

Cocriação de Estratégias do Design: Estudo de caso na aplicação de ferramentas utilizadas com o Clube de Mães de Curitiba/PR.

Co-creation of Design Strategies: A case study in the application of tools used with the Mothers' Club of Curitiba/PR.

BARBOSA, Ana Beatriz Avelino; Doutoranda; UFPR

anabeatrizavelinobarbosa@gmail.com

ZACAR, Claudia Regina Hasegawa; Doutora; UFPR

claudiazacar@ufpr.br

LEITE, Marta Karina; Doutora; UTFPR

martaleite@utfpr.edu.br

Resumo

Para gerar estratégias organizacionais, a cocriação pode estar aliada ao processo. Esta abordagem foi apresentada em uma dissertação de mestrado com o foco em trazer conceitos do Design Estratégico para o incentivo da autonomia produtiva do Clube de Mães, localizado em Curitiba-PR. O presente artigo tem como objetivo apresentar as ferramentas utilizadas e debater sobre como foram geradas as estratégias, considerando as especificidades do contexto do coletivo enfocado. Neste texto, apresentamos como estudo de caso a descrição dos processos executados para aplicação das ferramentas e uma análise interpretativa contraposta à análise dos resultados obtidos em campo. Como resultados tem-se a síntese de ferramentas utilizadas junto à comunidade, bem como o processo posterior para a geração das estratégias de design. Observa-se que esses resultados estratégicos servem como uma recomendação para o processo de organização, levando em consideração os aspectos de gênero e adaptabilidade ao contexto, bem como às práticas do coletivo.

Palavras-Chave: Autonomia Produtiva; Cocriação; Design Estratégico.

Abstract

To generate organizational strategies, co-creation can be allied to the process. This approach was presented in a master's dissertation focused on bringing Strategic Design concepts to encourage the productive autonomy of the Mothers' Club, located in Curitiba-PR. This article aims to present the tools used and discuss how the strategies were generated, considering the specificities of the collective's context. In this text, we present as a case study the description of the processes carried out to apply the tools and an interpretative analysis which is set against the analysis of the results obtained in the field. The results include a synthesis of the tools used with the community, as well as the next process for generating design strategies. These strategic results serve as a recommendation for the organization process, considering the aspects of gender and adaptability to the context, as well as the practices of the collective.

Keywords: Productive Autonomy; Co-creation; Strategic Design.

1 Introdução

O presente artigo, que tem como foco apresentar as ferramentas do Design aplicadas em cocriação e debater sobre como foram geradas as estratégias organizacionais de um coletivo de mulheres, considerando as especificidades do contexto enfocado, refere-se sobre uma pesquisa de mestrado que foi executada a partir de uma proposta de Pesquisa-ação junto ao Clube de Mães (Barbosa, 2024). O coletivo de mulheres Clube de Mães da Vila Torres, localizado em Curitiba-PR, - foi originado há mais de 20 anos, com o foco em auxiliar a jornada de mulheres em suas vidas profissionais e pessoais. Tem-se como principal objetivo do clube a luta por interesses comunitários e o desenvolvimento de programas beneficentes com os moradores e agentes externos (Barbosa, 2024), o qual é atendida toda a população do bairro Vila Torres (Prefeitura Municipal de Curitiba, 2019). Além disso, também é responsável por vários projetos sociais, por meio dos quais “são desenvolvidas ações transformadoras na vida de muitos moradores da comunidade” (Prefeitura Municipal de Curitiba, 2019), como atividades de costura, ginástica, curso de informática e outros serviços gratuitos disponíveis, bem como a possibilidade de geração de renda por meio de prestação de serviços pontuais.

Este detalhamento, relacionado à natureza do clube, é o que justificou a abordagem de pesquisa-ação com o coletivo como metodologia de realização da dissertação. O referido estudo, realizado de 2022 a 2024 na Universidade Federal do Paraná - UFPR, intitulado "Design Estratégico em Inovação Social para Negócios Sociais: Recomendações para o Planejamento Organizacional do Clube de Mães da Vila Torres - Curitiba/PR", abordou a inserção do Design Estratégico na fase de organização de atividades e projetos do Clube em questão (Barbosa, 2024). Por meio de uma demanda social da própria comunidade, criou-se a necessidade de trazer um percurso que considerasse as opiniões coletivas dos sujeitos do estudo, também unindo a resolução de um problema comunitário (Thiollent, 2011). Isso acabou desencadeando um projeto de pesquisa-ação para a criação de um guia com orientações de organização e planejamento das ações, o qual pudesse ser adaptado pelas mulheres do Clube de Mães.

Na figura a seguir, tem-se a representação gráfica de síntese do percurso executado na dissertação enfocada para este artigo, considerando uma adaptação do processo de pesquisa-ação apresentado por Thiollent (2011). Em todas as etapas houve a participação direta e efetiva do coletivo de mulheres Clube de Mães.

Figura 1 – Percurso metodológico da Pesquisa-ação



Fonte: Barbosa (2024)

Um processo cocriativo foi realizado ao longo do período da pesquisa, em fases representadas na Figura 2. Esse processo uniu os saberes coletivos e as ferramentas do Design, essas últimas precisando ser adaptadas de modo a conseguir gerar estratégias organizacionais para a comunidade enfocada. As ferramentas foram adaptadas ao cotidiano, às características cognitivas e culturais e vivências dos sujeitos, principalmente abordando os aspectos de gênero, devido ao Clube ser feito por e para mães.

Figura 2 – Fases principais em que a cocriação foi envolvida



Fonte: Barbosa (2024)

As ferramentas do Design enfocadas no estudo de caso (Yin, 2010) apresentado neste artigo, estão inseridas especificamente no 3º tópico da figura acima. Porém, o processo de decisão que influencia nas adaptações que foram feitas, e apresentadas aqui também, iniciou-se desde a designação do tema e da área (Barbosa, 2024). Para tanto, as questões ao redor da definição das estratégias acabaram emergindo e influenciando todo o processo de pesquisa. Conceitos e debates sobre o contexto relacional, como a intersecção entre os aspectos de questões de gênero, raça, classe, escolaridade e deficiência, tornaram-se balizadores para decidir se as ferramentas seriam suficientes para a abordagem selecionada (Noronha; Furtado, 2021). Essas questões apareceram principalmente ao longo de discussões sobre como se organizar enquanto coletivo para a realização de suas atividades, seja as de geração de renda ou para produção de conhecimento para a comunidade. Destacar as subjetividades intrínsecas a essas questões complexas acabam revelando em quais aspectos ainda se precisa repensar o Design e suas práticas (Almeida *et al*, 2019).

Portanto, neste movimento exploratório no qual emergem indagações cruciais sobre como o Design Estratégico pode ser cocriado para práticas comunitárias, surge o desdobramento que se resume neste artigo. A partir desta introdução, é feita a apresentação das ferramentas e adaptações feitas para a aplicação de cada uma delas, seguido dos resultados que elas geraram. Em resultados e discussões, é possível verificar o resumo das estratégias em que esse processo de abordagem das ferramentas resultou, trazendo uma reflexão acerca de como as especificidades do contexto do coletivo enfocado foram consideradas para a geração delas. E, por fim, são trazidas as considerações sobre as práticas realizadas, que apesar de serem uma abordagem ainda inicial, foram importantes para a construção das recomendações do processo de organização coletiva, levando em consideração os aspectos de gênero e adaptabilidade ao contexto.

2 Metodologia

Para explicitar o processo de confecção do artigo, faz-se necessário uma apresentação do percurso metodológico. Foi selecionado o estudo de caso (Yin, 2010), que visa evidenciar práticas realizadas por um caso selecionado (Santos, 2018) para ser detalhado no artigo. Utiliza-se o caso da dissertação realizada no Programa de Pós-Graduação em Design da UFPR. Dessa forma, a dissertação neste artigo referida foi selecionada com o objetivo apresentar as adaptações feitas, as quais foram cruciais para o percurso.

Realizada de maneira interpretativa e qualitativa, fornece uma revisão detalhada de como a pesquisa de mestrado ajustou e aplicou as ferramentas do Design, considerando o contexto da comunidade enfocada. A análise dos dados neste artigo foi realizada de forma sistemática e rigorosa (Marconi & Lakatos, 2017), envolve-se a seleção dos trechos que explanam na dissertação quais ferramentas foram selecionadas, a categorização das adaptações feitas e suas justificas quanto ao cenário comunitário. Posterior análise e sintetização da relevância dessas adaptações para o contexto da pesquisa de mestrado.

3 Ferramentas utilizadas no processo de cocriação com o Clube de Mães

As ferramentas foram cruciais para se praticar a cocriação da pesquisa científica com a comunidade (Barbosa, 2024). Elas contribuíram para que as etapas e as fases fizessem sentido e se conectassem com as mulheres do estudo, criando uma coesão interna ao processo e permitindo o levantamento de dados relevantes. Para tal, conforme Barbosa (2024), foram escolhidas 4 ferramentas para compor a aplicação prática cocriativa, como forma de compreender os fenômenos sociais que ocorrem com as mulheres do Clube de Mães.

Figura 3 – Ferramentas selecionadas para a aplicação de coleta de dados



Fonte: Autoras (2024)

Barbosa (2024) afirma que elas foram escolhidas devido ao grupo de pesquisa no qual esteve inserida e sobretudo, considerando às práticas do Design para a Sustentabilidade. No entanto, para as seleções, também foram focadas as ferramentas que abordariam majoritariamente os cenários e reflexões sobre os sujeitos envolvidos na pesquisa. Foram privilegiadas aquelas que pudessem respeitar as variedades de contextos das mulheres e as diferentes formas de captar as lacunas em

seus modos de organização, ou ao menos tentar se aproximar dessas observações mais subjetivas e do ponto de vista dos atores envolvidos.

Antes de iniciar a aplicação das ferramentas, as quais foram escolhidas para este estudo de caso devido ao caráter de adaptação durante o processo, também foram feitas as ferramentas de questionário individual e uma entrevista com o grupo, de modo que pudesse melhor compreender o perfil das mulheres e notar as percepções delas sobre o coletivo (Barbosa, 2024). Ou seja, uma das primeiras adaptações em relação ao processo se evidencia antes mesmo de se colocar em prática as ferramentas selecionadas para a aplicação em grupo, a de realizar questionário individual, para compreender a vivência de cada uma das mulheres que aceitou participar da pesquisa, e a entrevista coletiva, para se entrar em consenso sobre quais as práticas do coletivo e quais os conceitos são mais adequados para o estudo. Além disso, a própria organização e ordem de execução das ferramentas, também foi feita mediante acordo com as mulheres, e é reproduzida nos próximos subcapítulos.

3.1 Ferramenta AEIOU

A ferramenta AEIOU foi a primeira executada, dentre as quatro selecionadas para gerar as estratégias. Ela é considerada uma matriz analítica que traz dados qualitativos e quantitativos para compreensão etnográfica do grupo, também utilizada para entender as percepções de quem a preenche (Martin; Hanington, 2019). A justificativa de seleção se baseia na ajuda que a ferramenta oferece no levantamento de informações sobre a estrutura e a organização, além do fato se basear no que o próprio grupo constrói e permitir uma observação direta e descritiva por parte do pesquisador (Martin; Hanington, 2019 apud Barbosa, 2024). O acrônimo AEIOU define as colunas a serem executadas na aplicação da ferramenta, sendo ATIVIDADE - Conjunto de tomadas de decisões pelos usuários para realizar os objetivos; ESPAÇO - Onde acontecem as atividades do grupo; INTERAÇÃO - Relações entre os próprios usuários e objetos; OBJETO - Instrumentos e recursos disponíveis ou que seriam necessários; USUÁRIO - Envolvidos no grupo e suas devidas características (Martin; Hanington, 2019 apud Barbosa, 2024). A seguir, na figura 4, há a imagem utilizada como referência para pôr a ferramenta em prática com o coletivo. Nota-se que a figura compreende termos em inglês, os quais foram traduzidos para o português, no entanto a autora se baseou principalmente no modelo de coluna. A representação abaixo é justificada pelo modelo que se refere majoritariamente ao estilo de disposição das informações.

Figura 4 – Modelo de aplicação da ferramenta AEIOU

DATE:	PROJECT NAME:	TYPE OF RESEARCH:		
TIME:	RESEARCHER NAME:			
Activities	Environments	Interactions	Objects	Users

Fonte: Fitzpatrick (2018).

Para a execução, a autora destaca que uma das principais adaptações foi a seleção de um modelo que fosse o mais simples possível, pois, como mencionado, o AEIOU foi aplicado como uma forma de se obter as informações iniciais sobre o Clube e as percepções das mulheres, portanto não seria de interesse uma complexidade que poderia gerar confusão ou perda de foco.

O processo de execução da ferramenta durou cerca de 45 minutos. Devido à familiaridade do grupo com métodos mais analógicos e menos digitais, optou-se em fazer a prática utilizando papel A1 de 300g, no qual se colocou as colunas para cada sigla, conforme o modelo acima. Para a prática em grupo, foram oferecidas notas autoadesivas e canetas para cada mulher, que ao longo da conversa foi escrevendo o que achava pertinente para cada coluna ser preenchida. O processo também contou com explicações verbais e notas autoadesivas que explicassem o que seria feito, e alguns questionamentos de apoio para que fosse facilmente compreendido. O foco principal foi permitir uma melhor análise, interação e aproximação com as mulheres, possibilitando se aproximar do que entendem como passado e presente do clube, ou seja, fazer um levantamento geral para compreender melhor o contexto (Barbosa, 2024, p. 92).

Como o foco era a realização de um mapeamento, outra adaptação feita pela autora foi de levar questionamentos já direcionados para que as mulheres tivessem um norteamento ao preencher o modelo. Isso foi feito devido ao fato de não haver um direcionamento dentro do próprio modelo em relação a como fazer o preenchimento. A figura 5 sintetiza as notas autoadesivas que foram levadas para as mulheres usarem de guia, conforme cada acrônimo.

Figura 5 – Questionamentos feitos ao grupo para compreensão da ferramenta AEIOU

FERRAMENTA AEIOU				
A - atividades	E - espaços	I - interações	O - objetos	U - usuários
Quais são as ações e comportamentos? Quais seus objetivos?	Em que espaço e contexto as ações e atividades acontecem?	Quais são as interações ocorrendo, para que realizem seus objetivos? Quais os efeitos?	O que constitui o espaço? Quais os objetos usados?	Quem são as pessoas, personalidades, e como lidam com o redor?

Fonte: Barbosa (2024).

Devido ao caráter de debate que as ferramentas não preveem, mas que o percurso de Pesquisa-ação exige, é notável que apesar do preenchimento, as respostas mais completas aconteciam no decorrer do processo (Barbosa, 2024). Isso é evidenciado ao observar que, na dissertação originária deste processo, há dezenas de páginas de transcrição das conversas realizadas durante a atividade de preenchimento de cada ferramenta. Na figura 6 encontram-se sintetizados os resultados, os quais foram transcritos a partir das notas autoadesivas preenchidas pelas próprias mulheres, para facilitar a leitura.

Figura 6 – Resultados da ferramenta AEIOU

FERRAMENTA AEIOU				
A - atividades	E - espaços	I - interações	O - objetos	U - usuários
<ul style="list-style-type: none"> • Esportes; • Reforços escolares; • Atendimentos à família; • Festas comemorativas; • Produções de bolsas sustentáveis; • Internet gratuita; • Bazar; • Comitê de jovens; • Palestras; • Cafés para as pessoas; • Costura; • Reciclagem. 	<ul style="list-style-type: none"> • Campo de futebol; • Casa de voluntários; • Unidade de saúde; • Cinema livre; • Toca do Índio; • Cinemateca; • Vila Prado; • Vila Torres; • Sesi/Senac • Instituições de ensino; • Locais Públicos; • Clube de Mães; • Teatro Pé no Palco; • PUC • UFPR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encaminhamentos para emprego; • Conhecer o bairro; • Cursos técnicos; • Saúde da família e da comunidade; • Educação; • Capacitação; • Trabalho; • Artes; • Saúde. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamentos escolares e livros; • Máquinas de costura; • Equipamentos esportivos; • Roupas para bazar; • Alimentos e produtos; • Internet; • Mesas e cadeiras; • Roupas para bazar; • Equipamentos de cozinha; • Tampinhas; • Lonas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Família; • Mulheres e homens; • Crianças e adolescentes; • Idosos; • Funcionários públicos; • Empresas privadas; • Voluntários • Comunidade geral; • Prefeitura; • Unidades de saúde.

Fonte: Barbosa (2024).

O processo de escrita foi feito pelas mulheres de maneira manual para que se aproximasse da prática cotidiana delas, devido a maioria não terem familiaridade com equipamentos digitais. Porém, também houve situação de mulheres que são analfabetas de letramento (Barbosa, 2024). Portanto, evidencia-se também uma necessidade de adaptabilidade entre elas, para que no momento uma ajudasse a outra no preenchimento, conforme descrito nas transcrições do processo de uso da ferramenta.

3.2 Ferramenta análise de SWOT

A segunda ferramenta selecionada para ser aplicada foi a análise de SWOT, em português

'FOFA', acrônimo para Força, Oportunidade, Fraqueza e Ameaça. A aplicação também é recomendada em formato de matriz, direcionada para qualquer tipo de organização (Barbosa, 2024). Ela possibilita aos envolvidos que criem um plano de ação para reduzir os riscos e aumentar as chances de sucesso do que pretendem fazer (Nakagawa, 2011). Segundo Freitas (2012), as forças dizem respeito às características internas que podem gerar vantagens, por ser um diferencial, ou facilitar a busca pelos objetivos; já as fraquezas se referem a características internas que precisam ser controladas e melhoradas, pois geram uma situação de risco, dificultando a busca pelos objetivos. Nascimento (2009) define as oportunidades como uma tendência, de um determinado momento, ou produto. Enquanto ameaça, por Lima (2016, p.12) é definida como aspectos externos que impactam e não podem ser controlados, podendo prejudicar o desenvolvimento da organização.

Na figura 8 compreende-se o modelo no qual a ferramenta foi aplicada com a comunidade, sendo que o preenchimento foi feito de maneira analógica, em uma cartolina.

O tempo de execução foi cerca de 1 hora, preenchido pelas próprias mulheres por meio de notas autoadesivas e canetas. Foram consideradas as informações que haviam sido levantadas na ferramenta anterior e elencadas e disponibilizadas em cada um dos quadrantes (Barbosa, 2024, p. 94).

Todos os termos foram traduzidos para o português, bem como acrescentado dois tópicos para explicação sobre "ajuda" e "atrapalha", de modo a conseguir se criar um debate para que as mulheres abordassem essas perspectivas ao preencherem (Barbosa, 2024). Durante a leitura da transcrição é possível identificar que a ferramenta SWOT serviu mais como um direcionador de foco para os resultados que foram adquiridos. Por este motivo, nota-se que dentre todas as outras ferramentas aplicadas, foi a única que não precisou de muitas explicações prévias e nem de questionamentos para direcionar quais seriam os debates a serem explicitados. Ou seja, as únicas adaptações feitas nesse diagrama FOFA foi a tradução do inglês para o português, algo que já ocorre em outros referenciais teóricos (Barbosa, 2024), mas também o acréscimo claro de segmentação do que ajuda e atrapalha dentro do diagrama. Sendo este último um acréscimo necessário para a compreensão do que seria o foco do seminário central, explicado no último subcapítulo desta seção, conforme Barbosa (2024).

Figura 7 – Modelo utilizado pelo grupo para compreensão da ferramenta SWOT

	AJUDA	ATRAPALHA
I N T E R N A	Forças	Fraquezas
	Forças da organização	Fraquezas da organização
E X T E R N O	Oportunidades	Ameaças
	Oportunidades do ambiente	Ameaças do ambiente

Fonte: Barbosa (2024).

Como a análise de SWOT foi abordada como um complemento do que foi executado pelas mulheres na ferramenta AEIOU, ao observar os resultados da aplicação tem-se muitos termos repetidos da abordagem anterior. Mas o trabalho evidencia que a SWOT conseguiu apresentar um caráter mais crítico e interpretativo para a abordagem das mulheres em relação às práticas do Clube. Por meio da ferramenta "Expressou-se preocupação com a centralização da liderança e incentivou-se estratégias para descentralizar responsabilidades. O engajamento ativo da diretoria foi considerado crucial para o progresso do clube." (Barbosa, 2024, p.120). Ou seja, ambas as ferramentas, por meio da adaptação e continuidade, conseguiram convergir para resultados aptos a serem utilizados para a geração de estratégias posteriores (Barbosa, 2024).

Figura 8 – Resultados da ferramenta SWOT

	AJUDA	ATRAPALHA
I N T E R N A	Forças	Fraquezas
	<ul style="list-style-type: none"> • Atividades que podem ser feitas dentro do Clube; • Liderança ativa; • Confecção das bolsas, bazar; • Esportes de alongamento e ginástica; • Palestras e cursos; • Reforço escolar; • Biblioteca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reciclagem, recolhimento das tampinhas; • Eventos e como organizar; • Férias escolares; • Dependência de voluntários; • Imprevistos não calculados; • Tudo o que tiver que fazer fora do Clube de Mães.
E X T E R N O	Oportunidades	Ameaças
	<ul style="list-style-type: none"> • Atividades para mãe e crianças; • Convênio com parceiros; • Atividades no clube e dentro das casas das mulheres; • Ter mais voluntários; • Atividades demonstrativas ao público; • Acesso à tecnologia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Voluntários sem compromissos; • Falta de recursos humanos e materiais; • Falta de planejamento e comprometimento; • Centralização de decisões; • Diretoria inativa; • Excesso de chuva.

Fonte: Barbosa (2024).

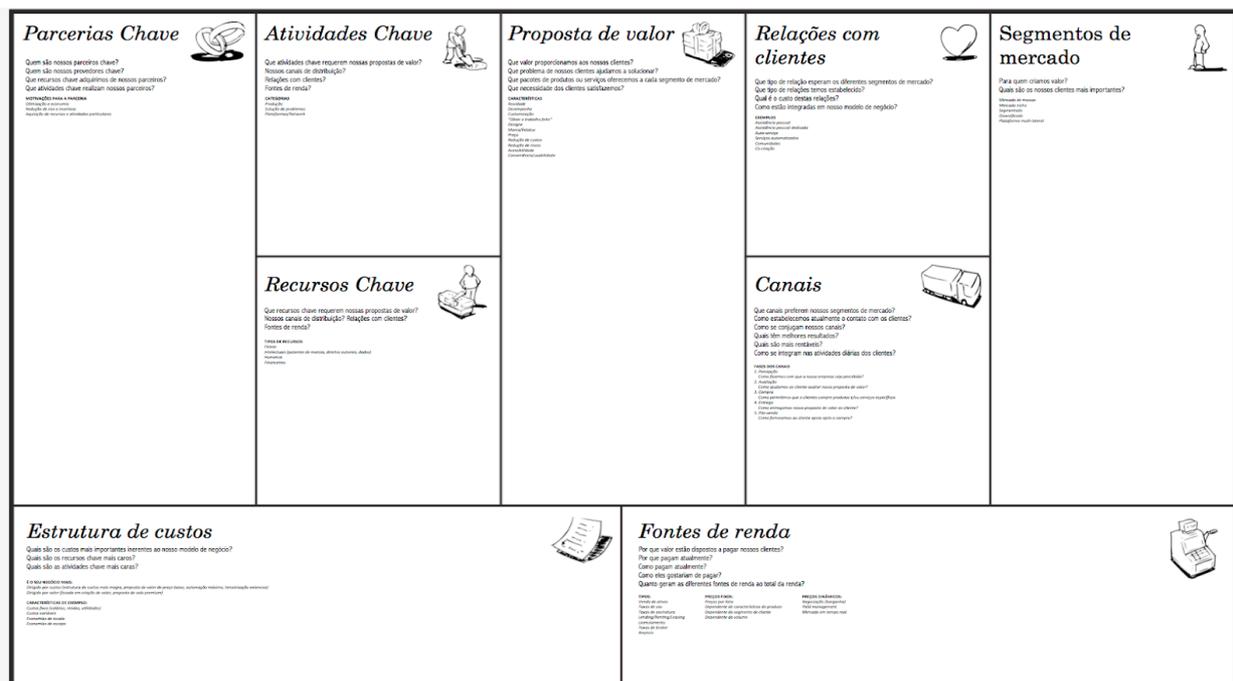
Uma das considerações mais relevantes em relação ao exposto, tanto na representação

gráfica quanto na transcrição feita é a análise crítica das mulheres. “As participantes reconheceram a importância de abordar questões críticas, como a consistência na participação voluntária e a liderança ativa da diretoria, para aprimorar as atividades do clube” (Barbosa, 2024, p. 120).

3.3 Ferramenta Canvas Business

Com a justificativa de ter envolvido o conceito de Inovação Social, foi utilizada a ferramenta Canvas Business como aplicação na coleta de dados. Trata-se de “uma atividade do Design considerada uma ferramenta de inovação para uma organização” (Prada, 2018). Também com foco em resultados qualitativos, o Canvas se baseia em um diagrama analítico com aspectos sobre Parcerias-Chave; Atividades-Chave; Recursos-Chave; Proposta de valor; Relações com clientes; Canais; Segmentos de mercado; Estrutura de custos; e, Fonte de Renda. A seguir, tem-se a figura que foi utilizada pela pesquisadora como modelo de aplicação.

Figura 9 – Modelo de aplicação da ferramenta Canvas Business



Fonte: Prada (2018), adaptado pelas autoras.

No entanto, apesar de conseguir identificar textos que descrevem as aplicações empresariais desse modelo, para a aplicação com o Clube de Mães foi necessário fazer adaptações. Isso, pois, trata-se de um diagrama o qual, ao contrário do que é afirmado sobre o AEIOU e SWOT, não é feito para qualquer tipo e porte de organização, mas sim para as que têm fins lucrativos e provavelmente se denominam empresas (Barbosa, 2024). Na Figura 8 é possível visualizar o que realmente foi utilizado para abordagem prática com as mulheres. Portanto, ao observar a figura abaixo, é evidente que houve uma tentativa de se distanciar dos termos que fossem empresariais e se direcionar para a categoria de organização social, cuja definição é mais coerente com o Clube de Mães Vila Torres. Apesar de tantas adaptações, o uso dessa ferramenta se deu visando aprofundar a discussão para

além de apenas descrever as atividades, usuários e suas forças e fraquezas, como nas duas ferramentas anteriores (Barbosa, 2024).

Figura 10 – Questionamentos feitos ao grupo para compreensão da ferramenta Canvas

FERRAMENTA CANVAS				
PARCERIAS Quem são? Qual a frequência de parcerias? Como é a relação com as atividades?	ATIVIDADES Quais as atividades se relacionam com o valor? E com as pessoas?	OFERTA DE VALOR Qual problema nós estamos resolvendo? Quais necessidades estamos satisfazendo?	RELACIONAMENTO Que tipo de relação as pessoas esperam? Quais já existem?	SEGMENTOS DE CLIENTES Para quem? Quem são nossos consumidores mais importantes?
	RECURSOS Quais os principais recursos são adquiridos e gastos?		CANAIS Como alcançamos as pessoas? Qual canal funciona melhor?	
ESTRUTURA DE CUSTOS Quais são os custos mais importantes? Quais os gastos maiores e quais os menores?			FONTES DE RECEITA Como e quais valores entram? Como são as relações com o que entra e sai?	

Fonte: Barbosa (2024).

É possível identificar que alguns conceitos como Fonte de Receita, Relacionamento – ou Relação com o Cliente – e Segmentos de Cliente ficaram dispersos durante o debate, sendo associados a termos correlatos que talvez pudessem ter alguma relação com o coletivo. A dinâmica foi similar à de aplicação das outras ferramentas, incluindo explicações em notas autoadesivas e preenchimento manual do que estaria inserido em cada coluna a ser debatida (Barbosa, 2024).

Para que essa relação pudesse ser aplicada e praticada, tornou-se necessário a compreensão acerca de cada um dos blocos dispostos, seus significados e o que deve ser considerado para a execução. (...) A ferramenta durou cerca de 45 minutos, preenchida pelas próprias mulheres por meio de notas autoadesivas e canetas, sendo resumida por meio de palavras que centralizasse o que foi discutido sobre cada tópico. (Barbosa, 2024, p. 95-96).

Os resultados, presentes na figura a seguir, foram sintetizados a partir da digitalização do que foi escrito pelas mulheres. Eles mostram que realmente foi trazida uma profundidade maior para a conversa, por meio da utilização da ferramenta (Barbosa, 2024). Ao longo da transcrição, evidencia-se o processo de análise sistêmica das atividades que o Clube desempenha no dia a dia. Isso foi importante devido ao coletivo deixar claro, no início da pesquisa, que não havia um registro escrito e detalhado das atividades e outros segmentos relacionados ao andamento das práticas comunitárias. Portanto, a realização do Canvas foi um modo de observar de maneira detalhada cada aspecto interno aos feitos coletivos, bem como de construir uma memória dessas práticas.

Figura 11 – Resultados da ferramenta Canvas

FERRAMENTA CANVAS				
PARCERIAS <ul style="list-style-type: none"> Mães; Professores; Universidades; Postos de saúde; Empresas privadas; Voluntários; Assistência social. 	ATIVIDADES <ul style="list-style-type: none"> As mesmas que do AEIOU 	OFERTA DE VALOR <ul style="list-style-type: none"> Incentivar a educação das crianças; Atribuir capacitação; Desenvolvimento econômico; Convívio social; Envolvimento afetivo; Apoio e suporte; Equidade social. 	RELACIONAMENTO <ul style="list-style-type: none"> As mesmas que do AEIOU 	SEGMENTOS DE CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> Clube de mães; Pessoas que vão ao clube de mães.
RECURSOS <ul style="list-style-type: none"> Dinheiro do governo; Bazar; Vendas das produções. 			CANAIS <ul style="list-style-type: none"> Internet, TV e rádio; Boca a boca; Carro som e folhetos; Mobilização. 	
ESTRUTURA DE CUSTOS <ul style="list-style-type: none"> Contas básicas (água, luz, etc); Materiais de limpeza; Materiais para as atividades e extras. 			FONTES DE RECEITA <ul style="list-style-type: none"> Dinheiro do governo; Bazar e vendas das bolsas ecológicas; Doação e financiamentos externos. 	

Fonte: Barbosa (2024).

Observadas as palavras-chaves que foram selecionadas no painel, e ao realizar a leitura das transcrições, explicita-se o porquê das adaptações em relação ao processo de execução, mas também fica evidente o quão frágil essa adaptação ainda é. Isso se nota, principalmente, no fato de alguns termos destoarem totalmente do sentido que a ferramenta propõe. Como no caso da estrutura de custos, o que normalmente seria uma tarefa mais burocrática para uma empresa, foi abordado como o necessário para que o Clube de Mães consiga manter suas portas abertas. Enquanto o tópico de Relacionamento foi resumido às mesmas abordagens que já haviam sido citadas no AEIOU, como uma equivalência ao tópico de interações daquela matriz (Barbosa, 2024). Em compensação, com os tópicos de parceria e oferta de valor, as mulheres conseguiram se debruçar em debates sobre como elas poderiam agregar mais autonomia produtiva, devido a esse aspecto ter sido abordado nas ferramentas anteriores como problemático. Além de conseguirem relembrar o foco pelo qual o Clube desempenha a sua função há tantos anos, fortalecendo sua identidade.

3.4 Ferramenta Card Sorting

Estrategicamente, o Card Sorting, ou “classificação de cartões” em uma tradução livre, foi escolhido na dissertação como última ferramenta da coleta de dados, devido a sua capacidade de sintetizar informações que já foram previamente trabalhadas pelos envolvidos (Spencer, 2009). A justificativa pela seleção também se deve à capacidade que a ferramenta possui em relação à categorização e ordenação de dados (Faria, 2010). Isso, pois, devido as outras práticas gerarem mais debates e resultados amplos, a pesquisadora optou em abordar uma ferramenta do Design que fosse capaz de permitir a visualização das estratégias que seriam geradas posteriormente (Barbosa, 2024).

Um ponto chave das adaptações feitas nesta etapa foi acerca da escolha de qual seria mais interessante, por haver dois tipos de possibilidade de aplicação do Card Sorting, entre o fechado, onde os participantes já têm os cartões definidos e só os ordenam da forma que acham mais pertinente, e o aberto, no qual os participantes tanto criam os cartões quanto os ordenam (Faria, 2010). Esta escolha deve levar em conta como o público poderia reagir aos dois tipos de aplicação. Para o trabalho, foi selecionado um tipo híbrido entre o fechado e o aberto, pois as ferramentas

anteriores já ofereciam tópicos que seria possível inserir nos cartões criados, mas, ao mesmo tempo, por se tratar de uma prática cocriada, a própria cocriação dos cartões no momento de execução seria algo primordial (Barbosa, 2024).

A seguir, há os tópicos e a ordem na qual seriam criados os cartões, feitos como resultados dos debates das ferramentas anteriores.

Figura 12 – Tópicos selecionados como guia para a aplicação da ferramenta Card Sorting

1º IDEIA	2º PLANEJAM.	3º DIVULG.	4º PRÁTICA	5º RESULTADOS
-----------------	---------------------	-------------------	-------------------	----------------------

Fonte: Barbosa (2024)

Quando observadas as transcrições do dia de realização da ferramenta, surge a evidência de que a partir desses tópicos, precisou-se dividir mais uma vez em dois segmentos distintos: as etapas que seriam direcionadas para projetos gerais do Clube, e os projetos com foco em geração de renda para as mulheres. A partir da figura abaixo é possível identificar as indagações que foram feitas antes do preenchimento, de modo a guiar o processo de realização.

Figura 13 – Questionamentos feitos pelo grupo para compreensão da ferramenta Card Sorting

	1º IDEIA	2º PLANEJAM.	3º DIVULG.	4º PRÁTICA	5º RESULTADOS
PROJETOS GERAIS	Qual? O que? Quem? Ideias para serem executadas como capacitação, extras, complementares, entre outros.	Como planejar?	Por onde divulgar? Usar a lista de prioridades para ver o que é interessante e atrativo para divulgar.	Qual a prática?	Como obter resultados? Alguma atividade de conversa, para discutir e entender os resultados.
GERAÇÃO DE RENDA	Qual? O que? Quem? Ideias para serem usadas para gerar renda, incentivar a economia e contribuir com o desenvolvimento.	Como planejar?	Por onde divulgar? Por ter foco em vender, precisa divulgar o produto/serviço de maneira atrativa. Usar também a lista de prioridades, para ajudar	Qual a prática? É importante separar cada etapa do ciclo, para saber o melhor modo de execução. Dividir etapas é conseguir mais renda.	Como obter resultados?

Fonte: Barbosa (2024), adaptado pelas autoras.

Nesta etapa, aspectos possíveis de identificar como adaptação foram as diretrizes de condução da prática. Isso porque a maioria das mulheres presentes no dia da aplicação eram analfabetas ou semianalfabetas. Portanto, uma adaptação central no processo foi a possibilidade de as mulheres fazerem suas considerações por meio de desenhos nas notas autoadesivas. Esses desenhos representariam o que elas imaginariam de etapas prováveis para o Clube de Mães, e posteriormente ao desenhar, houve debates para verbalizar a interpretação de cada uma em relação ao processo (Barbosa, 2024).

Todos os desenhos foram somados ao debate presente na transcrição e transformados em palavras-chave, definidas pelas próprias participantes, para que pudessem contribuir para o processo de geração de estratégias (Barbosa, 2024). Abaixo, tem-se a síntese construída a partir da digitalização do que foi feito e interpretado pelas mulheres.

Figura 14 – Resultados da ferramenta Card Sorting

	1º IDEIA	2º PLANEJAM.	3º DIVULG.	4º PRÁTICA	5º RESULTADOS
PROJETOS GERAIS	Qual? O que? Quem? <ul style="list-style-type: none"> • Pessoas da comunidade; • Mães do clube; • Voluntários; • Empresas. 	Como planejar? <ul style="list-style-type: none"> • Lista de prioridade (perguntas dos 5 porquês); • Lista de público (interessados e necessidades); • Lista de recursos (controle do dinheiro); • Responsabilidade de cada membro. 	Por onde divulgar? <ul style="list-style-type: none"> • Por meio da comunidade; • Faixas em locais; • Redes sociais; • Eventos públicos. 	Qual a prática? <ul style="list-style-type: none"> • Execução projetual; • Compromisso; • Ter recursos; • Ter dinheiro; • Acolhida e local; • Ter material; • Mão na massa. 	Como obter resultados? <ul style="list-style-type: none"> • Participação (frequência); • Reciprocidade (interesses); • Aprendizado; • Continuidade (manter os projetos ativos); • Avaliação.
GERAÇÃO DE RENDA	Qual? O que? Quem? <ul style="list-style-type: none"> • Mães do clube; • Empresas; • Pessoas da comunidade e externas. 	Como planejar? <ul style="list-style-type: none"> • Lista de prioridade (perguntas dos 5 porquês); • Lista de público (interessados e necessidades); • Lista de recursos (controle do dinheiro); • Etapas do trabalho 	Por onde divulgar? <ul style="list-style-type: none"> • Pela comunidade; • Redes sociais; • Eventos públicos; • Parcerias (com empresas, instituições e outros). 	Qual a prática? <ul style="list-style-type: none"> • Realização do ciclo de produção (focado em renda e desenvolvimento comunitário); • produtoras > locais de trabalho > produção das peças > divulgação > venda > dinheiro. 	Como obter resultados? <ul style="list-style-type: none"> • Continuidade; • Mais pessoas trabalhando; • Expansão; • Renda Extra; • Autonomia produtiva.

Fonte: Barbosa (2024), adaptado pelas autoras.

No caso do Card Sorting, conseguiu-se manter o propósito central da ferramenta, mesmo que alterando o processo e as diretrizes de preenchimento. As adaptações apresentam uma necessidade de se pensar em Design para comunidades de uma maneira mais inclusiva e que consiga pensar nos aspectos de gênero, classe, raça, entre outros (Barbosa, 2024). É evidente que a autora faz essa seleção ampla de etapas e ferramentas para, de fato, cocriar um processo em que as mulheres fossem tão autoras do trabalho quando a própria pesquisadora. Como, neste caso, o Card Sorting, se apresentou majoritariamente como uma ferramenta de síntese, do que, de fato, uma de coleta de dados.

No subcapítulo a seguir, tem-se o que a dissertação apresenta como o processo para a síntese, análise e interpretação dos resultados, com base no que o percurso metodológico da Pesquisa-ação prevê como condução. Aqui, foi selecionado, como recorte para este artigo, o foco de se mostrar em quais resultados se chegou por meio dessas ferramentas adaptadas, como aconteceu o processo cocriativo, mas também, principalmente, para se chegar de fato às estratégias cocriadas pelo Clube, que foram o resultado da dissertação.

3.5 Processo de síntese, análise e interpretação dos resultados

Como a Pesquisa-ação prevê um processo cocriativo, gerou-se um ciclo contínuo de ação no campo da prática e reflexão sobre essa mesma prática, a qual se predispõe a confirmar e analisar o que o grupo fez ao longo do percurso (Noronha; Portela; Farias, 2022). Essas reflexões, envoltas por

uma triangulação de dados entre redução, exibição e conclusão, contaram principalmente com a realização de seminários centrais (Thiollent, 2011) que pudessem contrapor princípios da literatura, as reflexões do pesquisador e a autorreflexão coletiva (Santos, 2018). Sendo importante ressaltar que o seminário se trata de uma atividade moldada por processos de argumentação ou diálogo entre vários interlocutores (Thiollent, 2011, p. 35)

Focou-se no debate, em resumir as estratégias que foram sendo identificadas ao longo do processo e fazer um refinamento de quais realmente são pertinentes tanto para a comunidade quanto para aplicação no desenrolar da pesquisa científica. (...) Para que fosse possível realizar essa análise, foram seguidas as etapas: redução, exibição e conclusão (Barbosa, 2024, p. 97).

Esses seminários, representaram técnicas principais de tomada de decisões, compreendendo observação, exame, decisão e coordenação (Thiollent, 2011). Para Thiollent (2011), esses seminários desempenham diversas funções, como definir o tema e equacionar os problemas da pesquisa, elaborar a problemática e hipóteses de pesquisa, constituir grupos de estudos e equipes de pesquisa, centralizar informações, elaborar interpretações, buscar soluções, definir diretrizes de ação, acompanhar e avaliar as ações, e divulgar resultados pelos canais apropriados (Thiollent, 2011). E, por essa justificativa que se selecionou esse processo metodológico como central para a parte de análise dos resultados gerados pelas ferramentas. Com a análise em relação à prática da ferramenta, também foram identificadas áreas de resultados que vão além das esferas abordadas pela coleta de dados, sendo elas: Perfil das mulheres e suas condições de vida; Relações familiares e relação com o clube; Atividades realizadas pelo clube; e, Desafios, possíveis soluções e ambições para o futuro (Barbosa, 2024). Áreas essas que foram de extrema relevância para a definição das estratégias.

Ao mesmo tempo, também com o olhar atento ao fato de ser um coletivo de mulheres, as quais vivem aspectos relacionados a gênero, classe, estudo, entre outros marcadores sociais que faz ser relevante considerar isso para a criação de estratégias que realmente serão aplicadas e não somente ficarão no papel. (Barbosa, 2024, p.125).

No sentido prático, essas intersecções não são somente marcadores sociais que influenciam na análise crítica do processo, mas sim são aspectos que influenciam diretamente se as estratégias que foram posteriormente criadas serão utilizadas ou não pelo Clube (Barbosa, 2024). Como observado durante as transcrições, as mulheres têm prioridades de se sustentar, de manter suas famílias, dar educação para seus filhos. Ou seja, todos esses critérios, contribuem ou não para uma aplicação das estratégias no dia a dia do coletivo. Tal qual uma hierarquização de prioridades, onde seguir as recomendações criadas na dissertação são relevantes e ajudam a comunidade, no entanto não terão sentido se as outras áreas da vida dessas mulheres não estiverem em qualidade de permitir que elas atuem com o coletivo.

3.5.1. Evento como avaliação para geração das estratégias

Para confirmar se as estratégias, que seriam cocriadas, fariam sentido com esses atravessamentos do cotidiano das envolvidas no Clube de Mães, optou-se em fazer uma avaliação por meio de evento, o qual já estava previsto no cronograma do Clube (Barbosa, 2024). De modo que, fosse possível sintetizar as estratégias a partir do evento realizado, contrapondo com o que foi gerado por meio das sínteses, análises e interpretações.

O Seminário de Sintetização dos Dados proporcionou uma visão aprofundada dos desafios e oportunidades enfrentados pelo Clube de Mães da Vila Torres. Ao abordar questões como participação, organização de eventos e planejamento estratégico, o evento destacou a importância do envolvimento ativo da comunidade. A discussão abrangeu desde a descentralização de responsabilidades na organização de eventos até a exploração de temas pessoais, como vaidade e autoimagem. Além disso, a conversa se estendeu para além das atividades específicas do clube, revelando uma comunidade ativa e envolvida em diversos aspectos da vida (Barbosa, 2024, p. 125).

Um detalhe que se torna importante ressaltar é o processo que antecedeu a organização do evento, o de verificação por parte da diretoria do Clube. De modo que este artigo não ficasse com foco ambíguo, não foi apresentado a estrutura do Clube de Mães da Vila Torres, apenas o suficiente para se compreender o escopo e a justificativa das decisões tomadas pela autora. No entanto, nesta etapa se torna necessário citar que o coletivo, como a maioria das organizações de cunho social, possui uma diretoria responsável pela parte administrativa. Direcionada por estatuto social, regimento interno e entre outros documentos, a diretoria já havia sido citada nas transcrições como um pouco distante da vivência real das mulheres que frequentam o coletivo. Todavia, algumas dessas mulheres que frequentam como participantes também são membros da diretoria, mas também há pessoas que não se envolviam muito com o processo diário (Barbosa, 2024). Por este motivo que as próprias mulheres, as quais fizeram parte da prática de cocriação e que são o público mais ativo no Clube, definiram que se precisava atuar em conjunto com a diretoria para que as estratégias fossem tomadas por todos os sujeitos do coletivo de Mães.

Em seminários centrais, que foram espaço para que as pessoas começassem a se organizar, tanto membros da diretoria quanto o público que frequenta o Clube como participante, foi definido uma ideia geral de como desejariam que o evento acontecesse (Barbosa, 2024). Na figura 16 se tem a síntese do que foi decidido, de forma que deixaram explícito nas transcrições que um dos focos seria tentar trazer uma descentralização das decisões, as quais antes era majoritariamente tomada apenas pela presidente do Clube. Isso refletiu diretamente como resultado da influência do processo da prática das ferramentas no cotidiano do coletivo. Como ao observar as transcrições dessa reunião sobre as decisões do evento em contraposição com a figura acerca da análise de SWOT, na qual havia citado que a centralização de decisões era uma das fraquezas, notou-se que no seminário essas reflexões originadas nas ferramentas também foram consideradas e adaptadas para o momento (Barbosa, 2024).

Figura 15 – Síntese do planejamento do evento

PÚBLICO-ALVO	50 Mulheres (jovens e adolescentes)
ATIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Prevenção ao câncer de mama; - Ensinar a fazer o exame de toque; - Café da tarde para as mulheres; - Distribuição de brindes.
DATA DEFINIDA	Última semana do mês de outubro (dia 29/10 - domingo - 13h)
GRUPOS DE TRABALHO	<ul style="list-style-type: none"> - Parcerias (2 pessoas); - Cronograma e palestrante (1 pessoa); - Divulgação (2 pessoas); - Café da tarde (3 pessoas); - Apresentação de futuros projetos (1 pessoa); - Decisão sobre brindes (1 pessoa).
PALESTRANTE	Enfermeira da UBS da Vila Torres, que é chefe de enfermagem.

Fonte: Barbosa (2024).

A partir do plano de ação seguido pelo grupo, o qual também entra em consonância com o percurso da Pesquisa-ação, defendido por Thiollent (2011), conseguiu-se definir a estrutura do evento. O incentivo desta pesquisa, sempre foi para que o próprio coletivo definisse se usariam ou não as ferramentas para ajudar na estruturação, de modo a avaliar como seria os processos de decisão dos envolvidos. Abaixo, a figura 17 com uma síntese de como foi definida a estrutura do dia do evento.

Figura 16 – Estrutura do evento realizado

CRONOGRAMA	<ul style="list-style-type: none"> - Abertura; - Palestra sobre câncer de mama; - Conversa sobre vivências e experiências; - Palestra sobre o projeto deste mestrado; - Conversa sobre projetos futuros; - Café da tarde; - Entrega dos brindes
CAFÉ DA TARDE	<ul style="list-style-type: none"> - lanches feitos com pão francês, presunto e mussarela; - bolo de chocolate; - bolo decorado com papel arroz; - salgadinhos fritos e assados; - café; - refrigerantes diversos.
BRINDES	<ul style="list-style-type: none"> - 200 tintas de cabelo - 50 bags feitas com lona - 70 matizadores de cabelo - 20 lenços para cabelo - 40 mudas de plantas comestíveis
HORÁRIO	<ul style="list-style-type: none"> - 13h até 15h

Fonte: Barbosa (2024).

Ao realizar a leitura das transcrições e da dissertação se evidencia que foram utilizadas as práticas das ferramentas como um suporte para os diálogos e conclusões sobre como fazer o evento. Porém, não no sentido de realização das ferramentas novamente para que se confirmasse os dados conversados, mas sim de já concluir a partir dos resultados que as próprias mulheres haviam alcançado com a aplicação das ferramentas (Barbosa, 2024).

4 Recomendações estratégicas geradas como resultado do processo

A partir do evento realizado, realizaram-se outros seminários centrais para sintetizar, analisar, interpretar e definir quais as estratégias mais pertinentes para o Clube.

O Seminário Central representou um espaço estratégico de reflexão coletiva, onde membros-chave da diretoria compartilharam percepções, avaliaram o impacto das iniciativas propostas e contribuíram com insights valiosos. Essa abordagem participativa fortaleceu o alinhamento entre a equipe do Clube de Mães e os resultados obtidos até então. Durante o seminário, cada ferramenta estratégica, desde o AEIOU, Canvas, Card Sorting até a análise SWOT, foi revisitada e contextualizada. As discussões focaram não apenas no que foi identificado como positivo, mas também exploraram desafios e oportunidades percebidos pela diretoria, de modo que eles conseguissem atingir mais frequentemente o que as mulheres que participam querem para o clube. (Barbosa, 2024, p.141).

Após esse percurso todo de reflexão sobre como o andamento do Clube precisa ser a partir dessa reestruturação no plano de ação para o cotidiano e as práticas tradicionais, definiram-se 6 estratégias principais. Elas foram ressaltadas como iniciais, devido até mesmo ao caráter cocriativo delas, por poderem ser alteradas, evoluídas, ou outros tipos de iterações. Em suma, a seguir se tem o quadro com o compilado de estratégias que foram definidas.

Quadro 1 – Estratégias geradas e suas descrições

Estratégia	Descrição
<i>Estratégia 1</i>	Texto Começar a realizar os projetos com no mínimo 1 mês e meio de antecedência;
<i>Estratégia 2</i>	Ter uma reunião inicial com todos (ou o máximo de pessoas) da diretoria, de modo a mapear todos os segmentos para serem realizados no projeto;
<i>Estratégia 3</i>	Dividir a diretoria em equipes/grupos de trabalho para ficar responsável por cada segmento necessário da realização;
<i>Estratégia 4</i>	Manter um contato frequente de comunicação no grupo de mensagens, de forma a ser uma central de informações e andamento do projeto;
<i>Estratégia 5</i>	Criar um levantamento de quantas pessoas participarão de cada projeto, no início do planejamento, para conseguir sempre mapear o que é necessário para atender ao público;
<i>Estratégia 6</i>	A cada três meses realizar encontros para saber o que as mulheres querem, quais as demandas, necessidades. Além de também descobrir quem pode ajudar nos projetos.

Fonte: Barbosa (2024), adaptado pelas autoras.

Ainda, apresentado pela autora, tem-se a figura 18, na qual evidencia-se quais seriam as metas com base nas estratégias. Desse modo, consegue-se visualizar quais seriam os focos a partir dessa síntese que o coletivo optou.

Figura 17 – Metas a partir das estratégias definidas

Fortalecimento da Rede de Parcerias	Expandir colaborações com organizações locais para ampliar recursos e oportunidades.
Capacitação Continuada	Implementar programas de formação para membros da diretoria e voluntários, fortalecendo habilidades e conhecimentos.
Ampliação da Participação Comunitária	Desenvolver iniciativas para envolver mais membros da comunidade nas atividades do Clube de Mães.
Sustentabilidade Financeira	Explorar modelos de negócios sociais e estratégias de captação de recursos para garantir a autonomia financeira.
Inovação em Atividades Sociais	Introduzir novas abordagens e atividades inovadoras alinhadas às demandas emergentes da comunidade.

Fonte: Barbosa (2024).

Por fim, ao final da dissertação há um guia para o Clube de Mães, confeccionado por Barbosa (2024), de modo a também cumprir um objetivo o qual foi debatido durante as ferramentas, o de ser necessário a criação de um local onde se registrem o que é feito pelo Clube e como a decisão ocorre, formando um histórico. Portanto, para não ficarem as estratégias soltas apenas conhecidas por quem participou do processo da pesquisa e cocriação, também foi executado o guia, como uma forma de ficar um registro do que foi feito e recomendações que possam ser aplicadas sempre que preciso.

5 Conclusão

Tal qual as dissertações que se focam em utilizar dos processos e ferramentas do Design para a melhoria de problemas comunitários, é interessante observar o percurso caminhado pela pesquisadora e pelas participantes que cocriaram as estratégias. O diálogo entre as perspectivas do Design e as experiências das mulheres do Clube emergiu como um impulso para estratégias inovadoras. Nota-se que houve uma tentativa de compromisso genuíno com a cocriação a partir de adaptações nas ferramentas. Houve uma seleção de ferramentas que pudessem se complementar, visando chegar em uma análise abrangente que contemplasse a prática da comunidade envolvida.

Apesar de fazer sentido para o percurso, ter quatro ferramentas para conseguir suprir a necessidade de reflexões e aprofundamentos da vivência do coletivo gerou uma saturação e um volume de dados que dificultaram uma análise mais aprofundada, considerando o tempo limitado do processo de mestrado. As transcrições dos processos de aplicação das ferramentas são volumosas e robustas, cheias de marcadores sociais que evidenciam o quanto é necessário um debate crítico sobre como o Design pode ou não contribuir para que esses marcadores ressoem nos projetos da área, sobretudo sociais. A mera aplicação das ferramentas não comporta esse debate, por focarem em trazer resultados que contribuam diretamente no objetivo de geração do Design, sem uma análise crítica. Sendo assim, ressalta-se que para além de adaptações nos modelos das ferramentas, o registro das discussões que ocorrem ao longo de sua aplicação se mostra um recurso muito importante para documentar e ampliar o entendimento e a reflexão sobre a complexidade dos contextos e ações coletivas.

Como consideração, a pesquisa se torna relevante por prover uma série de debates de como essas escolhas conseguem ao menos mitigar uma parte dos problemas sociais. Mas também porque deixa explícito o quanto chega a ser contraditório como alguns pesquisadores de Design, ainda se

utilizam de ferramentas que têm um caráter sistêmico, porém superficial, para atuar em contextos complexos e profundos. Isso faz surgir uma série de outras argumentações e questionamentos a partir do que se notou neste estudo de caso, como a problemática de acesso a ferramentas realmente pertinentes para projetos realizados junto à coletivos e comunidades diversas, bem como o desenvolvimento de uma maior sensibilidade e flexibilidade em relação a como utilizá-las.

Por fim, essas considerações não surgem para questionar a qualidade ou relevância da dissertação e das escolhas do ferramental metodológico, mas sim para levantar um questionamento necessário na área do Design enquanto gerador de estratégias para comunidades diversas. Muito se fala, no atual âmbito crítico do Design, sobre a necessidade de Designs por vir, designs outros, direcionando os pesquisadores a um olhar crítico para o campo e os sujeitos com os quais se envolvem. Principalmente, devido a muitas vezes o procedimento e resultados gerados por essas práticas definirem qual vai ser os questionamentos norteadores de uma situação na qual o pesquisador em Design se insere. O que torna necessário, portanto, que as ferramentas e percursos aplicados façam parte desses debates e críticas.

6 Agradecimentos

Este artigo se trata de um desdobramento crítico em relação à dissertação realizada pela autora, que foi feita na Universidade Federal do Paraná – UFPR, de 2022 a 2024. A qual recebeu aporte financeiro da agência de fomento Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, Brasil (CAPES), com código de financiamento 001, por Demanda Social.

7 Referências

_____. **Um Clube de Mães que atende pais e jovens da Vila Torres**. Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba, 2019. Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/um-clube-de-maes-que-atende-pais-e-jovens-da-vila-torres/51931>>. Acesso em: 01 jun 2024.

ALMEIDA, Ana Julia M.; MONTUORI, Bruna F.; NICOLETTI, Viviane M.; SANTOS, Maria Cecilia Loschiavo. **Por práticas relacionais no design**. Arcos Design. Rio de Janeiro, PPD ESDI - UERJ, v. 12, n° 1, julho 2019.

BARBOSA, A. B. A. **Design Estratégico em Inovação Social para Negócios Sociais: Recomendações para o Planejamento Organizacional do Clube de Mães da Vila Torres - Curitiba/PR**. Dissertação (Mestrado em Design) - UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. 431p. Curitiba, 2024.

FARIA, M. M. **Card Sorting: Noções sobre a técnica para teste e desenvolvimento de categorizações e vocabulários**. Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Campinas, v.7, n. 2, p. 1-9, jan./jun. 2010.

FREITAS, M. da. S. **Planejamento estratégico: aplicando uma Análise SWOT na empresa Auto SuecoCO**. Dissertação, mestrado. Brasília: Universidade de Brasília, 2012.

FITZPATRICK, Darcie. **AEIOU Observation Framework**. Open Practice Library, 2018. Disponível: <<https://openpracticelibrary.com/practice/aeiou-observation-framework/>> Acesso em: 08 jun 2024.

LIMA, R. C. de. **Análise SWOT ferramenta para tomada de decisões: Um Estudo de Caso na Cerâmica Soledade Ltda, Campina Grande**. Trabalho de Conclusão de Curso –TCC. Campina Grande:

Universidade Estadual da Paraíba, 2016.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTIN, B.; HANINGTON, B. **Universal Methods of Design and Revised: 125 Ways to research complex problems, Develop, Innovative Ideas and Design effective solution**. 4. ed. Unidet States of America: Rock Port Publishers, 2019.

NAKAGAWA, M. **Ferramenta: Análise Swot (Clássico), Estratégia e Gestão, Movimento Empreenda**, São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF>. Acesso em: 08 jun 2024.

NASCIMENTO, R. C. L. **O marketing de relacionamento nas instituições bancárias**. Dissertação, mestrado. Niterói: Universidade Candido Mendes 2009.

NORONHA, R.; FURTADO, P. **Designs do por vir**. Vida, movimento, corporeidade. Anais do VIII Simpósio de Design Sustentável. Curitiba, v.1, 2021.

NORONHA, R.; PORTELA, R.; FARIAS, L.D. **Design, artesanato e participação: reflexões para a autonomia produtiva de mulheres artesãs no Maranhão**. 2022.

PRADA, Charles. **Canvas: conheça essa metodologia de inovação e sua relação com o Design Thinking**. Santa Catarina: EUAX Consulting, 2018. Disponível: <<https://www.euax.com.br/2018/02/canvas-design-thinking-inovacao/>>. Acesso em: 10 nov 2023.

SANTOS, Aguinaldo dos. et al. **Seleção do método de pesquisa: guia para pós-graduando em design e áreas afins**. Curitiba: Insight, 2018.

SPENCER, Donna. **Card sorting: Designing usable categories**. Rosenfeld Media, 2009.

THIOLLENT, M. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. 18ª ed. São Paulo: Cortez, 2011.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. Tradução: Daniel Grassi. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.