uma dificuldade em encontrar pessoas capacitadas em costura e dispostas a assimilar tal modelo de trabalho.

O tema de desenvolvimento de produto para atuação no varejo é de interesse parcial do grupo. Existe a percepção de que, com uma produção e comercialização própria, o empreendimento obteria uma certa independência de pedidos de clientes. Esta noção foi amplificada pelo fato de que durante o período de pandemia de COVID-19 o grupo recebeu menos pedidos que o usual, ficando sem renda em determinados meses. Outro aspecto de interesse ao grupo seria a possibilidade em atribuir um maior valor às peças produzidas, gerando maior rentabilidade para o grupo.

Todavia, existem barreiras para a atuação no varejo, as principais ressalvas mencionadas são: não possuem espaço físico para estoque; dificuldade em obter o investimento inicial para compra de material; indisponibilidade de tempo para realizar a divulgação da marca e administrar a comercialização dos produtos.

A discussão em grupo para definição do problema de pesquisa-ação a ser trabalhado foi realizada com base nos dados obtidos a partir das entrevistas individuais. Ao longo da discussão, foram levantados dois problemas principais.

O primeiro problema apresentado está relacionado à dificuldade em identificar pessoas capacitadas em costura que estejam dispostas a trabalhar em um modelo de



autogestão. Assim, formulou-se o problema nº 1: Como o Cardume de Mães poderia encontrar e inserir novos integrantes capacitados para atuar no grupo?

O segundo problema lida com a inexperiência das participantes com desenvolvimento de produtos para a marca própria. Assim, foi estabelecido o problema nº 2: Como podemos aperfeiçoar o processo de desenvolvimento de produto do grupo Cardume de Mães orientado à produção própria da marca?

Houve uma tentativa de discutir possíveis ações para lidar com o problema nº1, porém a pesquisadora e as participantes observaram que havia muitas barreiras e divergências a respeito de como poderíamos proceder neste tema. Assim, concluiu-se que seria mais produtivo trabalhar o problema nº 2.

## 5.2 RESULTADOS DA FASE DE PLANEJAMENTO

A partir do estabelecimento do problema a ser trabalhado, iniciamos a fase de planejamento que relacionou dois objetivos principais: 1) gerar conhecimento compartilhado sobre o processo de design e o método de pesquisa-ação; 2) examinar, discutir e tomar decisões acerca do processo de investigação e do planejamento da ação. Buscamos atender a estes objetivos por meio da realização das atividades de apresentação, *brainwriting* e seminário.

A definição do problema nos permitiu identificar o tema de pesquisa e os conhecimentos formais a serem trabalhados. Desta forma, elaboramos duas apresentações, a primeira teve o objetivo de familiarizar as participantes com o método de pesquisa-ação, e a segunda teve o objetivo de transmitir a noção de que a criatividade (em grupo ou individual) pode ser estimulada por meio de atividades organizadas em um processo. Com isso, o processo de design foi apresentado como passos sistemáticos de desenvolvimento e execução de tarefas que orientam o projeto com o intuito de oferecer uma solução a determinado problema.

Foi apresentado o modelo *Double Diamond*, explicitando suas quatro fases e o conceito de pensamento divergente e convergente. Nesta etapa da apresentação, foi considerado importante escolher com cautela o uso de um vocabulário adequado ao cotidiano das participantes, de forma a fazer compreender o conteúdo apresentado. Por exemplo, evitou-se o uso de termos em língua inglesa como *brainwriting* ou *brainstorming*, optando pela nomeação “atividade de geração de ideias”. Buscamos

comunicar o conteúdo da apresentação de forma mais informal, assemelhando-se à uma conversa.

Após a apresentação, foi realizada uma sessão de *brainwriting* onde as participantes foram orientadas a descrever possíveis atividades a serem realizadas nas fases “Descobrir” e “Definir”. Para esta atividade foram fornecidos cartões em branco e canetas, sendo que as participantes teriam dez minutos para geração de ideias de forma individual.

Optou-se por realizar o *brainwriting* como uma maneira de contornar os possíveis fatores de perdas de produtividade na atividade. Após o preenchimento dos cartões foi realizado um seminário com o intuito de expor as ideias geradas e incentivar discussões para aprofundamento do tema.

Assim, para a fase “Descobrir” foram associadas às atividades de pesquisa e busca de inspiração. Foram levantados os seguintes temas para pesquisa: sustentabilidade; características do cliente; concorrentes; formas e utilidades de bolsas e acessórios; retalhos de tecido e materiais reciclados. Estabeleceu-se que poderiam encontrar referências para inspiração em revistas, google, sites de outras marcas e redes sociais como Instagram e Pinterest. Na fase “Definir” foram atribuídas as atividades de gerar quadros de inspiração, avaliar formas de construção das peças e disponibilidade de materiais.

Observamos que, durante o seminário, ocorreram perdas produtivas de coordenação ocasionadas por inibição social (em uma das participantes) e bloqueio de produção relacionado ao fator de fixação no tópico. Uma das participantes se apresentou determinada a executar um produto específico como solução final de forma impositiva ao restante do grupo. Foi necessário lembrar as regras do brainstorming e redirecionar o grupo à atividade de ideação.

Outro obstáculo que permeou toda a atividade foi a questão de adequação de vocabulário por parte da pesquisadora, sendo relatado pelas participantes dificuldade em compreender o conteúdo que estava sendo transmitido. Estas observações foram consideradas no planejamento do encontro seguinte.

Identificamos o tema de sustentabilidade como um valor intrínseco do grupo, sendo relatado na fase exploratória e na fase de planejamento o interesse em trabalhar com produtos sustentáveis. Desta forma, refinamos o problema a ser trabalhado: Como podemos aperfeiçoar o processo de desenvolvimento de produto

do grupo Cardume de Mães, orientado à produção própria da marca respeitando o valor de sustentabilidade?

### 5.3 RESULTADOS DA FASE DE AÇÃO

A fase de ação da pesquisa-ação compreendeu as atividades relevantes ao processo de design: exercício de criação de proto-persona, apresentação sobre moda e sustentabilidade, exercício de ideação para elaboração de croquis, discussão em grupo e produção.

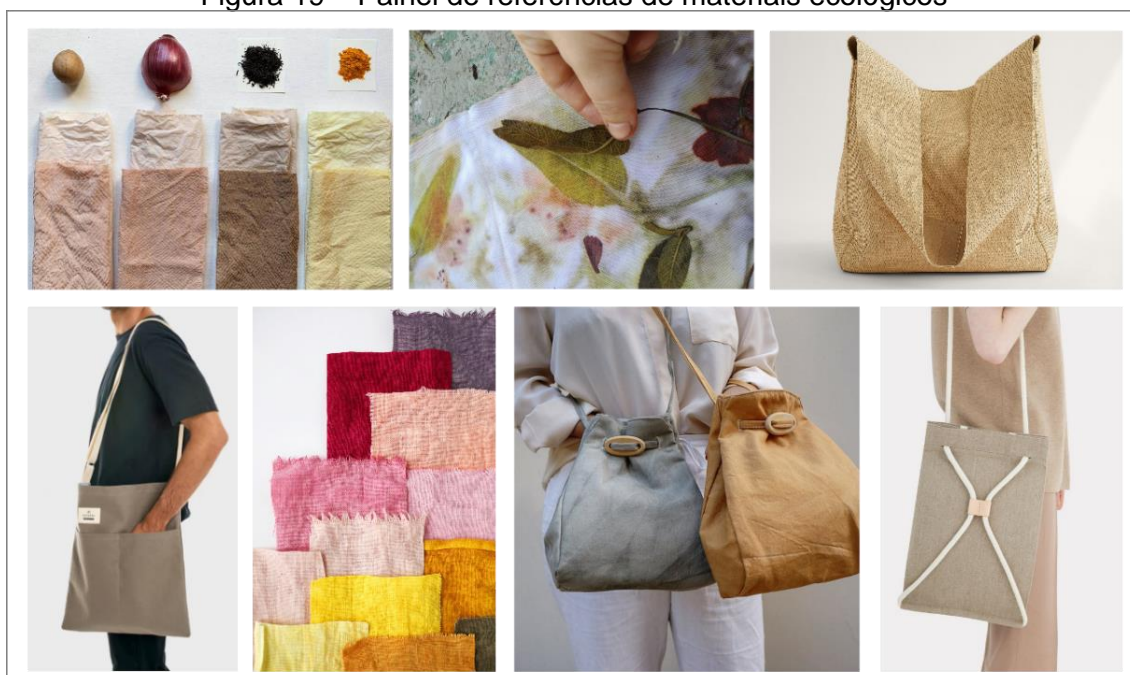
Para o exercício de proto-persona, as participantes receberam instruções e um questionário a ser preenchido (Apêndice D). Optamos por realizar o exercício de forma individual, buscando contornar as questões de perdas de coordenação e perdas de produtividade identificadas na fase de planejamento.

Após a finalização do exercício, cada participante fez uma breve apresentação de sua proto-persona. Neste momento, a pesquisadora buscou incentivar discussões sobre como as informações obtidas no exercício poderiam se transformar em *insights* para o desenvolvimento de produtos.

Em seguida, foi conduzido o seminário com tema de Moda e Sustentabilidade. Nesta apresentação foram elaborados painéis de imagens relevantes à confecção de bolsas e acessórios. Estes painéis seguiram os temas de pesquisa levantados no primeiro encontro e no saber formal da pesquisadora, explorando a questão da sustentabilidade em matéria-prima, técnicas de construção e formas de uso.

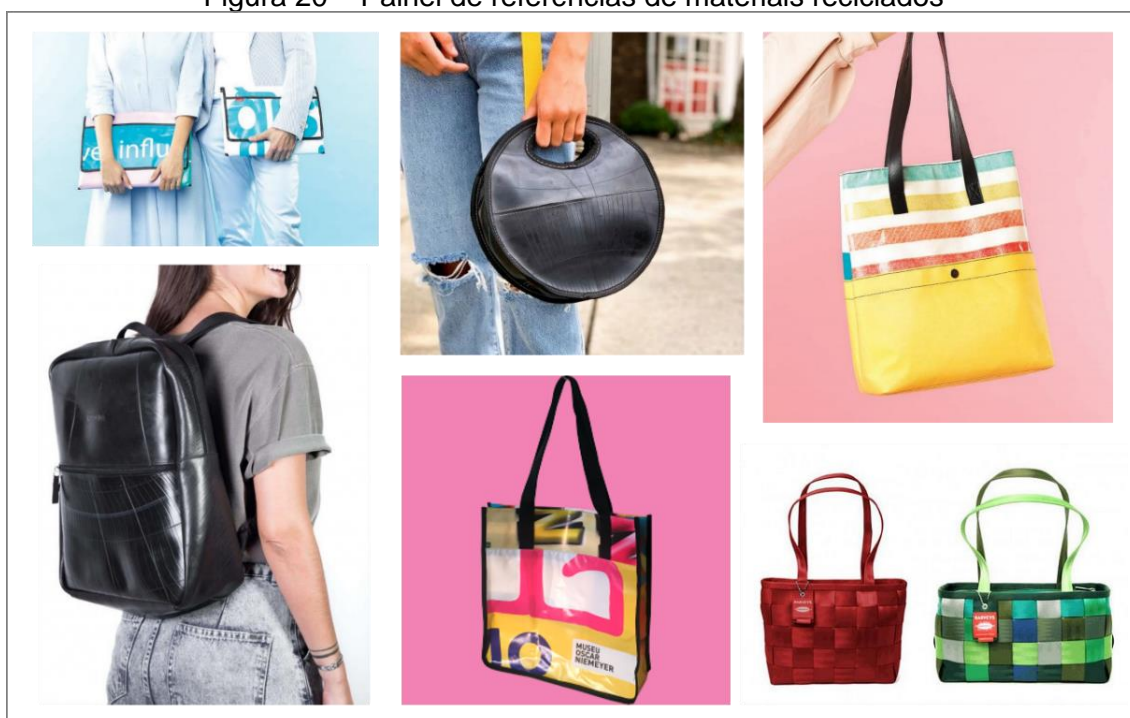
Em relação à matéria prima, foi apresentado o uso de materiais ecológicos como: tecidos crus, tecidos orgânicos, aviamentos naturais, tecidos com tingimento natural e impressão botânica (Figura 19). Também foi discutido o uso de materiais reciclados, os quais o grupo possui experiência tendo trabalhado com reaproveitamento de banners publicitários e resíduos da indústria automobilística, como pneu e cintos de segurança (Figura 20).

Figura 19 – Painel de referências de materiais ecológicos



Fonte: De autoria própria

Figura 20 – Painel de referências de materiais reciclados

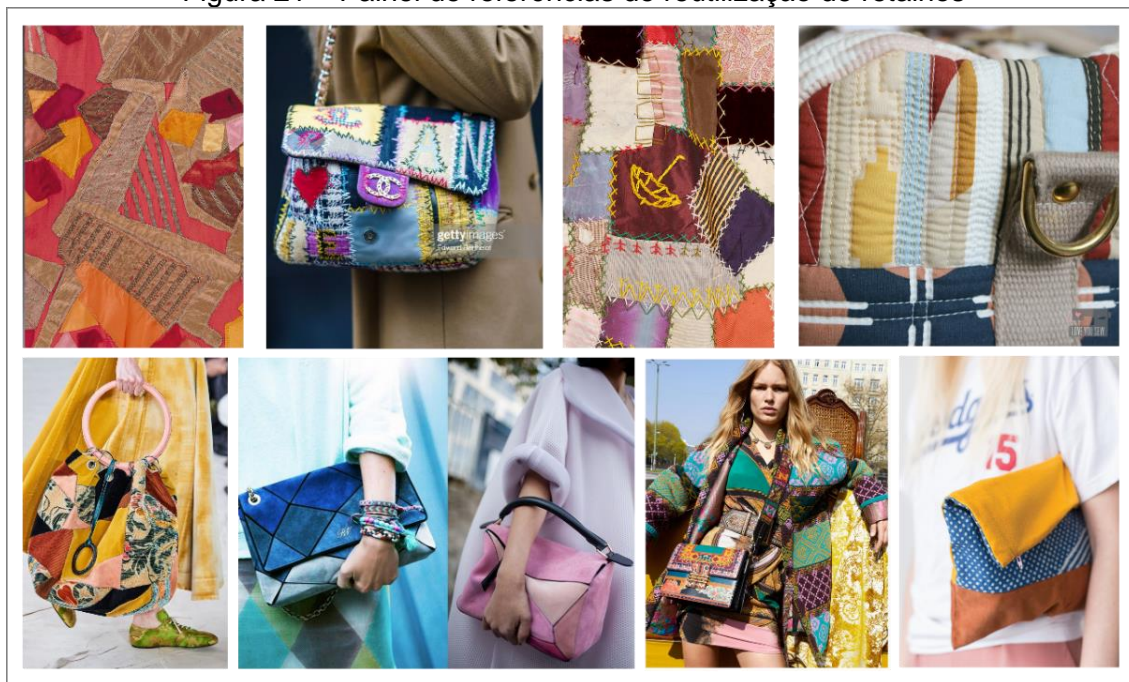


Fonte: De autoria própria

Como técnica de construção foi apresentada a modelagem zero resíduo e a reutilização de retalhos com a técnica de patchwork. As imagens foram selecionadas de forma a instigar o diálogo entre as participantes sobre como a reutilização de retalhos de tecidos poderia atribuir características únicas ao produto por meio de

formas geométricas, combinação de estampas, repensar modelos clássicos, produzir detalhes decorativos com os retalhos menores, combinações de cores ou recortes monocromáticos (Figura 21).

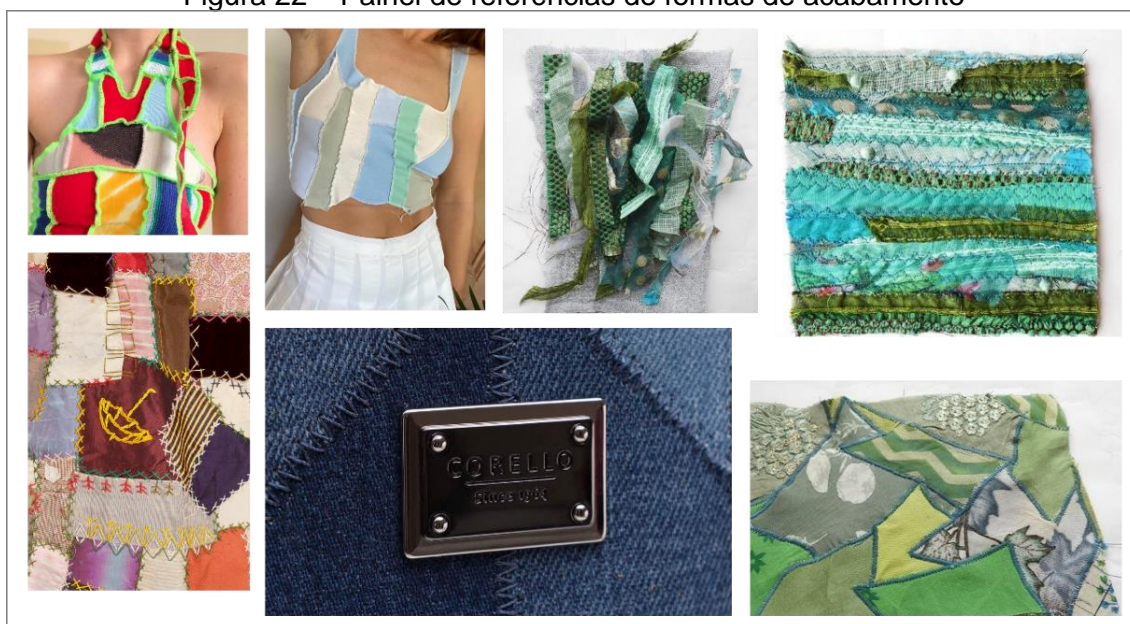
Figura 21 – Painel de referências de reutilização de retalhos



Fonte: De autoria própria

Também foram apresentadas diferentes formas de acabamento para a união dos retalhos: overlock aparente, ponto em zigue-zague, ponto cheio, pontos de bordado diversos, utilização de retalhos pequenos para construir um novo tecido (Figura 22).

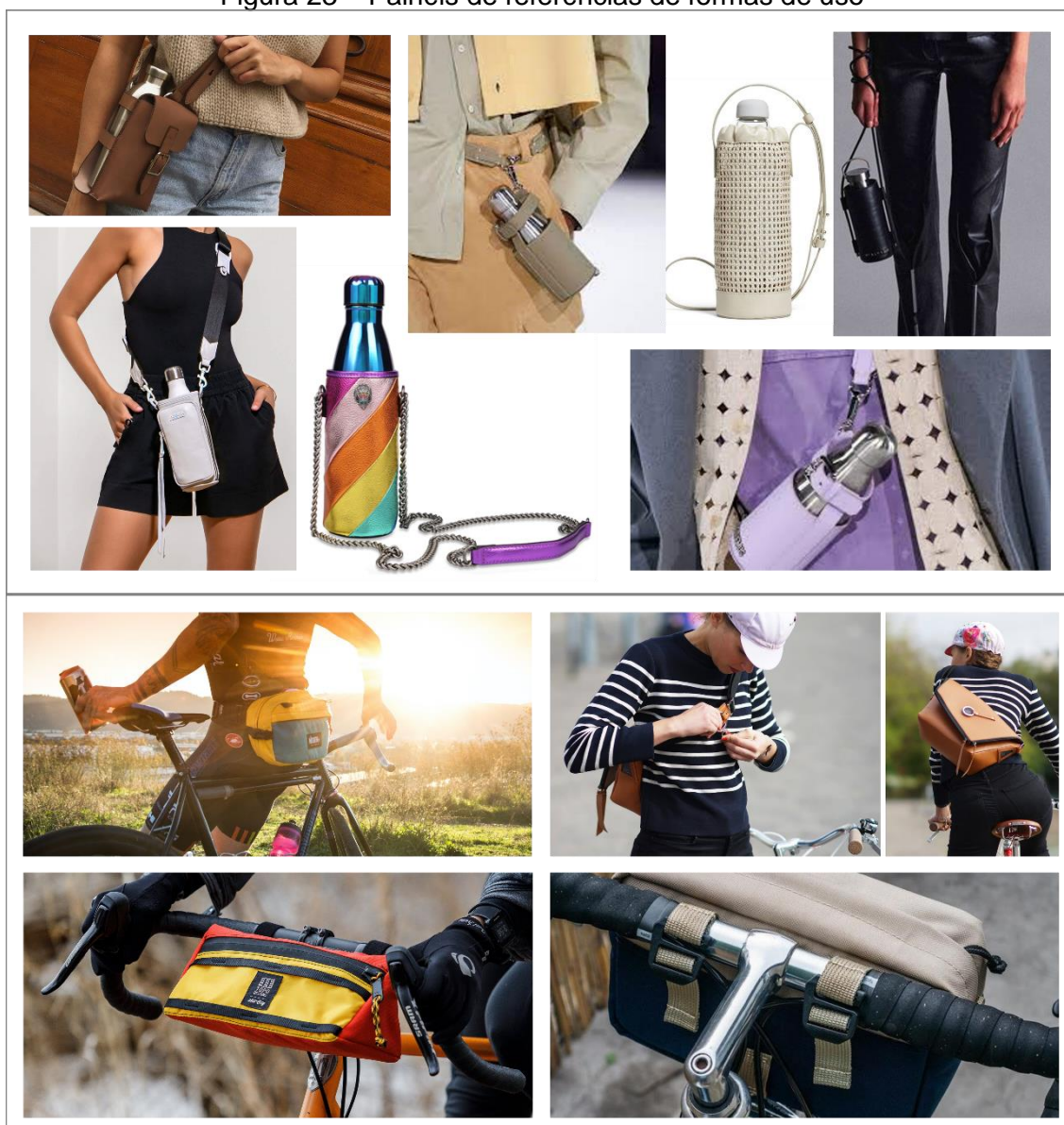
Figura 22 – Painel de referências de formas de acabamento



Fonte: De autoria própria

Outro ponto de interesse foi explorar cenários de uso. No primeiro encontro, houve uma fixação no tópico de sacolas reutilizáveis, as quais são produtos difundidos no mercado quando falamos sobre hábitos sustentáveis. Com o intuito de expandir a discussão sobre como desenvolver produtos para propiciar hábitos sustentáveis, incluímos na apresentação a utilização de garrafas/térmicas reutilizáveis e transportes alternativos (Figura 23).

Figura 23 – Painéis de referências de formas de uso



Fonte: De autoria própria

As participantes dialogaram sobre as possibilidades em torno destes hábitos, sendo que alguns dos cenários relatados foram: jovens que frequentam festivais de música gostariam de bolsas práticas e estilosas para carregar suas garrafas/térmicas e alguns itens essenciais como celular, documentos e cartões de crédito; mulheres que usam bicicletas para ir ao trabalho gostariam de bolsas práticas sem abrir mão do estilo, algo alternativo à mochila; pessoas que carregam garrafas em bolsas gostariam de compartimentos de fácil acesso e impermeáveis.

Ao longo da apresentação houve uma intensa troca de informações, com as participantes comentando se já haviam trabalhado ou não com algum tecido específico, que tipo de acabamento seria preferível em determinados produtos, como

estruturar adequadamente uma bolsa para ser acoplada na bicicleta, como uma bolsa poderia apresentar mais de uma função.

Ao final da apresentação as participantes foram instruídas à realizar a atividade de desenho para criação dos croquis, baseando-se nas informações recolhidas da persona, do conteúdo apresentado e em seus próprios conhecimentos. Esclarecemos às participantes que o objetivo deste exercício era representar o produto a ser criado, sem grandes preocupações com a “perfeição” do desenho em si.

A atividade de criação resultou no desenvolvimento de 8 croquis. Cada participante apresentou seus desenvolvimentos ao grupo, buscando relacionar o desenvolvimento criativo aos insights obtidos no exercício de proto-persona e aos temas apresentados no seminário.

Ao longo das apresentações, a pesquisadora incentivou a discussões entre as participantes acerca das ideias geradas, buscando estimular a colaboração no desenvolvimento dos produtos. Em seguida, iniciou-se a etapa de produção com a fase seleção dos materiais (Figura 24).

Figura 24 – Seleção dos materiais



Fonte: De autoria própria

Após identificarem os materiais de interesse, as participantes iniciaram a fase de modelagem (Figura 25) com base nos croquis e em suas capacidades técnicas. Observamos que os desenvolvimentos apresentavam diferentes níveis de dificuldade de construção, ademais, algumas participantes possuíam mais experiência com modelagem do que outras. Assim, apesar da fase de modelagem ser uma atividade



individual, identificamos que ocorreram esforços colaborativos entre o grupo para que todas finalizassem seus moldes.

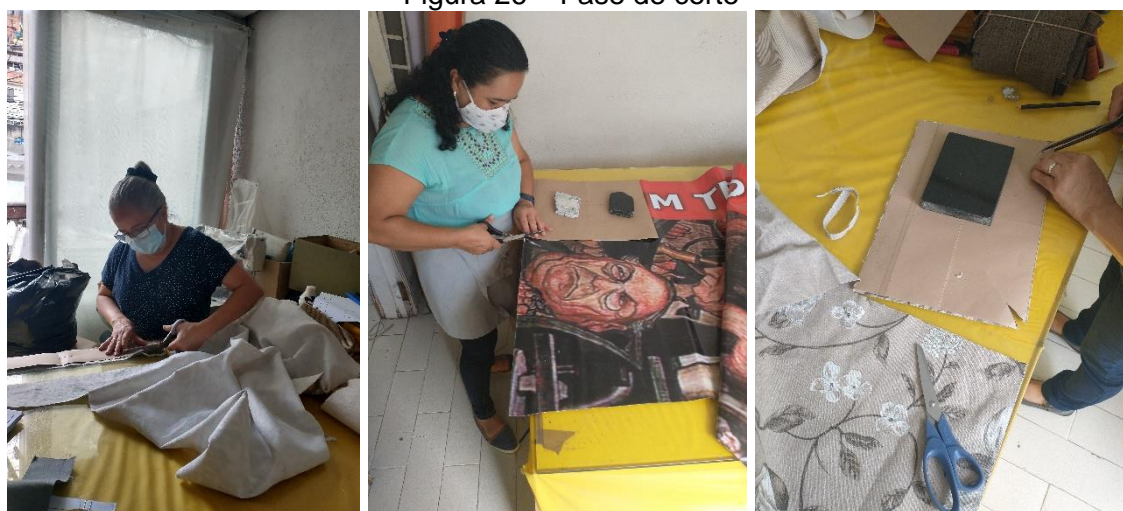
Figura 25 – Fase de modelagem



Fonte: De autoria própria

Devido ao fato de que as participantes escolheram trabalhar com retalhos de tecido em quase todos os desenvolvimentos, as fases de modelagem e de corte (Figura 26) compreenderam grande parte da definição de determinadas características das peças, sobretudo em relação às medidas da peça (relacionado aos tamanhos de retalhos disponíveis), combinações de estampas/tecidos e caimento das peças.

Figura 26 – Fase de corte



Fonte: De autoria própria

Algumas alterações e decisões ocorreram também na fase de costura (Figura 27), como altura e tamanho de bolsos, seleção de aviamentos (tipo de fechos, zíperes,

reguladores de alça, uso de elástico, etc.). A colaboração entre as participantes ocorre espontaneamente para resolver problemas relacionados à construção das peças. Ao final da fase de costura foram feitos os acabamentos necessários para finalização das peças.

Figura 27 – Fase de costura



Fonte: De autoria própria

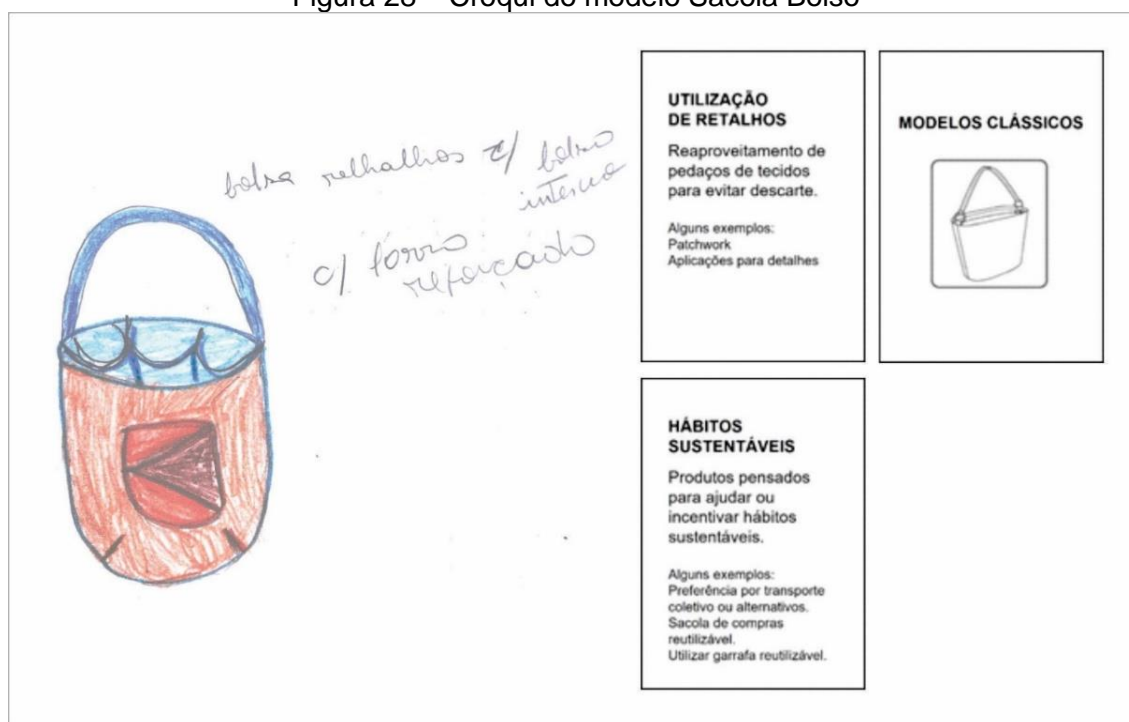
### 5.3.1 Produtos desenvolvidos

Conforme mencionado acima, o processo de desenvolvimento gerou oito croquis<sup>30</sup>, cinco dos quais foram selecionados para confecção das peças piloto finais, as quais foram nomeadas pelas participantes como: 1) Sacola bolso; 2) Transversal; 3) Sacola Cardume; 4) Caixa mercado cardume; 5) Necessaire de ombro. Apresentaremos a seguir o desenvolvimento de cada produto selecionados para confecção.

<sup>30</sup> Apresentamos no Apêndice F os três croquis que não foram selecionados para confecção.

A “sacola bolso” (Figura 28) foi desenvolvida pela participante Eliane, que utilizou os cards “Hábitos sustentáveis”, “Utilização de retalhos” e uma referência de “Modelo Classico” para desenvolver uma bolsa de mercado/feira. A bolsa foi planejada em um tamanho grande, com diversos compartimentos internos e externos para facilitar a organização das compras e o acesso e segurança dos itens pessoais (chaves, carteira, celular etc.).

Figura 28 – Croqui do modelo Sacola Bolso



Fonte: De autoria própria

Foram utilizados retalhos de dois tecidos diferentes. Com a escolha de retalhos como material principal, nem sempre é possível prever quais tamanhos de retalhos estarão disponíveis para confecção, assim, pretendeu-se aproveitar retalhos maiores para o corpo da bolsa e os retalhos menores para acabamentos e bolsos (Figura 29).

Figura 29 – Produto final do modelo Sacola Bolso



Fonte: da autora

O bolso frontal foi executado com fechamento em zíper a partir da reflexão acerca das necessidades do usuário em manter seus itens pessoais em um local de segurança e de fácil acesso durante compras de mercado/feira. Considerando o cenário de não encontrar as chaves dentro da bolsa, foi acoplado um mosquetão com o intuito de pendurar as chaves (Figura 30).

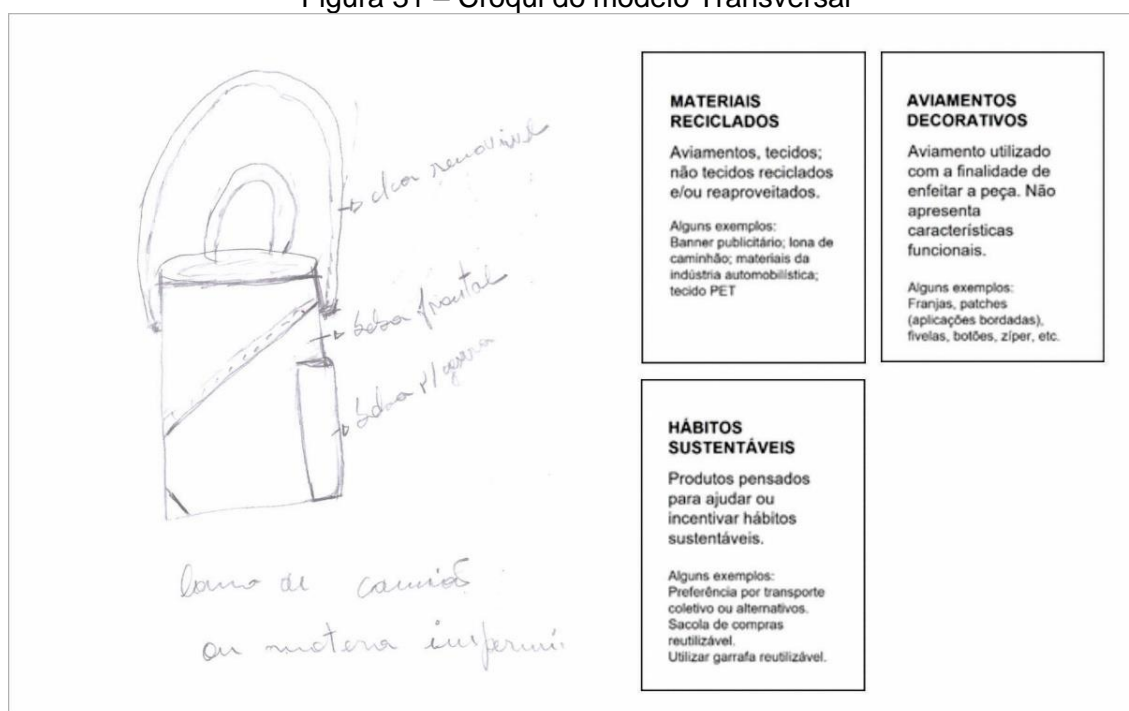
Figura 30 – Detalhe do mosquetão para chaves



Fonte: De autoria própria

O modelo “Transversal” (Figura 31) foi desenvolvido pela participante Francisca, que buscou incorporar o hábito de utilizar garrafas reutilizáveis em seu produto a partir do card “Hábitos sustentáveis”. Assim, desenvolveu um croqui de uma bolsa com compartimento externo para garrafas/térmicas, além de sugerir a utilização de retalhos para confecção, idealmente de tecidos impermeáveis e com maior gramatura para dar estrutura à bolsa.

Figura 31 – Croqui do modelo Transversal



Fonte: De autoria própria

A participante selecionou retalhos de três tecidos diferentes de tamanhos médios, sendo necessário fazer remendos para atingir o comprimento desejado da alça transversal (Figura 32). O bolso exterior para garrafas foi pensado inicialmente com uma tampa com fechamento em zíper. Alterou-se para um bolso com abertura regulável com elástico para acomodar garrafas de tamanhos diversos, esta decisão foi tomada em conjunto com as demais participantes.

Figura 32 – Produto final do modelo Transversal

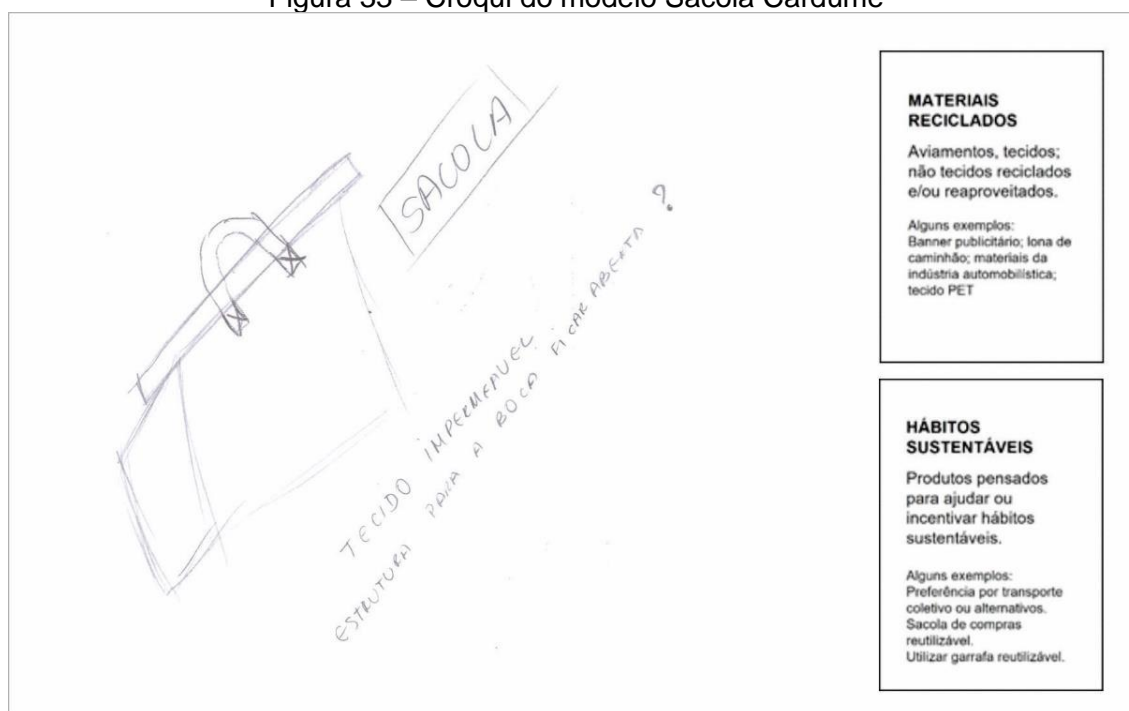


Fonte: De autoria própria

A Sacola Cardume (Figura 33) foi desenvolvida por Herulânea. Utilizando os cards “Hábitos Sustentáveis”, “Materiais reciclados” e “Retalhos”, a participante desenvolveu uma sacola de compras com uma estrutura projetada para ser apoiada no carrinho de mercado, de forma que ela se mantenha aberta para facilitar a organização dos produtos. Sugeriu-se a utilização de retalhos de tecidos impermeáveis ou banners.

A utilização dos cabos de madeira de banners como uma forma de estruturar a abertura da sacola foi escolhida com dois propósitos: reduzir os custos de produção, eliminando a necessidade de adquirir materiais adicionais e utilizar um material que geralmente acompanha os banners recebidos pelo grupo e que seriam descartados.

Figura 33 – Croqui do modelo Sacola Cardume



Fonte: De autoria própria

Foi selecionado um retalho grande de tecido impermeável para a confecção do modelo. Os cabos de madeira foram inseridos por meio de canaletas horizontais nas laterais da sacola.

Figura 34 – Produto final do modelo Sacola Cardume



Fonte: De autoria própria

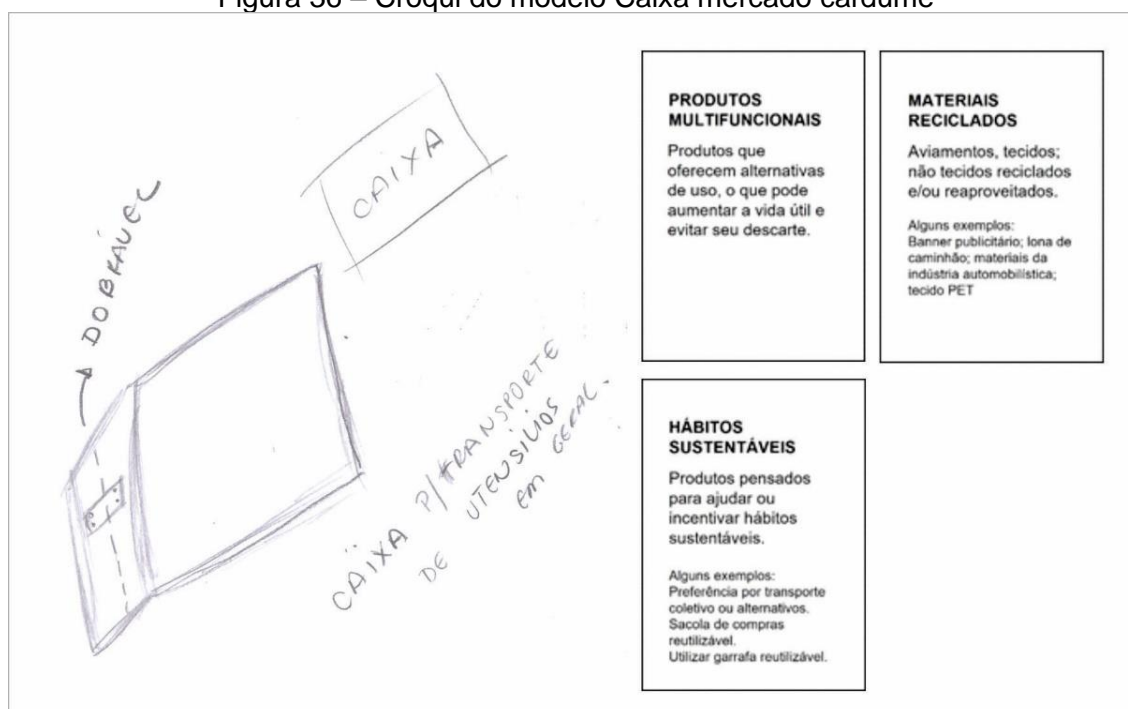
Figura 35 – Detalhes das canaletas para os cabos de madeira



Fonte: De autoria própria

Herculânea também desenvolveu o modelo Caixa Mercado Cardume (Figura 36), relacionando os cards “Hábitos Sustentáveis”, “Materiais reciclados” e “Produtos multifuncionais”. O modelo é uma caixa dobrável multifuncional confeccionada em tecido de banner.

Figura 36 – Croqui do modelo Caixa mercado cardume



Fonte: De autoria própria

A Caixa Mercado possui uma estrutura rígida e com alças curtas e reforçadas para melhor suportar peso, como no caso de compras de supermercado ou



organização e transporte de materiais diversos. A participante destacou a importância em utilizar um material impermeável na construção da caixa com o intuito de facilitar a higienização, relacionando os hábitos dos usuários durante a pandemia de Covid-19. Foram feitas costuras nas laterais para que a caixa se dobrasse facilmente (Figura 37).

Figura 37 – Produto final do modelo Caixa mercado cardume



Fonte: De autoria própria

Herculânea experimentou, novamente, a utilização dos cabos de madeira para dar estrutura adicional à peça. Desta vez, os cabos foram inseridos em canaletas verticais nos quatro cantos da caixa (Figura 38).

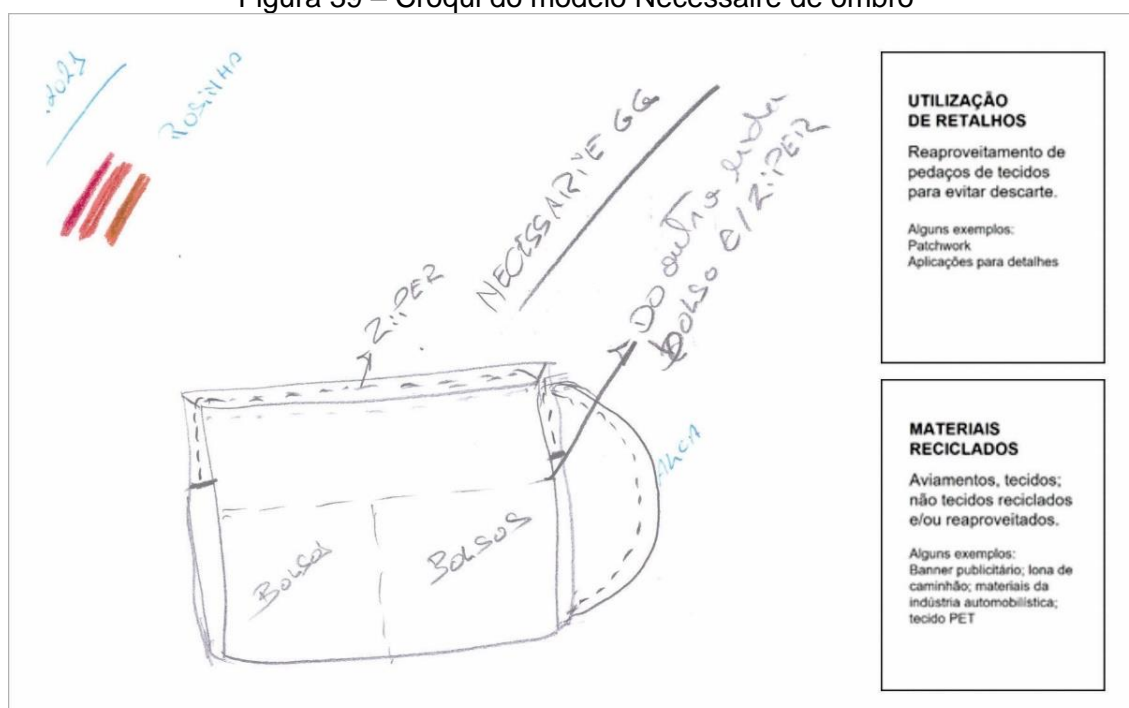
Figura 38 – Detalhe das canaletas



Fonte: De autoria própria

A Necessaire de Ombro foi desenvolvida por Rosinha. O produto foi concebido com uma alça lateral de comprimento médio, possibilitando usá-la no ombro e outra alça mais longa e removível para ser usada na transversal. Possui um bolso frontal com divisória e um bolso traseiro com zíper, além de outros bolsos internos. Tem um zíper longo para grande abertura com fole, o que facilitaria encontrar objetos no interior da bolsa.

Figura 39 – Croqui do modelo Necessaire de ombro



Fonte: De autoria própria

A participante desenvolveu o produto visando a utilização de retalhos, desta forma, apresenta detalhes com combinação de estampas que consumiram retalhos menores, como é o caso da aba do bolso frontal (Figura 40).

Figura 40 – Produto final do modelo Necessaire de Ombro



Fonte: De autoria própria

#### 5.4 RESULTADOS DA FASE DE AVALIAÇÃO E DIVULGAÇÃO

Os objetivos da fase final da pesquisa-ação foram de avaliar e divulgar internamente e externamente o processo realizado e os resultados obtidos. Para concluir a avaliação foi realizado um seminário no qual as participantes falaram sobre suas percepções sobre a pesquisa.

A pesquisa ampliou o conhecimento do grupo acerca do desenvolvimento de produtos sustentáveis, sendo que demonstrou outras maneiras de trabalhar o conceito de sustentabilidade além da utilização de materiais, que era algo que já tinham conhecimento prático. Outro item apresentado que chamou a atenção do grupo foram como aplicar diferentes formas de acabamento ao trabalhar com retalhos de tecido pode atribuir valor estético ao produto, como o ponto em zigue-zague ou overloque aparente.

O grupo também se revelou surpreso ao saberem da facilidade em adquirir doações de retalhos diretamente com empresas de tapeçaria. Explicaram que já haviam trabalhado com doações (de banners publicitários), mas que sempre eram mediadas por ONGs que negociavam as parcerias.

As participantes relataram que a pesquisa realizada foi benéfica ao grupo pois as incentivou a iniciar um processo criativo, algo que já tinham vontade de fazer antes, mas que sempre acabavam postergando devido as demandas do dia a dia. Com esta

experiência, elas puderam enfrentar as incertezas que tinham em relação às suas habilidades. Por exemplo, uma das participantes relatou que considerou a experiência “gratificante” pois esta foi a primeira vez em que realizou uma modelagem sem o auxílio de outras pessoas, revelando sua capacidade a si mesma.

Outra participante relatou sua preocupação sobre como poderia desenvolver algo “diferente”. Ela explicou que vê na internet vários produtos voltados para a sustentabilidade e que considerava a criatividade algo difícil pela quantidade de referências existentes no setor. O processo foi benéfico para ela pois ela teve a oportunidade de exercitar sua criatividade para realizar algo original e não uma “cópia”.

A realização do processo fez com que as participantes valorizassem mais suas habilidades. Elas relataram que já idealizavam como deveriam ser realizadas determinadas atividades para o desenvolvimento de produto, todavia de maneira “bagunçada”. A proposição de um processo cujas atividades foram ordenadas em etapas com objetivos definidos auxiliou no reconhecimento de seus conhecimentos empíricos e aumento da autoestima.

O processo de desenvolvimento de produto do grupo Cardume de Mães pôde ser aprimorado por meio da expressão do conhecimento empírico e capacidades técnicas das integrantes do grupo, da aplicação do modelo *Double Diamond* como meio para estruturar e guiar o processo de design e do design colaborativo como meio de expandir as capacidades dos atores da pesquisa e gerar conhecimento compartilhado. O conceito de sustentabilidade foi trabalhado no processo a partir da apresentação de materiais, técnicas e estratégias sustentáveis, as quais foram aplicadas de acordo com o contexto técnico, econômico e cultural do grupo.

Como meio de divulgação interna, a pesquisadora elaborou e apresentou ao grupo um relatório das atividades explicitando o processo realizado, o conteúdo das apresentações e documentação dos produtos desenvolvidos (fotos, fichas técnicas e modelagens). A divulgação externa coube à dissertação e apresentação da presente tese.

## 5.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O grupo Cardume de Mães foi convidado para participar da pesquisa-ação pois se apresenta como um empreendimento de ES que atua no mercado de moda com

confeção de bolsas e acessórios para marcas terceiras, com interesse em futuramente expandir sua atuação para o varejo com sua marca própria.

Identificamos que as sócias atuam como microempreendedoras individuais (MEI) e se caracterizam no âmbito da ES por serem uma organização coletiva que pratica a autogestão e apresenta os princípios de cooperação e solidariedade. Ademais, o grupo foi concebido para atender ao objetivo de geração de renda, a qual é distribuída equitativamente entre as integrantes e ao objetivo de atender à uma demanda social, configurando-se como um caso de inovação social. Relacionando os dados coletados à revisão de literatura sobre ES, observamos que tais características são mais determinantes de um EES do que a caracterização jurídica do empreendimento.

A autogestão é central ao funcionamento do grupo e à permanência das sócias, que se beneficiam pelas possibilidades de tomarem as decisões do empreendimento e de flexibilizarem seus horários de trabalho. Outrossim, a noção de que a autogestão está relacionada ao conceito de empreendedorismo é difundida entre as sócias, o que se apresenta como empoderamento e emancipação como trabalhadoras. A autogestão também representa uma fonte de conflitos no grupo e acrescenta à dificuldade em encontrar novos sócios capacitados, uma vez em que estes devem estar dispostos a praticar tal modelo organizacional.

Avaliando o processo realizado, identificamos que as diferenças de vocabulário entre a pesquisadora e as participantes representaram uma dificuldade a ser superada, sobretudo na criação de um entendimento compartilhado sobre o conteúdo do processo de design. Esta dificuldade foi prevista na fundamentação teórica sobre processos de design colaborativo entre designers e não-designers (KLEINSMANN, 2006; FONTANA, HEEMANN, FERREIRA, 2012; PIRINEN, 2016). Para contornar esta questão realizamos apresentações colaborativas<sup>31</sup>, nas quais as participantes apresentaram os resultados das atividades ao grupo. Estas apresentações serviram para: 1) adequar o vocabulário da pesquisadora; 2) estimular o diálogo entre os atores, de forma a contornar possíveis perdas de produtividade; 3) cultivar a colaboração, sendo que a pesquisadora instigou as participantes a deliberarem sobre os resultados apresentados e a adicionarem às ideias geradas.

---

<sup>31</sup> Atividades 9 e 12 da pesquisa-ação.

Em relação à colaboração no processo de design, identificamos que esta ocorreu particularmente na fase de ação da pesquisa-ação. Como as participantes constituem um grupo produtivo autogestionário há muitos anos, foi antecipado que elas apresentassem um determinado nível de colaboração, o que de fato observamos sobretudo na etapa de produção (atividade 13), que é uma atividade usual ao grupo.

A colaboração foi incentivada pela pesquisadora sobretudo durante as atividades que envolviam geração de ideias<sup>32</sup> pois observamos que havia instâncias em que a competitividade e julgamento sobressaíam-se. Como estratégia para cultivar a colaboração visamos realizar atividades cujos objetivos eram “fazer coisas tangíveis” e “falar, dizer e explicar”, conforme propõem Sanders, Brandt e Binder (2010, p.196).

Explicitamos ao longo da pesquisa-ação que as participantes deveriam tomar uma postura voltada ao experimentalismo, conforme indica a literatura sobre *design thinking* (BROWN, 2008). Observamos que ocorreram experimentações relacionadas à construção de produtos utilizando retalhos, utilização de materiais alternativos para estruturar bolsas, aprimoramento de capacidades técnicas e exercício da criatividade.

A introdução do modelo *Double Diamond* no início da pesquisa-ação foi elementar para o esclarecimento do processo de design às participantes. A visualização das fases propostas no modelo e a compreensão sobre os objetivos esperados em cada fase tornou a colaboração mais efetiva pois gerou um conhecimento compartilhado, facilitando a participação na tomada de decisão ao longo do processo.

O tema de sustentabilidade foi trabalhado na pesquisa de maneira a expandir o conhecimento das participantes. Na fase de planejamento da pesquisa-ação, as participantes apontaram o tema de sustentabilidade, particularmente o uso de materiais reciclados e retalhos de tecidos, como um tópico de pesquisa para a fase de descoberta do processo. Sabendo que o grupo já possuía um conhecimento prático sobre a utilização de materiais reciclados, buscamos apresentar e discutir (atividade 10) diferentes materiais ecológicos e reciclados, técnicas, formas de acabamento e introduzir a consideração de hábitos e necessidades do consumidor na etapa de criação.

---

<sup>32</sup> Atividades 7, 8, 9, 10 e 12.

A utilização de materiais reciclados e retalhos de tecidos apresenta-se no processo como um requerimento pois, no momento, o grupo não possui capital para investimento em materiais. Desta forma, consideramos que a adoção de determinadas estratégias sustentáveis na produção do Cardume de Mães apresenta-se tanto como uma restrição quanto uma oportunidade criativa. A pesquisa-ação também demonstrou ao grupo que existe a possibilidade em adquirir os materiais necessário via doações diretas de tapeçarias.

## 6 CONCLUSÃO

A presente pesquisa trabalhou com a hipótese de que processos de design que visam a colaboração entre atores e o compartilhamento de saberes formais e informais são apropriados à realidade de empreendimentos econômicos solidários atuantes no setor de confecção.

A escolha pelo método de pesquisa-ação ampliou as possibilidades da pesquisa, uma vez que a flexibilidade deste método viabilizou a exploração e a colaboração entre os atores no processo de design. O método também propiciou a coleta de informações não antecipadas nos roteiros das entrevistas, expandindo o conhecimento do pesquisador acerca da situação investigada.

O desenvolvimento da pesquisa exigiu que a pesquisadora assumisse um papel dentro do processo ora de direcionadora, ora de facilitadora. Isso porque a realização do processo de design junto ao método de pesquisa exige conhecimentos específicos da área do design e da metodologia. Por outro lado, a proposta foi de reconhecer e expandir os conhecimentos do grupo por meio da colaboração, levando ao empoderamento das participantes e de estabelecer um senso de propriedade em relação aos resultados obtidos.

Avaliamos que para alcançar resultados condizentes à realidade de grupos sociais e promover o empoderamento dos indivíduos que os compõem, é necessário ao designer agir de forma empática e buscar a imersão no contexto pesquisado. Em vista disto, consideramos que as entrevistas individuais realizadas na fase exploratória, apesar de não terem sido planejadas inicialmente, foram de grande valor para a pesquisadora conhecer não apenas o grupo e seu funcionamento, mas aproximar-se dos indivíduos, conhecer suas histórias, perspectivas e objetivos pessoais. Também favoreceu a familiarização das participantes com a pesquisadora e o início de uma relação de confiança, a qual consideramos essencial para estabelecer a colaboração no grupo.

Consideramos que as diferenças em linguagens, culturas, prioridades e conhecimentos dos atores podem representar barreiras em um projeto colaborativo. É importante que sejam bem esclarecidos o problema, o objetivo e o processo de design. Neste sentido, ressaltamos que a utilização do modelo *double diamond* ofereceu um meio de representação visual do processo em andamento. Ademais, a



lógica proposta nas fases e a orientação em relação aos estilos de pensamento a serem aplicados favorecem o aprendizado do processo em si.

Em relação aos objetivos da pesquisa-ação, esclarecemos que a “mudança”, intencionada a partir da ação, teve um alcance à nível microssocial, visto que a pesquisa foi realizada com um grupo composto de quatro indivíduos. Dito isso, atendemos ao objetivo geral da tese de desenvolver um processo de design a partir da colaboração e do compartilhamento de saberes formais e informais para introdução de atividades de design na rotina de desenvolvimento de produtos de um grupo de economia solidária.

A pesquisa gerou, ao empreendimento, novos conhecimentos sobre o tema de sustentabilidade, o contato com atividades para estimular a criatividade individual e coletiva e a experimentação com um processo que poderá vir a ser implementado caso o grupo opte pela atuação no varejo. Os produtos desenvolvidos a partir deste processo apresentam atributos relativos à sustentabilidade e representaram, às participantes, a valorização de suas habilidades e superação de desafios pessoais.

Em termos do conhecimento gerado para a área do design, ressaltamos que a pesquisa levantou informações acerca da realidade do empreendimento investigado, suas capacidades, desafios e limitações. O estudo também indica que a proposta do design colaborativo, a abordagem do *design thinking* e o método de pesquisa-ação são relacionáveis e viáveis para trabalhar com problemas reais experienciados pelos EES. Isso é apresentado de forma concreta nesta pesquisa a partir da visualização do processo realizado (Figura 14).

Além de integrarem o movimento de economia solidária, situamos a atuação do grupo no contexto do *slow fashion*, visto que apresentam o valor de solidariedade por meio do comprometimento com o coletivo, adoção de medidas para desenvolvimento de produtos ambientalmente sustentáveis, produção socialmente responsável e promoção do comércio justo. Desta forma, argumentamos que ações da área do design que visam o crescimento de EES no setor de confecção, representam um caminho viável para promover mudanças no sistema da indústria da moda de forma condizente com as diretrizes do desenvolvimento sustentável.

A partir das análises da pesquisa exploratória e da pesquisa-ação reconhecemos diversas situações problema que poderiam ser auxiliadas por meio da intervenção do design. Observamos que os EES investigados apresentam desafios diversos que podem levar à fragilidade dos grupos, como: captação de novos clientes;

baixa visibilidade e comunicação com o mercado; necessidade de ampliação da capacidade produtiva; insuficiência de verba para obtenção de matéria prima; ausência de estoque; ausência de maquinário adequado.

Consideramos que ações do design para o desenvolvimento de EES do setor de confecção devem atentar à complexidade do contexto de atuação de tais grupos, visto que apresentam uma lógica alternativa ao mercado e simultaneamente buscam aumentar sua atuação no mesmo. Isso significa que o especialista deve alinhar as competências profissionais dos atores e a dinâmica do trabalho associativo aos ideais de sustentabilidade social e ambiental, levando em consideração as demandas do mercado consumidor e as especificidades do caso em questão.

Nesse contexto, indicamos que os conhecimentos oriundos dos conceitos de design para a sustentabilidade, de design social e de design para inovação social são relevantes para as pesquisas e intervenções do design para empreendimentos econômicos solidários, pois reúnem uma base teórica e descrições de processos e resultados de estudos de caso que podem orientar novas ações.

Também relevante é a abordagem do design colaborativo, cuja aplicação viabiliza a integração e participação ativa dos atores envolvidos no processo de design, o qual pode se tornar mais eficiente e adequado ao contexto apresentado a partir da união dos saberes formais com os saberes informais e gerar novos conhecimentos para os participantes e para os pesquisadores, beneficiando ações futuras.

## REFERÊNCIAS

- AAKO, M.; KOSKENNURMI-SIVONEN, R. Designing sustainable fashion: possibilities and challenges. *Research Journal of Textile and Apparel*, v.17, n.1, p.13-22, 2013.
- ABRANCHS, R. *Insecta*, 2018. Disponível em: <<https://www.renataabranchs.com.br/bureau-insecta-2/>>. Acesso em: 04 de set. 2020.
- ALDEIA DO FUTURO. Nossa história. Disponível em: <<https://www.aldeiadofuturo.org.br/institucional>>. Acesso em 15 mar. 2020.
- ALENCAR, E. S.; FLEITH, D. S. *Criatividade: múltiplas perspectivas*. 2. ed. Brasília: Editora UNB, 2003.
- ALIANÇA COOPERATIVA INTERNACIONAL. *Cooperative identity, values & principles*. Disponível em < <https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>>. Acesso em: 25 de outubro de 2019.
- ALLWOOD, J. M., et al. *Well dressed? The present and future of sustainability of clothing and textiles in the United Kingdom*. University of Cambridge Institute for Manufacturing, Cambridge, 2006.
- ALMEIDA, M. V. L. Design Social: definição constituída no complexo social. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 13, Joinville, 2018. *Anais...* Joinville: Blucher, 2019.
- ARAÚJO, A. M. C.; FERREIRA, V. C. Terceirização e relações de gênero. In: DRAU, D. M.; RODRIGUES, I. J.; CONCEIÇÃO, J. J. *Terceirização no Brasil. Do discurso da inovação à precarização do trabalho*. São Paulo: Annablume/ CUT, p.129-150, 2009.
- ARCANJO, M. A. S.; OLIVEIRA, A. L. M. A criação da secretaria nacional de economia solidária: avanços e retrocessos. *Perseu: História, Memória e Política*, n.13, ano 11, p.231-249, 2017.
- ASPERS, P. Using design for upgrading in the fashion industry. *Journal of Economic Geography*, Oxford, v.10, n.2 p.189-207, 2009.
- ASSUMPÇÃO, L.; DANTAS, D. Obsolescência programada, consumismo e função social do design. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 12, Belo Horizonte, 2016. *Anais...*Belo Horizonte: Universidade do Estado de Minas Gerais, 2016.
- AVELAR, S. *Moda, Globalização e Novas Tecnologias*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.
- BANNON, L.J.; EHN, P. Design Matters in Participatory Design. In: SIMONSEN, J.; ROBERTSON, T. *Routledge International Handbook of Participatory Design*. Londres: Routledge, p.37-63, 2012.

BARBOSA, L.L. *Design sem fronteiras: a relação entre o nomadismo e a sustentabilidade*. 2008. 386f. Tese (Programa de Pós-Graduação em Design e Arquitetura) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo.

BARNES, L.; LEA-GREENWOOD, G. Fast fashion in the retail store environment. *International Journal of Retail & Distribution Management*, v.38, n.10, p.760-772, 2010.

BEPA. *Empowering people, driving change Social Innovation in the European Union*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011.

BERTUCCI, J. O. *A produção de sentido e a construção social de economia solidária*. 2010. 255 f. Tese (Programa de Pós-Graduação em Sociologia) – Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, Brasília.

BJÖRGVINSSON, E.; EHN, P.; HILLGREN, P-A. Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges. *Design Issues*, v.28, n.3, p.101-116, 2012.

BOMFIM, G.A. *Metodologia para desenvolvimento de projetos*. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1995.

BONI, C.R.; SILVA, K.; SILVA, J.C.P. (IN)DEFINIÇÃO DO DESIGN: Os Limites do Design e a Relação com a Arte e a Indústria. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 11, 2014. *Anais...* Gramado: Blucher, 2014, p.1-11.

BONI, V.; QUARESMA, J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, v.2, n.1(3), p.68-80, 2005.

BONOTTO, E. *et al.* A sustentabilidade como um wicked problem. *Brazilian Journal of Development*, v.4, n.6, p.3335-3351, 2018.

BONSIEPE, G. *Design, Cultura e Sociedade*. São Paulo: Blucher, 2011.

BRASIL. *Lei nº 5.764, de 15 de dezembro de 1971*. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Brasília, DF, [1971]. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5764.htm)>. Acesso em: 5 de Abr. 2018.

BRASIL. *Lei nº 2.690, de 19 de julho de 2012*. Dispõe sobre a organização e o funcionamento das Cooperativas de Trabalho; institui o Programa Nacional de Fomento às Cooperativas de Trabalho – PRONACOOOP [...]. Brasília, DF, [2012]. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/l12690.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12690.htm)>. Acesso em: 18 de abr. 2018.

BRASIL. *Projeto de Lei da Câmara nº 137/2017*. Dispõe sobre a Política Nacional de Economia Solidária e os empreendimentos econômicos solidários, cria o Sistema Nacional de Economia Solidária e dá outras providências. Brasília, DF, [2017].

Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/131528>>. Acesso em: 16 de mar. 2018.

BRASIL. *Lei nº 13.844, de 2019*. Estabelece a organização básica dos órgãos da Presidência da República e dos Ministérios. Brasília, DF, [2019]. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2019/lei/L13844.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13844.htm)>. Acesso em: 19 de jan. 2019.

BRASIL. *Projeto de Lei 7009/2006*. Dispõe sobre a organização e o funcionamento das cooperativas de trabalho, institui o Programa Nacional de Fomento às Cooperativas de Trabalho - PRONACOOOP e dá outras providências. Brasília, DF, [2009] Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=323935>> Acesso em: 22 de jan. 2019.

BROPHY, D. R. Comparing the attributes, activities, and performance of divergent, convergent, and combination thinkers. *Creativity Research Journal*, v.13(3-4), p.439-455, 2001.

BROWN, T. Design Thinking. *Harvard Business Review*, Junho, 2008.

BROWN, T. *Design Thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias*. São Paulo: Elsevier Editora, 2010.

BROWN, T; WYATT, J. Design Thinking for Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, Winter, p.30-35, 2010.

BRUNDTLAND, G. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Organização das Nações Unidas, 1987.

BUCHANAN, R. Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, v.8, n2, p.5-21, 1992.

BÜRDEK, B. E. *Design: história, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Blucher, 2010.

CAMILLO, M.G.D. Pesquisa-ação como resposta metodológica aos desafios de design social. In: OLIVEIRA, V.C.V (Org.). *A Evolução do Design Gráfico 2*. Ponta Grossa: Atena Editora, 2019.

CARDOSO, R. *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CARDUME DE MÃES. 20 de Abr. 2020. Instagram: @cardumedemaes. Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/B\\_Nx0UxJmBZ/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/B_Nx0UxJmBZ/?utm_source=ig_web_copy_link)> Acesso em: 26 de Dez. 2021.

CARDUME DE MÃES. Introdução. Jan. 2012. Disponível em: <<http://grupocardumedemaes.blogspot.com/>>. Acesso em: 18 de Ago. 2021.

- CESCHIN, F.; GAZIULUSOY, I. Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations and transitions. *Design Studies*, v.47, p.118-163, 2016.
- CHEN, D.S.; Cheng, L. L.; Hummels, C. C. M.; & Koskinen, I. Social design: an introduction. *International Journal of Design*, v.10, n.1, p.1-5, 2016.
- CHOU, D. C. Applying design thinking method to social entrepreneurship project. *Computer Standards & Interfaces*, v.55, p. 73–79, 2018.
- CIPOLLA, C.; MOURA, H. Social Innovation in Brazil Through Design Strategy. *Design Management Journal*, v.6, n.1, p.40-51, 2012.
- CNES. *1º Plano Nacional de Economia Solidária*. Brasília: Conselho Nacional de Economia Solidária, 2015.
- COELHO, L. A. L. *Conceitos-chave em design*. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2008.
- CORRÊA, L. O. R. Economia Popular, Solidária e Autogestão: o papel da educação de adultos neste novo cenário (tendo como perspectiva a atuação da UFRGS). In: GAIGER, L. I. (Org.). *Economia Solidária Volume 1*, 2001.
- COUTINHO, M.; KAULING, G.B. Fast fashion e slow fashion: o paradox e a transição. *Memorare*, v.7, n.3, p.83-99, 2020.
- CROSS, N. *Designerly Ways of Knowing*. Londres: Springer, 2006.
- DASH, A. Toward an epistemological foundation for social and solidarity economy. *UNRISD Occasional Paper: Potential and Limits of Social and Solidarity Economy*. United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD), Geneva, 2014.
- DESIGN COUNCIL. *What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond*. 2019. Disponível em: < <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>>. Acesso em: 03 de fevereiro de 2020.
- DEYOUNG, C.G.; FLANDERS, J.L.; PETERSON, J.B. Cognitive abilities involved in insight problem solving: An individual differences model. *Creativity Research Journal*, n.20, v.3, p.278-290, 2008.
- DIEESE. O que é a Economia Solidária? In: *Observatório Nacional da Economia Solidária e do Cooperativismo*. Disponível em: <<https://ecosol.dieese.org.br/o-que-e-a-economia-solidaria.php>>. Acesso em: 22 de julho de 2021.
- DORST, K.; CROSS, N. Creativity in the design process: co-evolution of problem-solution. *Design Studies*, v.22, n.5, p.425-437, 2001.
- ENGEL, G.I. Pesquisa-ação. *Educar*, n.16, p.181-191, 2000.

FACCA, C.A. O novo produto, resultado da multiplicação dos saberes do design. *DAT Journal*, v.5, n.4, p.41-57, 2020.

FERREIRA, A.S. *et al.* Pesquisa-ação: relações com o design. *DATJournal*, v.5, n.1, p. 170-189, 2020.

FLETCHER, K. Slow Fashion: an invitation for systems change. *Fashion Practice*, v.2, n.2, pp.259–266, 2010.

FONTANA, I. M.; HEEMANN, A.; FERREIRA, M. G. G. Fatores críticos de sucesso para a colaboração no design de sistemas produto-serviço. *Design e Tecnologia*, v.2, n.4, p.53-60, 2012.

FRAGA, P.G.R. *et al.* Pesquisa-Ação na pesquisa em design: uma análise das publicações da Design Studies de 1986 a 2017. In: VAN DER LINDEN, J. *et al.* (Orgs.). *Design em Pesquisa – Vol. II*. Porto Alegre: Marcavisual, p.523-540, 2018.

FRANÇA, G. C. Terceiro Setor, Economia Social, Economia Solidária e Economia Popular: traçando fronteiras conceituais. *Revista Bahia Análises & Dados*, Salvador, v.12, n.1, p.9-19, 2002.

FRANÇA, G. C.; CUNHA, E. V. Incubação de Redes de Economia Solidária. In: In: CATTANI *et al.* *Dicionário Internacional da Outra Economia*. São Paulo: Almedina, p.224-230, 2009.

FUJITA, R. M. L. *Economia solidária na indústria têxtil e de confecção*: influência dos atributos relativos ao mito fundador na moda brasileira. 2017. 168 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo.

FUJITA, R.M.L.; BARBOSA, L.L. Aspectos do Design abordados em Empreendimentos Sociais e Solidários: uma revisão sistemática. *Estudos em Design*, v.28, n.1, 2020.

FURNHAM, A. The Brainstorming Myth. *Business Strategy Review*, v.11, n.4, p.21-28, 2000.

GAIGER, L.I. Empreendimento econômico solidário. In: CATTANI *et al.* *Dicionário Internacional da Outra Economia*. São Paulo: Almedina, p.181-187, 2009.

GAIGER, L. I. *et al.* (Coord). *A Economia Solidária no Brasil*: uma análise de dados nacionais. Editora Oikos, São Leopoldo, 2014.

GAIGER, L. I. G. A economia solidária diante do modo de produção capitalista. *CADERNO CRH*, Salvador, n. 39, p. 181-211, 2003.

GAIGER, L. I. G. O mapeamento nacional e o conhecimento da economia solidária. *Revista da Associação Brasileira de Estudos em Trabalho*, v.12, n.1, p.7-24, 2013.

GIL, A.C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GILSON, L. L.; SHALLEY, C. E. A Little Creativity Goes a Long Way: An Examination of Teams' Engagement in Creative Processes. *Journal of Management*, v.30, n.4, p.453–470, 2004.

GODART, F. *Sociologia da Moda*. São Paulo: Senac, 2010.

GODIN, B. Social Innovation: Utopias of Innovation from c.1830 to the Present. Project on the intellectual History of innovation, Working Paper n.11, 2012.

GOTHELF, J. Using Proto-Personas for Executive Alignment. *UX Magazine*, 2012. Disponível em: <<https://uxmag.com/articles/using-proto-personas-for-executive-alignment>>. Acesso em 26 de abr. 2022.

HASSI, L.; LAAKSO, M. Design thinking in the management discourse: defining the elements of the concept. In: international product development management conference, Innovate Through Design, 2011, Delft. *Anais...Delft*: Aalto University, 2011.

IDEO. *HCD: Human Centered Design – Kit de Ferramentas*. 2. ed. São Paulo: IDEO, 2011.

IDEO. *Human centered design: kit de ferramentas*. Ideo, 2009. Disponível em: <<https://www.ideo.com/post/design-kit>>. Acesso em: 6 de abril, 2019.

INSTITUTE OF DESIGN AT STANFORD. *An Introduction to Design Thinking process guide*. Stanford: Hasso Plattner Institute of Design, 2010.

JAIN, P.; DJAMASBI, S.; WYATT, J. Creating value with proto-research persona development. In: NAH, F.F.H.; SIAU, K. (Eds.). *HCI in business, government and organizations: information systems and analytics*. Cham: Springer, 2019, p.72-82.

JESUS, P.; TIRIBA, L. Cooperação. In: CATTANI *et al.* *Dicionário Internacional da Outra Economia*. São Paulo: Almedina, p.80-85, 2009.

JOERGENS, C. Ethical fashion: myth or future trend? *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, v.10, n.3, p.360-371, 2006.

KIMBELL, L. Rethinking Design Thinking: Part I. *Design and Culture*, v.3, n.3, p.285-306, 2015.

KLEINSMANN, M. S. *Understating collaborative design*. 2006. 309f. Tese, Delft University of Technology, Delft.

KOZLOWSKI, A. *Corporate social responsibility in the apparel industry: a multiple case study analysis*. 2012. 104 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Aplicadas) – Ryerson University, Toronto.

LAUBHEIMER, P. 3 Persona Types: Lightweight, Qualitative, and Statistical. Nielsen Norman Group, 2020. Disponível em < <https://www.nngroup.com/articles/persona-types/>>. Acesso em 26 de abr. 2022.



LAVILLE, J. L. Solidariedade. In: CATTANI, A. D. *et al. Dicionário internacional da outra economia*. São Paulo: Almedina, p.310-314, 2009.

LAVILLE, J. L.; GAIGER, L. I. Economia Solidária. In: CATTANI *et al. Dicionário Internacional da Outra Economia*. São Paulo: Almedina, p.162-168, 2009.

LAWSON, B.; DORST, K. *Design Expertise*. New York: Architectural Press, 2009

LECHAT, N. M. P. Economia social, economia solidária, terceiro setor: do que se trata? *Civitas – Revista de Ciências Sociais*, v.2, n.1, p.122-140, 2002.

LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOURENÇO, A.; LOLE, A.; STAMPA, I. Múltiplas dimensões do trabalho precário na indústria da moda. In: Encontro Nacional de Política Social, 14., 2019, Vitória. *Anais...Vitória*, 2019.

LUBART, T. *Psicologia da Criatividade*. Porto Alegre: Artmed, 2007.

MANZINI, E. Context-based wellbeing and the concept of regenerative solution A conceptual framework for scenario building and sustainable solutions development. *The Journal of Sustainable Product Design*, v.2, n.3, p.141-148, 2002.

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

MANZINI, E. Making things happen: Social innovation and design. *Design Issues*, v.30, n.1, p.57-66, 2014a.

MANZINI, E. *Design for social innovation vs. social design*. Desis Network, 2014b. Disponível em: < <https://www.desisnetwork.org/2014/07/25/design-for-social-innovation-vs-social-design/>>. Acesso em 05 de agosto, 2019.

MANZINI, E. *Design: quando todos fazem design*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017.

MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. A “Social Model” of Design: Issues of Practice and Research. *Design Issues*, v.18, n.4, p.24-30, 2002.

MELLES, G.; VERE, I.; MISIC, V. Socially responsible design: thinking beyond the triple bottom line to socially responsive and sustainable product design. *CoDesign*, v.7, n.3-4, p.143-154, 2011.

MERONI, A.; SELLONI, D., ROSSI, M. *Massive codesign: a proposal for a collaborative design framework*. Milão: Franco Angeli s.r.l., 2018.

MORIN, A. *Pesquisa-ação integral e sistêmica: uma antropopedagogia renovada*. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

MOULAERT, F. et al. *Social Innovation as a Trigger for Transformations: the role of research*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2017.

MOULAERT, F. et al. Towards Alternative Model(s) of Local Innovation. *Urban Studies*, v.42, n.11, p.1969-1990, 2005.

MOULAERT, F.; AILENEI, O. Social Economy, Third Sector and Solidarity Relations: A Conceptual Synthesis from History to Present. *Urban Studies*, v.42, n.11, p.2037-2053, 2005.

MOURA, M. Interdisciplinaridades no Design Contemporâneo. In: MENEZES, M.; PASCHOARELLI, L.C. *Metodologias do Design: Inter-Relações*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011, v.1, pp. 274-290.

MOURA, M. Relações entre Moda e Design. In: Congresso Internacional de Moda e Design, 1, 2012. *Anais...Guimarães*, 2012.

MOURA, M.; CASTILHO, K. Moda e design: linguagens contemporâneas na construção teórica e crítica. *Contemporânea*, e.22, v.11, n.2, 2013.

MULGAN, G., et al. *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*. Londres: The Young Foundation, 2007.

MUNARI, B. *Das coisas nascem coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. *The open book of social innovation*. Londres: The Young Foundation, 2010.

NIINIMÄKI, K. Eco-clothing, consumer identity and Ideology. *Sustainable Development*, Sidney, v. 18, n. 3, p.150-162, 2010.

NESSLER, D. How to apply a design thinking, HCD, UX or any creative process from scratch — Revised & New Version, 2018. Disponível em: <<https://uxdesign.cc/how-to-solve-problems-applying-a-uxdesign-designthinking-hcd-or-any-design-process-from-scratch-v2-aa16e2dd550b>>. Acesso em: 23 de Jun. de 2019.

NOGUEIRA, V.M.R. Bem-Estar, Bem-Estar Social ou Qualidade de Vida: a reconstrução de um conceito. *Semina: Ciências Humanas e Sociais*, Londrina, v. 23, p.107-122, 2002.

OLIVEIRA, R.C.M. (ENTRE)LINHAS DE UMA PESQUISA: o Diário de Campo como dispositivo de (in)formação na/da abordagem (Auto)biográfica. *Revista Brasileira de Educação de Jovens e Adultos*, v.2, n.4, p.69-87, 2014.

OLIVEIRA, A. L. *Fashionismo às avessas: expressão da precarização do trabalho nos bastidores da moda*. 2018. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) – Departamento de Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

ONU MEIO AMBIENTE. *Global Environment Outlook – GEO-6: Healthy Planet, Healthy People*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

OSBORN, A.F. *Applied imagination: principles and procedures of creative thinking*. Nova lork: Charles Scribner's sons, 1953.

PAES, L.; ANASTASSAKIS, Z. Reflexões sobre processos colaborativos de design. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 12, Belo Horizonte, 2016. *Anais...* Belo Horizonte: Blucher, 2016.

PAIXÃO, M.C.T.L.M; KANAMARU, A.T. Economia solidária como modelo alternativo de produção na área têxtil e de moda. *DAPesquisa*, v.15, p.1-16, 2020.

PAPANEK, V. *Arquitetura e design, ecologia e ética*. Lisboa: Edições 70, 1995.

PAPANEK, Victor. *Design for the real world: human ecology and social change*. New York: Pantheon Book, 1971.

PAULUS, P.B. Groups, teams, and creativity: The creative potential of idea-generating groups. *Applied Psychology: An International Review*, v.49, n.2, p.237-262, 2000.

PAULUS, P.B; ZEE, K.I.V.; Diversity and Group Creativity. In: KENWORTHY, J.B. PAULUS, P.B.; NIJSTAD, B.A. *The Oxford Handbook of Group Creativity and Innovation*. Nova York: Oxford University Press, 2019.

PIIRAINEN, K.; KOLFSCHOTEN, G.; LUKOSCH, S. Unraveling Challenges in Collaborative Design: A Literature Study. In: International conference on groupware: design, implementation and use, 15, 2009. *Anais...*Douro: Peso da Régua, 2009.

PIRINEN, A. The Barriers and Enablers of Co-design for Services. *International Journal of Design*, v.10, n.3, p.27-42, 2016.

POCHMANN, N. Economia solidária no Brasil: possibilidades e limites. *Mercado de Trabalho*, n.24, p.23-34, 2004.

PROJETO ARRASTÃO. Catálogo de produtos. [São Paulo: Núcleo de Moda e Design, s.d.]. Acesso em: 25 de Ago. 2021.

PRUITT, J.; ADLIN, T. *The persona lifecycle: Keeping people in mind throughout product design*. San Francisco: Morgan Kaufmann, 2006.

QUINTÃO, F.S.; TRISKA, R.; PERASSI, R. Design como processo complexo: uma reflexão sobre potenciais relações entre acaso, Design e funções dos produtos. *DAPesquisa*, Florianópolis, v.7, n.9, p.429-443, 2018.

RAZETO, L. M. *Economia de Solidaridad y Mercado democrático*. Santiago: Programa de Economia Del Trabajo, 1985.

RECH, S. R. Estrutura da cadeia produtiva da moda. *Modapalavra*, Florianópolis, v. 1, n.1, p. 7-20, jan./jul. 2008.

RITTEL, H.W.J; WEBBER, M.M. Dilemmas in a General Theory of Planning. *Policy Sciences*, n.4, p.155-169, 1973.

RÜEDE, D.; LURTZ, K. Mapping the Various Meanings of Social Innovation: Towards a Differentiated Understanding of an Emerging Concept. *EBS Business School Research Paper*, n.12-03, 2012.

RUNCO, M.A. Reasoning and Personal Creativity. In: KAUFMAN, J.C.; BAER, J (Ed). *Creativity and reason in cognitive development*. Cambridge University Press, 2006. p.99-116.

SANDERS, E. B.-N.; BRAND, E.; BINDER, T. A framework for organizing the tools and techniques of participatory design. In: Biennial Participatory Design Conference, 11., 2010, Nova Iorque. *Anais...*Nova Iorque: ACM, 2010, p.195-198.

SANDERS, E. B.-N.; STAPPERS, P. J. Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, v. 4, n. 1, 2008.

SANTOS, I.C. *Conexões entre design, economia solidária e tecnologia social na perspectiva do campo*. 2017. 172f. Dissertação (Programa de PósGraduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade) – Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.

SÃO PAULO. *Lei nº 17.587, de 16 de julho de 2021*. Cria a Lei Paul Singer - Marco Regulatório Municipal da Economia Solidária, bem como a Política, o Sistema e o Conselho Municipal de Economia Solidária. São Paulo, SP [2021]. Disponível em: < <https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/lei-17587-de-26-de-julho-de-2021>>. Acesso em: 11 de mai. 2022.

SAPPER, S. Criação versus Velocidade: a desvalorização do processo criativo no modelo mercadológico fast fashion. *ModaPalavra*, v.9, n.6, p.33-51, 2012.

SAWYER, R. K. *Explaining creativity: the science of human innovation*. 2. ed. New York: Oxford University Press, 2012.

SECRETARIA DE TRABALHO. *Economia Solidária*. Ministério da Economia, 2015. Disponível em: < <http://trabalho.gov.br/trabalhador-economia-solidaria>>. Acesso em: 18 de novembro, 2019.

SEGATTO, N. (coord.). *Conexão solidária: diagnóstico de empreendimentos solidários*. São Paulo: Limiar, 2011.

SELLONI, D.; CORUBOLO, M. Design for social enterprises. Co-designing an organizational and cultural change. *The Design Journal*, v.20, n.1, p.3005-3019, 2017a.

SELLONI, D.; CORUBOLO, M. Design for social enterprises: How Design Thinking Can Support Social Innovation within Social Enterprises. *The Design Journal*, v.20, n.6, p.775-794, 2017b.

SHALLEY, C. E.; ZHOU, J.; OLDMAN, G. R. The Effects of Personal and Contextual Characteristics on Creativity: Where Should We Go from Here? *Journal of Management*, v.30, n.6, p. 933–958, 2004.

SIES. *Atlas digital da Economia Solidária*. 2014. Disponível em: <<http://sies.ecosol.org.br/atlas>>. Acesso em: 18 de dez. 2018.

SILVA, J.C.R.P. *et al.* Um estudo sobre o desenho aplicado ao design. *Revista Convergências*, v.6, p.88, 2010.

SILVA, S. P. Crise de paradigma? A política nacional de economia solidária no PPA 2016-2019. *Mercado de Trabalho*, n.64, p.163-172, 2018.

SINGER, P. Economia solidária. *Estudos Avançados*, v.22, n.62, p.289-314, 2008.

SINGER, P. *Introdução à economia solidária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1ª ed, 2002.

SINGER, P. *A economia solidária no governo federal*. IPEA, 2004.

SIQUEIRA, J. F.; MENEZES, D. F. N. O Pacto Federativo e a Economia Social e Solidária no Brasil. *Revista de Direito da Administração Pública*, v. 1, p. 240-257, 2018.

SOUZA, P. F. A.; FACTUM, A. B. S. O papel do design na promoção do Comércio Justo e Solidário. *Cultura Visual*, n. 12, p. 125-136, 2009.

SOUZA, W. J.; OLIVEIRA, M. D. Fundamentos da gestão social na revolução industrial: leitura e crítica aos ideais de Robert Owen. *Organizações & Sociedade*, v.13, n. 39, p. 59-76, 2006.

STAHN, M.O.D. *A pesquisa-ação e o design participativo: sensibilidade e empatia para abordagem de grupos sociais*. 2012. 99 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Design) – Universidade da Região de Joinville- UNIVILLE, Joinville.

STEEN, M. Virtues in Participatory Design: Cooperation, Curiosity, Creativity, Empowerment and Reflexivity. *Science and Engineering Ethics*, v.19, n.3, 2013.

STEEN, M.; MANSCHOT, M.; KONING, N. Benefits of Co-design in Service Design Projects. *International Journal of Design*, v.5, n.2, p. 53-60, 2011.

STERNBERG, R. J.; LUBART, T. I. The Concept of Creativity: prospects and paradigms. In: STERNBERG, R. J. (ORG). *Handbook of Creativity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

SUZUKI, N. *Trabalho escravo nas oficinas de costura*. São Paulo: *Repórter Brasil*, 2016. 6 p. Disponível em: <[reporterbrasil.org.br/wp-content/uploads/2016/06/Fasc%C3%ADculo-Confec%C3%A7%C3%A3o-Textil\\_Final\\_Web\\_21.01.16.pdf](http://reporterbrasil.org.br/wp-content/uploads/2016/06/Fasc%C3%ADculo-Confec%C3%A7%C3%A3o-Textil_Final_Web_21.01.16.pdf)> Acesso em: 18 de julho de 2017

SVENDSEN, L. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TAI, H.-A. *Design: conceitos e métodos*. São Paulo: Blucher, 2017.

TAURA, T.; NAGAI, Y. *Concept Generation for Design Creativity: a systematized theory and methodology*. Londres: Springer, 2013.

TEIXEIRA, M.G. *O método da pesquisa-ação adaptada aplicado à articulação entre o artesanato tradicional e o mercado urbano: uma contribuição para o design*. 2012. 238f. Tese (Programa de Pós-graduação em Engenharia Industrial) – Escola Politécnica da Universidade Federal da Bahia, Salvador.

THIOLLENT, M. *Metodologia da Pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez, 1986.

TRIPP, D. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. *Educação e Pesquisa*, v.31, n.3, p.443-466, 2005.

TSCHIMMEL, K. C. *Sapiens e Demens no pensamento criativo do design*. 2010. Tese (Doutorado em Design) – Departamento de Design e Arte da Universidade de Aveiro, Aveiro.

TURKER, D.; ALTUNTAS, C. Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: An analysis of corporate reports. *European Management Journal*, v.32, p.837-849, 2014.

UNECE. *Fashion and the SDGs: what role for the UN?* Disponível em: <[https://www.unece.org/fileadmin/DAM/RCM\\_Website/RFSD\\_2018\\_Side\\_event\\_sustainable\\_fashion.pdf](https://www.unece.org/fileadmin/DAM/RCM_Website/RFSD_2018_Side_event_sustainable_fashion.pdf)>. Acesso em: 22 de jan. 2022.

VEIGA, I.; ALMENDRA, R. Social Design Principles and Practices. In: Design's Big Debates - DRS International Conference, 2014. *Anais...* Umeå: DRS Digital Library 2014.

VENDRAMINI, L.C.; HEEMANN, A. Design colaborativo: categorias de colaboração e implicações na comunicação. In: GAMPI Plural, 5, 2015. *Anais...*Joinville: Blucher, 2015. p.189-198.

WANG, X; KIM, T.; LEE, D. Cognitive diversity and team creativity: Effects of team intrinsic motivation and transformational leadership. *Journal of Business Research*, n.69, p.3231–3239, 2016.

WDO. *Definition of Industrial Design*. Disponível em: <<https://wdo.org/about/definition/>>. Acesso em 5 de Ago. 2020.

WEBER, A.V.P.M.P. *Modelo de Ensino de métodos de Design de produtos*. 2010. 419f. Tese (Programa de Pós-Graduação em Design) – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

WOODMAN, R. W.; SAWYER, J. E.; GRIFFIN, R. W. Toward a theory of Organizational creativity. *Academy of Management Review*, v.18, n.2, p.293-321, 1993.

YESILBAS, L. G.; LOMBARD, M. Towards a knowledge repository for collaborative design process: focus on conflict management. *Computers in Industry*, v.55, p.335-350, 2004.

YONEMOTO, L. *Secretaria Municipal da Saúde regulamenta os Centros de Convivência e Cooperativa*. Disponível em: <<https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/saude/noticias/?p=266318>> Acesso em: 23 de Nov. 2019.

ZAAR, M. H. Dos socialismos utópico e revolucionário à economia solidária. *Mercator*, v.12, n. 2, p.153-167, 2013.

ZHANG, A. Y.; SUI, A. S; WANG, D. X. Leadership behaviors and group creativity in Chinese organizations: The role of group processes. *The Leadership Quarterly*, v.22, p.851–862, 2011.

## APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS: ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS DA PESQUISA EXPLORATÓRIA

<b>ROTEIRO PARA ENTREVISTA DA ETAPA DE PESQUISA EXPLORATÓRIA</b>	
<b>Categorias</b>	<b>Perguntas</b>
Histórico e características gerais do grupo	1. Há quanto tempo existe o empreendimento?
	2. Como o empreendimento foi iniciado (histórico) e por quê?
	3. Quantas pessoas trabalham atualmente no empreendimento? Qual é o cargo delas?
	4. Qual é o nível de escolaridade dos trabalhadores?
	5. Qual é o rendimento médio mensal dos associados?
Gestão	6. Como são tomadas as decisões da empresa?
	7. Qual é a periodicidade das assembleias?
	8. O empreendimento participa de fóruns municipais/regionais/estaduais de economia solidária? Possui vínculo com outras entidades?
Redes colaborativas	9. Qual foi a motivação para o cadastro no CADSOL?
	10. Vocês trabalham com outros empreendimentos de economia solidária, por exemplo, outras cooperativas ou grupos informais?
	11. Caso a pergunta 9 seja SIM, como funciona esta relação? E como estabeleceu-se o contato?
Produção e desenvolvimento de produto	12. O empreendimento trabalha com a terceirização da produção para outras empresas?
	13. Poderia descrever o processo de criação das peças produzidas?
	14. Os trabalhadores que atuam no processo criativo dos produtos possuem alguma formação em design (graduação, especialização ou cursos de capacitação)?
	15. Contratam trabalhadores externos ao empreendimento para atuar no processo criativo?
Comercialização e comunicação	16. Qual é a periodicidade das coleções produzidas no empreendimento?
	17. Onde são comercializadas as roupas produzidas pelo empreendimento?
	18. Participam de feiras de economia solidária? Ou outro tipo de feira?
Dores	19. Possuem website, redes sociais ou outros meios eletrônicos para interagir com o público consumidor do empreendimento?
	20. Quais são as principais dificuldades do empreendimento?



**APÊNDICE B – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS: ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS DA PESQUISA-AÇÃO**

<b>ROTEIRO PARA ENTREVISTA DA ETAPA DE PESQUISA-AÇÃO</b>	
<b>Categorias</b>	<b>Perguntas</b>
Histórico e motivações pessoais	Me conta um pouco da sua história/trajetória na sua profissão
	Como que você se envolveu nesse projeto?
	Qual foi a sua motivação pessoal para fazer parte do empreendimento?
	Você pode me contar como é o seu dia a dia de trabalho?
	Como isso se relaciona com a sua vida pessoal?
	O que você diria que você ganhou fazendo parte do Cardume de mães?
Percepção do trabalho e do grupo	Como você vê o grupo hoje?
	Quais são as suas expectativas para a sua evolução profissional?
	Como você avalia suas capacidades/habilidades dentro do empreendimento?
	O que você diria que são os seus pontos fortes dentro do grupo?
	O que é criatividade para você?
	Você se considera uma pessoa criativa?
Objetivos e dores	Como você vê o grupo em cinco anos?
	O que você acha que deve mudar/melhorar, ou o que você acha que vocês devem conseguir para atingir este objetivo?
	Na sua visão, quais são as maiores dificuldades que o grupo enfrenta hoje?
Expectativas	Como que vocês vendem os seus produtos hoje?
	Por que vocês querem ir para o varejo?
	Quais seriam as suas expectativas?
	Você já pensou em quais produtos, como seriam?
	Quem seriam os consumidores na sua opinião?
	Tendo uma produção própria no varejo, como você visualiza que seria a comercialização do produto? Onde?
	Que imagem você gostaria que a marca "Cardume de mães" passasse para o público?
	O que você acha que mudaria no seu dia a dia, tendo uma produção própria?

## APÊNDICE C – MODELO DO TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

**Projeto de pesquisa:** “Design e Economia solidária: a colaboração no desenvolvimento do processo criativo na moda”

**Responsável:** Renata Mayumi Lopes Fujita (Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo - FAU/USP) – mayumi\_lf@hotmail.com; (11) 9 8415-2363.

Estamos realizando pesquisa com \_\_\_\_\_ no (local ou ambiente do participante) \_\_\_\_\_, sobre o processo produtivo de empreendimentos econômicos solidários do setor de confecção e sua participação é necessária ao desenvolvimento metodológico proposto.

Contextualizamos o design como uma área com capacidade de propor novas alternativas ao sistema da moda cujas questões éticas e ambientais afetam profundamente nossa sociedade. Nesse sistema, identificamos os empreendimentos da economia solidária como uma alternativa econômica e cultural devido a seus valores propostos e consideramos fundamental o estudo do design neste âmbito, com o intuito de desenvolver tanto a prática da economia solidária, quanto as técnicas do design colaborativo como uma alternativa sustentável para cadeia produtiva da moda. Entretanto, é preciso efetuar uma análise sobre o processo de design adotado por tais empreendimentos.

A coleta de dados está dividida em duas etapas de pesquisa, com seu detalhamento descrito abaixo, sendo de responsabilidade da pesquisadora identificar no presente termo a etapa aplicada nesta ocasião e comunica-la claramente ao participante:

#### ( ) Etapa 1

Objetivo: Realizar diagnóstico de empreendimentos econômicos solidários a partir da observação participativa.

Descrição da coleta de dados:

- Visitação ao local de produção do empreendimento para coleta de dados sobre a infraestrutura disponível;
- Realização de entrevistas semiestruturadas com os sócios do empreendimento econômico solidário que atuam no processo produtivo;

## ( ) Etapa 2

Objetivo: Elaborar, aplicar e verificar o processo de design colaborativo a partir dos elementos de contrato, participa o, mudança, discurso e a o.

Descri o da coleta de dados:

- Pesquisa-a o da pesquisadora no empreendimento efetuada em três encontros;
- Identifica o das necessidades específicas do empreendimento por meio na observa o e análise do discurso dos participantes;
- Elabora o colaborativa do novo processo de design para o empreendimento;
- Aplica o e verifica o da viabilidade do processo de design desenvolvido;

Esta pesquisa apresenta riscos mínimos aos participantes, sendo possível ocorrer a interferência na vida e rotina dos sujeitos e/ou desconforto ao responder perguntas das entrevistas. Portanto, esclarecemos que o sujeito tem o direito de recusar responder às questões apresentadas, assim como   desistência em qualquer momento da coleta de dados.

Esta pesquisa visa desenvolver métodos para o aprimoramento de processos de design em empreendimentos econômicos solidários atuantes no setor de confec o no Brasil, tendo como benefício, o fortalecimento e crescimento da economia solidária, sendo que pode não haver benefícios diretos ao participante.

Caso aceite participar deste projeto de pesquisa gostaríamos que soubesse que são realizadas as coletas de dados e seus resultados são utilizados para fins exclusivamente científicos tais como, relatórios de pesquisa, publica es científicas e trabalhos completos apresentados em eventos onde a identidade de participantes e institui o são preservadas e mantidas em sigilo.

Eu, \_\_\_\_\_  
portador do RG \_\_\_\_\_ autorizo a minha participa o na pesquisa intitulada "Design e Economia solidária: a colabora o no desenvolvimento do

processo criativo na moda” a ser realizada no  
(na)\_\_\_\_\_.

Declaro ter recebido as devidas explicações sobre a referida pesquisa e concordo que minha desistência poderá ocorrer em qualquer momento sem que haja quaisquer prejuízos físicos, mentais ou no acompanhamento deste serviço. Declaro ainda estar ciente de que a participação é voluntária e que fui devidamente esclarecido (a) quanto aos objetivos e procedimentos desta pesquisa. Declaro que o presente documento foi emitido em duas vias, sendo que uma delas ficará em minha posse.

Autorizo,

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(Nome do participante)

\_\_\_\_\_

(Assinatura do participante)

**Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos – CEP** da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da Universidade de São Paulo (USP).

**Localização:** Rua Arlindo Bettio, 1000, Prédio I1 | Sala T14. CEP: 03828-000, Vila Guaraciaba, São Paulo/SP

**Telefone:** (11) 3091-1046

**Email:** cep-each@usp.br

**Pesquisadora Doutoranda:** Renata Mayumi Lopes Fujita

**Email:** Mayumi\_lf@hotmail.com

**Telefone:** (11) 9 8415-2363

## APÊNDICE D – QUASTIONÁRIO PARA EXERCÍCIO DE PROTO-PERSONA

-Nome:

-Idade:

-Genero: Feminino ( ); Masculino ( ); Outro ( )

-Estado civil: Solteira ( ); Casada ( ); Divorciada ( ); Viúva ( )

-Onde mora:

-Ocupação:

-Renda mensal:

-Tem filhos? Se sim, quantos?

-Esta pessoa é extrovertida ou introvertida?

-O que essa pessoa gosta de fazer em seu tempo livre (atividades, interesses, hobbies, esportes)?

-Aonde ela vai para se divertir?

-O que ela mais valoriza em sua vida? Ex: família, amigos, carreira, estudos, saúde física, outros (pode ser mais de um).

-Como é a rotina desta pessoa? Quais são suas principais responsabilidades em seu dia a dia?

-Que tipo de transporte esta pessoa utiliza em seu dia a dia?

Ônibus ( ); Metrô ( ); Carro próprio ( ); Moto ( ); Taxi/Uber ( ); Bicicleta ( ); Patinete ( ); Anda a pé ( ); Outro (\_\_\_\_\_)

-Quando essa pessoa sai de casa, que itens/objetos ela sempre leva com ela? O que não pode faltar?

-Quais são as metas pessoais (sonhos, objetivos)?

-Assinale qual característica essa pessoa busca ao comprar bolsas e acessórios (pode ser mais de um):

Praticidade ( ); Conforto ( ); Qualidade ( ); Estilo ( ); Sustentabilidade ( )

-Assinale o estilo mais aproximado desta pessoa (pode ser mais de um):

Básico ( ); Clássico ( ); Romântico ( ); Moderno ( ); Sensual ( ); Criativo ( ); Esportivo ( );Outro (\_\_\_\_\_)

-Quais são as marcas favoritas de roupas e acessórios?

-Onde ela busca informações sobre tendências de moda?

-Onde essa pessoa faz compras de roupas, bolsas e acessórios?

## APÊNDICE E – CARTÕES PARA EXERCÍCIO DE CRIAÇÃO



**MODELOS CLÁSSICOS****MODELOS CLÁSSICOS****MODELOS CLÁSSICOS****TECIDO CRÚ**

Utilização de tecidos sem tingimento, que não passam por nenhum tipo de processo químico. Isto reduz a emissão de poluentes, o consumo de energia e o uso de água.

**UTILIZAÇÃO DE RETALHOS**

Reaproveitamento de pedaços de tecidos para evitar descarte.

Alguns exemplos:  
Patchwork  
Aplicações para detalhes

**TINGIMENTO NATURAL**

Utilização de corantes naturais (folhas, flores, frutos, cascas) reduz o impacto de químicos no processo de tingimento.

**MATERIAIS RECICLADOS**

Aviamentos, tecidos; não tecidos reciclados e/ou reaproveitados.

Alguns exemplos:  
Banner publicitário; lona de caminhão; materiais da indústria automobilística; tecido PET

**TECIDOS ORGÂNICOS**

Fibras naturais, produzidas sem uso de agrotóxicos ou pesticidas.

Alguns exemplos:  
Algodão orgânico; lã; seda; cânhamo, entre outros.

**AVIAMENTOS DECORATIVOS**

Aviamento utilizado com a finalidade de enfeitar a peça. Não apresenta características funcionais.

Alguns exemplos:  
Franjas, patches (aplicações bordadas), fivelas, botões, zíper, etc.

**PRODUTOS MULTIFUNCAIONAIS**

Produtos que oferecem alternativas de uso, o que pode aumentar a vida útil e evitar seu descarte.

**ZERO DESPERDÍCIO**

Modelagens desenvolvidas para minimizar ao máximo a geração de resíduos têxteis na etapa de corte.

**DESIGN PARA DESMONTAGEM**

Produtos que foram desenvolvidos pensando em seu descarte.

Alguns exemplos:  
Utilização de apenas um tipo de material facilita a reciclagem.  
Redução de aviamentos.

**HÁBITOS SUSTENTÁVEIS**

Produtos pensados para ajudar ou incentivar hábitos sustentáveis.

Alguns exemplos:  
Preferência por transporte coletivo ou alternativos.  
Sacola de compras reutilizável.  
Utilizar garrafa reutilizável.

## APÊNDICE F – CROQUIS QUE NÃO SELECIONADOS PARA A ETAPA DE CONFEÇÃO

*Dispositivo para punção*  
*Bolsa no suporte de*

**HÁBITOS SUSTENTÁVEIS**  
Produtos pensados para ajudar ou incentivar hábitos sustentáveis.  
Alguns exemplos:  
Preferência por transporte coletivo ou alternativos.  
Sacola de compras reutilizável.  
Utilizar garrafa reutilizável.

*Abas e 15 Aço*  
*Bolha dos 2 lados*  
*DENTRO do BOLSÃO e ZIPER ESTA*  
*T-MS Bolha e DIVISÓRIAS*

**UTILIZAÇÃO DE RETALHOS**  
Reaproveitamento de pedaços de tecidos para evitar descarte.  
Alguns exemplos:  
Patchwork  
Aplicações para detalhes

**MATERIAIS RECICLADOS**  
Aviamentos, tecidos; não tecidos reciclados e/ou reaproveitados.  
Alguns exemplos:  
Banner publicitário; lona de caminhão; materiais da indústria automobilística; tecido PET

*Pochete/unisex*  
*c/ ponta formatada*  
*Tecido Pólice vel*  
*alça Pochete*  
*Tecido unisex*

**UTILIZAÇÃO DE RETALHOS**  
Reaproveitamento de pedaços de tecidos para evitar descarte.  
Alguns exemplos:  
Patchwork  
Aplicações para detalhes

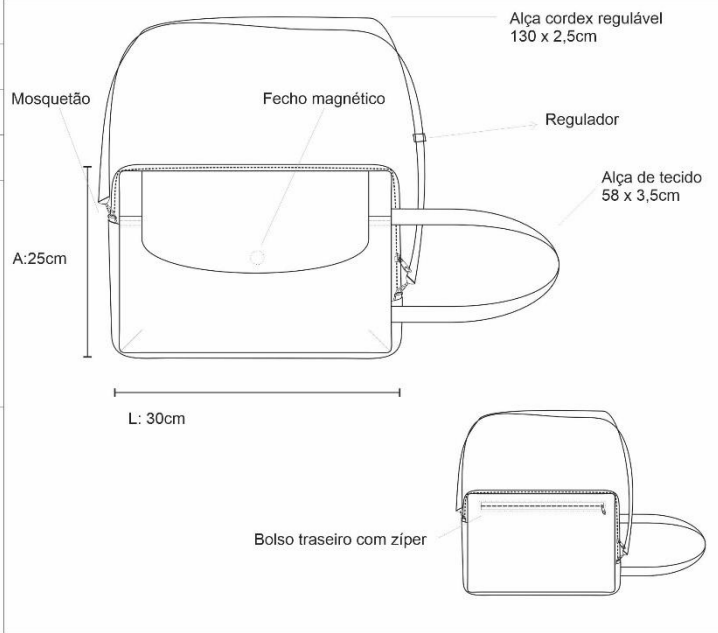

**MODELOS CLÁSSICOS**

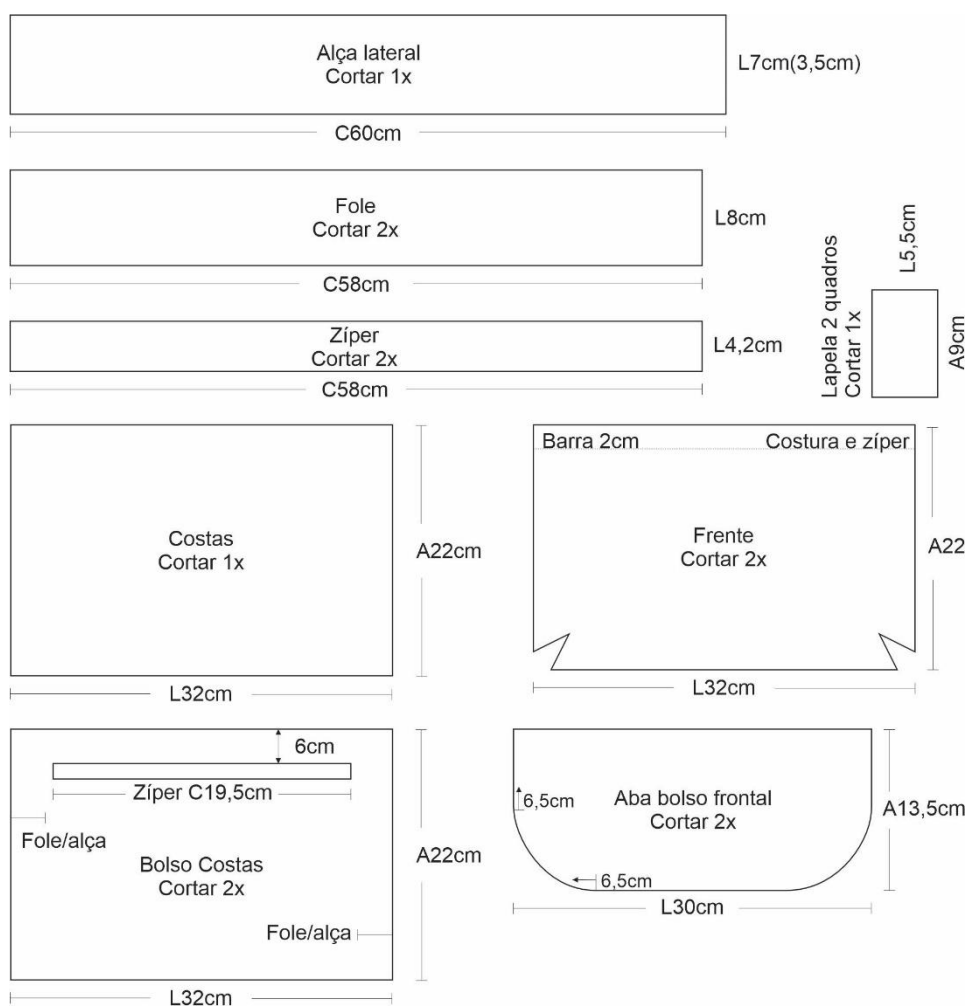
**HÁBITOS SUSTENTÁVEIS**  
Produtos pensados para ajudar ou incentivar hábitos sustentáveis.  
Alguns exemplos:  
Preferência por transporte coletivo ou alternativos.  
Sacola de compras reutilizável.  
Utilizar garrafa reutilizável.

**MATERIAIS RECICLADOS**  
Aviamentos, tecidos; não tecidos reciclados e/ou reaproveitados.  
Alguns exemplos:  
Banner publicitário; lona de caminhão; materiais da indústria automobilística; tecido PET

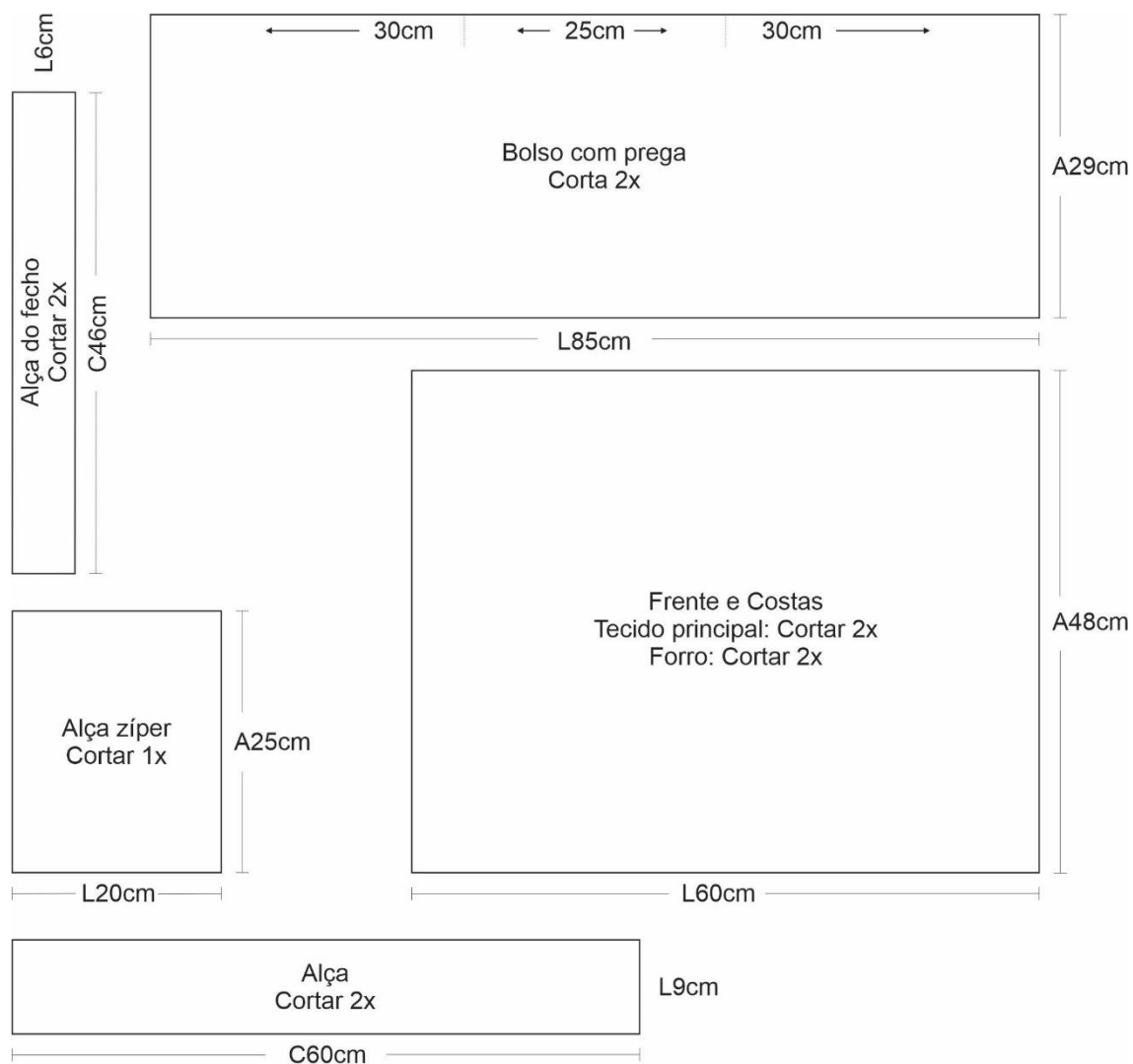


## APÊNDICE G – FICHAS TÉCNICAS DOS PRODUTOS DESENVOLVIDOS

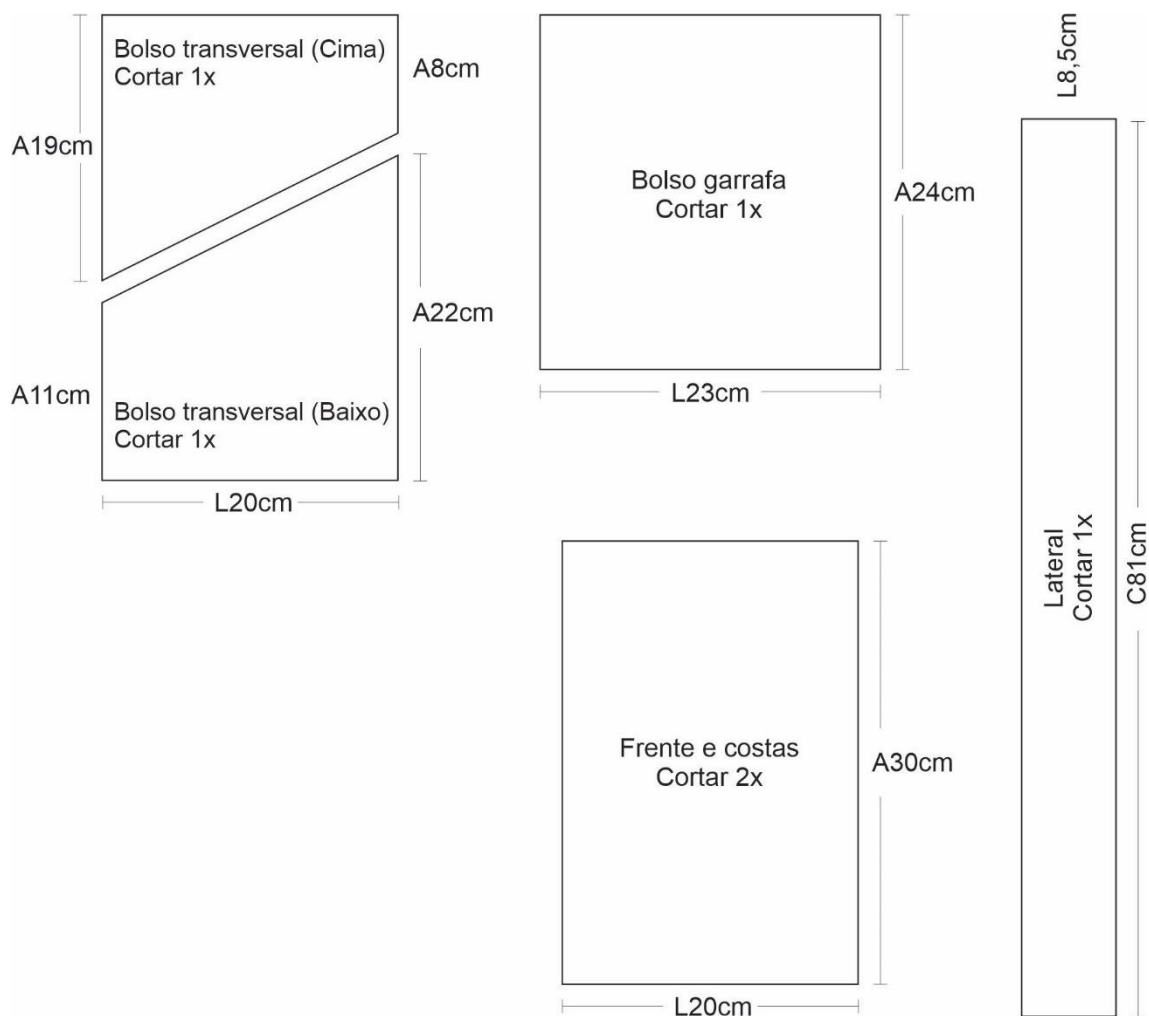
<b>FICHA TÉCNICA</b>	
DESIGNER: Rosinha	
MODELO: Necessaire de ombro	
TAM: U	
<b>TECIDOS</b> 	
<b>AVIAMENTOS</b> -Alça cordex -Quadro meia lua -Regulador -Mosquetão (2) -Zíper (2) -Cursor (2) -Fecho magnético	
<b>OBSERVAÇÕES:</b> Bolsa confeccionada com 3 retalhos diferentes. Sem bolsos internos.	



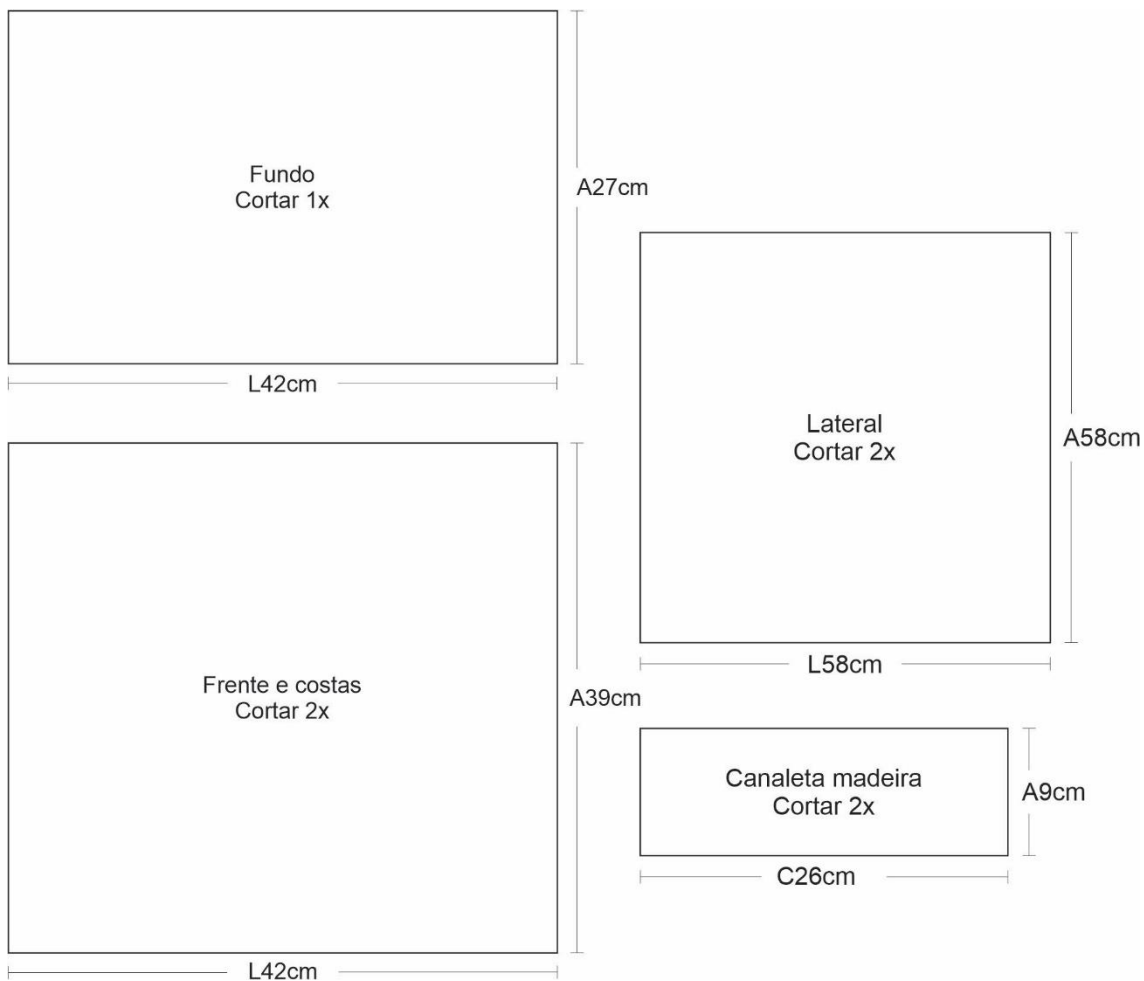
<b>FICHA TÉCNICA</b>	
DESIGNER: Eliane	
MODELO: Sacola bolso	
TAM: U	
TECIDOS	
AVIAMENTOS <ul style="list-style-type: none"> <li>-Zíper com cursor</li> <li>-Mosquetão</li> <li>-Fecho de fivela de engate rápido com regulagem</li> <li>-Viés</li> </ul>	
OBSERVAÇÕES: Bolsa para feira/mercado confeccionada com retalhos de dois tecidos. Bolso frontal com zíper e mosquetão para guardar chaves. Três bolsos traseiros e três bolsos internos iguais.	


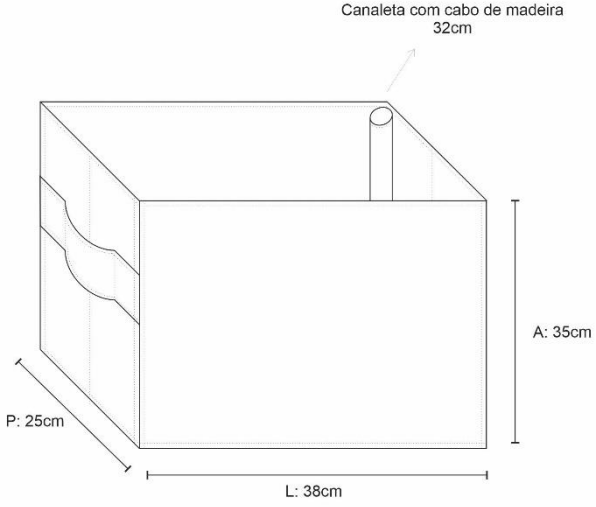


<b>FICHA TÉCNICA</b>	
DESIGNER: Francisca	
MODELO: Transversal	
TAM: U	
TECIDOS	
AVIAMENTOS <ul style="list-style-type: none"> <li>-Zíper e cursor</li> <li>-Quadro</li> <li>-Regulador</li> <li>Viés</li> <li>-Elástico</li> </ul>	
OBSERVAÇÕES: Bolsa confeccionada com retalhos de três tecidos. Alça transversal regulável e alça de mão. Bolso frontal transversal com fechamento em zíper. Bolso lateral externo com fechamento de elástico para acomodar diferentes tamanhos de garrafas/térmicas,	



<p><b>FICHA TÉCNICA</b></p>	
<p>DESIGNER: Herculânea</p>	
<p>MODELO: Sacola Cardume</p>	
<p>TAM: G</p>	
<p>TECIDOS</p>	
<p>AVIAMENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Vié</li> <li>-Cabos de madeira de banner (2)</li> </ul>	
<p>OBSERVAÇÕES: Sacola/Caixa confeccionada com retalho único. Tecido impermeável poliéster.</p>	



FICHA TÉCNICA	
DESIGNER: Herculânea	
MODELO: Caixa mercado Cardume	
TAM: G	
TECIDOS Banner reciclado	
AVIAMENTOS -Cabos de madeira de banner com 32cm de comprimento (4)	
OBSERVAÇÕES: Caixa de banner com duas alças laterais e quatro canaletas com cabo de madeira para estruturar..	

