

Moda e Economia Solidária: um estudo do projeto “Casa Verde – IVERT” de Barbacena, Minas Gerais, Brasil

Glauber Soares Junior

Mestrando em Economia Doméstica pelo PPGED/UFV

Fabiano Eloy Atílio Batista

Doutorando em Economia Doméstica pelo PPGED/UFV

Ítalo José de Medeiros Dantas

Mestrando em Design pela PPGDESIGN/UFCG

RESUMO

Tem-se como intuito analisar como a Economia Solidária e a Moda podem dialogar, utilizando como contexto o projeto “Casa Verde IVERT”, fundamentado na cidade de Minas Gerais, Barbacena. Inicialmente realizou-se uma pesquisa bibliográfica. Sequencialmente, foi realizado um estudo de caso sobre o projeto através de entrevistas online e aplicação de questionários com participantes ou antigos integrantes do projeto e os dados foram examinados através de uma análise de conteúdo. Destaca-se que a maioria dos participantes são mulheres, que se autodeclararam pretas ou pardas e que possuem ensino superior completo. A casa funciona como uma “incubadora”, onde são desenvolvidas diferentes atividades que promovem a interação entre artistas, artesãos, pequenos produtores e profissionais interessados na busca pelo fortalecimento de uma ação coletiva. Por fim, destaca-se que Moda e Economia Solidária estão sendo inter-relacionadas, propiciando o consumo consciente e a elevação do ciclo de vida de produtos, principalmente através de trocas.

Palavras-chave: Antropologia social; Casa Verde IVERT; Economia Solidária; Moda Sustentável.

Fashion and Solidarity Economy: a study of the “Casa Verde - IVERT” project in Barbacena, Minas Gerais, Brazil

ABSTRACT

The aim is to analyze how Solidarity Economy and fashion can dialogue, using as a context the project “Casa Verde IVERT”, based in the city of Minas Gerais, Barbacena. Initially, a bibliographic research was conducted. Sequentially, a case study about the project was conducted through online interviews and application of questionnaires with participants or former members of the project. The data were examined through content analysis. It should be noted that most of the participants are women, self-declared black or mixed race, and have pursued higher education. The house functions as an “incubator”, where different activities are developed to promote interaction between artists, artisans, small producers and professionals interested in strengthening collective action. Finally, it should be noted that fashion and the Solidarity Economy are becoming interrelated, providing a conscious consumption and the elevation of the life cycle of products, mainly through exchanges.

Keywords: Social Anthropology; Casa Verde IVERT; Solidarity Economy; Sustainable Fashion.

Moda y Economía Solidaria: estudio del proyecto “Casa Verde - IVERT” de Barbacena, Minas Gerais, Brasil

RESUMEN

Se pretende analizar cómo la Economía Solidaria y la Moda pueden dialogar, utilizando como contexto el proyecto “Casa Verde IVERT”, con sede en la ciudad de Minas Gerais, Barbacena. Inicialmente se realizó una investigación bibliográfica. Secuencialmente, se llevó a cabo un estudio de caso del proyecto a través de entrevistas online y aplicación de cuestionarios con los participantes o antiguos miembros del proyecto. Los datos fueron examinados mediante un análisis de contenido. Cabe destacar que la mayoría de los participantes son mujeres, que se autodeclaran negras o mestizas y que han cursado estudios superiores. La casa funciona como una “incubadora”, donde se desarrollan diferentes actividades que promueven la interacción entre artistas, artesanos, pequeños productores y profesionales interesados en la búsqueda del fortalecimiento de una acción colectiva. Finalmente, se destaca que la Moda y la Economía Solidaria se están interrelacionando, proporcionando un consumo consciente y la elevación del ciclo de vida de los productos, principalmente a través de los intercambios.

Palabras clave: Antropología Social; Casa Verde IVERT; Economía Solidaria; Moda Sostenible.

Introdução

A indústria da Moda abarca estudos de campos distintos. Existem pesquisas que relacionam a Moda com questões sociológicas, antropológicas, econômicas e ambientais (ver REFOSCO; MAZZOTTI; SOTORIVA; BROEGA, 2011; BERLIM, 2012; NUNES, 2016; SCHULTE, 2018; PAIXÃO, 2019; PAIXÃO; KANAMARU, 2020). Por poder ser compreendida de acordo com variadas óticas, e por movimentar um grande valor monetário anualmente – segundo a ABIT (2020), em 2019 a cadeia têxtil e de confecção faturou R\$185,7 bilhões no mundo – tal indústria é evidenciada como uma das principais e mais importantes da economia no mundo. Contudo, a produção exagerada, o uso exacerbado de recursos naturais e o incentivo ao consumo desenfreado fazem com que essa indústria seja uma das mais poluentes do planeta (BERLIM, 2012).

Por meio de ações coletivas e colaborativas fundamentadas pela perspectiva da Economia Solidária tem-se a possibilidade de serem desenvolvidas práticas que são sustentáveis – podendo-se citar o exemplo de feiras onde peças do vestuário inutilizadas são trocadas por outras – e que ajudam no desenvolvimento de um senso crítico em relação ao consumo exagerado, auxiliando por consequência na diminuição dos impactos da Moda no meio ambiente.

Em certa medida, a sociedade tem sido convocada a repensar uma série de valores sociais e morais, oriundos do sistema capitalista, buscando construir um mundo melhor pautado na valorização do meio ambiente, do bem-estar dos mais variados atores sociais, entre outras instâncias da vida. Tem-se, portanto, na Economia Solidária um modelo que oportuniza a igualdade entre os membros da sociedade, deixando-a menos competitiva e que respeita as novas visões de mundo que a sociedade demanda (SINGER, 2001; PAIXÃO; KANAMARU, 2020).

Esse modelo de produção que vem ganhado cada vez mais espaço, denominado Economia Solidária, oportuniza em seus pilares os novos valores que a sociedade vem demandando, tais como: igualdade, cooperação, inserção de pessoas na produção e na vida social, trocas e aprendizagem entre os mais diversos atores, dentre múltiplos outros mecanismos potencializados. No caso da indústria têxtil e de Moda no Brasil, observa-se que existem cooperativas de confecção de vestuário fundamentadas pelo conceito da solidariedade, onde pessoas desempregadas possuem a chance de ingressar no mercado de trabalho. A Economia Solidária é apontada como um modelo que melhor aplica o conceito de sustentabilidade, na medida em que o foco não é distribuído diretamente nos produtos, mas sim nas pessoas e no seu trabalho (SINGER, 2001; 2008; PAIXÃO, 2019;

PAIXÃO; KANAMARU, 2020). Nessa lógica, a Economia Solidária é uma possibilidade de aderir a práticas que são sustentáveis e que podem auxiliar na diminuição dos impactos da Moda no meio ambiente.

Para Paul Singer (2008), podemos compreender a Solidária como um sistema onde os meios de produção são de posse coletiva dos atores que dele usufruem, ou seja, nesse modelo utiliza-se a prática de autogestão, por meio da qual cada empreendedor tem direitos e deveres e ambos são proprietários de tudo, dividindo os lucros e prejuízos.

Nessa perspectiva, foi utilizado como contexto específico o caso do projeto “Casa Verde IVERT – Instituto socioambiental das Vertentes”, realizado na cidade de Barbacena, município do interior de Minas Gerais. Trata-se de um projeto independente e autônomo que visa o fortalecimento da Economia Solidária em Barbacena e região. A Casa funciona como uma espécie de “incubadora” em que são desenvolvidas atividades que promovem o conhecimento entre artistas, artesãos, terapeutas, pequenos produtores e demais profissionais interessados em busca, não apenas pelo crescimento pessoal, mas também pelo fortalecimento de uma ação coletiva.

O objetivo da pesquisa foi o de analisar como a Economia Solidária e a Moda podem dialogar, na perspectiva de existirem ações organizadas e geridas pelos próprios participantes onde peças de vestuário são trocadas, ressignificando seu uso e elevando seu ciclo de vida. Assim, utilizou-se como contexto específico o caso do projeto fundamentado em Barbacena. Em síntese, trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa descritivo-exploratória. Em um primeiro momento, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, possibilitando uma visão macro em relação à temática. Sequencialmente, foi realizado um estudo de caso do projeto, através de entrevistas com os organizadores, que foram realizadas online, com base no método informal. Também foram aplicados questionários com perguntas estruturadas, a 15 participantes ou antigos integrantes do ambiente. Os dados foram examinados através de uma análise de conteúdo.

Este artigo, para além dessa introdução e das considerações finais, foi estruturado em três seções. A primeira apresenta o referencial teórico constituído das principais categorias abordadas, sendo essas: Economia Solidária e Consumo Consciente e suas imbricações com a Moda. A segunda seção traz a metodologia utilizada para o desenvolvimento da pesquisa. Por fim, na terceira seção, são apresentadas as análises dos resultados coletados através da pesquisa de campo.

Economia Solidária e Moda num contexto do Consumo Consciente e sustentável: um diálogo fundamental

A Economia Solidária estabelece vias que reconfiguram a economia, colocando em centralidade as pessoas e o meio ambiente e se opondo ao crescimento que explora o trabalho em prol de lucros privados. A Economia Solidária é um movimento que busca pela concepção de um meio justo e sustentável e vem ocorrendo em quase todos os países do mundo. Trata-se de um ecossistema de práticas já existentes – trabalho coletivo, solidariedade, equidade, cooperação, democracia participativa, sustentabilidade, mutualismo e pluralismo – conectadas, em que há uma tentativa de se constituir uma alternativa econômica para as pessoas que precisam e querem integrá-la (KAWANO, 2018).

Para Jean-Louis Laville (2010), o movimento de Economia Solidária surge em contextos distintos, possuindo grande variedade de práticas dentro de uma mesma sociedade. Iniciativas deste tipo tendem a ser políticas e econômicas, o que amplia e reconfigura a economia social, possibilitando ser tida como uma alternativa às sucessivas crises que permeiam o sistema capitalista. Segundo Emily Kawano (2018), a Economia Solidária tenta transformar o sistema capitalista, pautado no lucro – e outros sistemas autoritários – em um sistema que seja voltado para as pessoas e para o meio ambiente. Para isso, a Economia Solidária está em constante evolução e é composta por profissionais, acadêmicos, ativistas e defensores do meio ambiente. A Economia Solidária está presente em todos os setores da economia, monetizados ou não, formalizados ou informais.

Existe uma gama de tipologias no que diz respeito à Economia Solidária. Entre as possibilidades, estão: cooperativas de trabalhadores, cooperativas de produtores, coletivos voluntários, jardins comunitários, coletivos de autoempregados e trabalho de cuidado não remunerado. A motivação para a criação de projetos estabelecidos no conceito da Economia Solidária se dá por diversos fatores e pode-se destacar: a ideologia e as necessidades decorrentes de crises econômicas e ecológicas. Elucida-se que, na contemporaneidade, práticas de Economia Solidária nascem em muitos dos casos como respostas às crises advindas do neoliberalismo, da globalização e das rápidas mudanças tecnológicas – que geraram e geram grandes desigualdades sociopolíticas e econômicas, desempregos e subempregos (KAWANO, 2018).

O sentimento de individualismo atrelado à ânsia pela disputa faria com que uma sociedade que se pautasse apenas nesses conceitos como ordem, sucumbisse

efemeramente. Faz-se fundamental haver algum tipo de relação solidária, livre de interesses para um bom funcionamento da sociedade. A Economia Solidária possui tamanha importância, pois não apenas auxilia na geração de renda, mas, principalmente, insere e integra as pessoas participantes no mercado consumidor. Singer (2008) afere à Economia Solidária essa importância, pois, segundo ele, ela não se limita ao campo econômico, mas também atua na geração de sociabilidades, gerando por consequência uma melhoria na qualidade de vida dos membros que contribuem entre si.

Outro fato importante sobre a Economia Solidária é que ela é um modo de estar no mundo e um mecanismo que incentiva a produção e o consumo local (produzidos em uma determinada região) de uma maneira sustentável (na multiplicidade do termo). É, por finalidade, um movimento social de suma importância face o modelo capitalista, para uma sociedade emancipatória e que busca um desenvolvimento baseado no bem-estar social das comunidades e não nas grandes empresas (BERTUCCI; LIMA; TYGEL; NAGEM; AMORIM; SOUZA; KIRSCH; SILVA, 2010).

Nas últimas duas décadas, esses experimentos relacionados à economia adquiriram conhecimentos inovadores aplicados nos campos da produção, da sociedade e do meio ambiente. Muitas experiências foram fortalecidas, e essa nova forma de produção e de sociabilidade surgiu entre seus membros. Em todo o mundo, é crucial buscar a sobrevivência e buscar novas formas de experiência e educação coletivas. Pessoas em vulnerabilidade social estão formando uma nova interação social baseada nas formas objetivas de produção e geração de renda e na disseminação de novos valores culturais, sociais e ambientais (MORAIS; LANZA; SANTOS; PELANDA, 2011).

As organizações sociais e econômicas pautadas na solidariedade possuem como característica o fato de serem gerenciadas a partir de valores solidários, em que impera a coesão e não a competição. A Economia Solidária consiste em vários tipos de empreendimentos e associações voluntárias que oferecem benefícios econômicos aos seus atores sociais. O surgimento dessas empresas é uma resposta à demanda que o sistema dominante se recusa a atender (SINGER, 2001).

Segundo Luiz Gaiger (2003), as ações solidárias encontram-se em um momento de dualidade. Ao mesmo tempo em que evoluem, tais iniciativas ainda são muito frágeis no que tange às relações que existem entre si e com intermediários econômicos. Muitos empreendimentos solidários e entidades de crédito têm surgido nos últimos anos, no entanto, a maioria dessas iniciativas é apenas experimental, ou seja, possuem grande significado, mas não geram tanto impacto social. A fim de garantir continuidade e

reprodução de tais projetos, as iniciativas privadas têm a necessidade de resistir e se adaptar com as consequências indiretas que sofrerão do sistema capitalista. “As tentativas de romper o círculo, por meio de contatos, trazem reforço moral e político, mas carecem por hora de práticas efetivas de intercâmbio econômico, tanto mais quando envolvem segmentos e atores sociais diferentes” (GAIGER, 2003, p. 206).

Diante da evolução mecânica da indústria global, os hábitos de consumo de produtos de Moda também foram se modificando e assumindo características sociais que alinhavam o ser ao ter. Com isso, os empreendimentos passaram a enxergar apenas os lucros advindos desse sistema de industrialização rápida como uma área de crescimento mais veloz e efetiva, esquecendo não apenas dos problemas ambientais que se agravaram com o aumento da produção e do consumo, mas de questões éticas e de qualidade que perpassam por todos os pontos da cadeia produtiva (BARRIOS, 2012; SAPPER; PIZZATO; JACQUES; TEIXEIRA, 2018; SAPPER, 2018).

Na indústria da Moda, as dinâmicas da Economia Solidária extrapolam as relações produtivas e a perspectiva do consumidor também é observada como chave nesse processo. Neide Schulte e Lucas Rosa (2009, p. 590) expressam que “descobrir como fazer uma moda ‘ética’, mais adequada ao contexto do desenvolvimento ambientalmente sustentável, é o grande desafio do design de moda para o vestuário na era pós-moderna”. Como evidenciado, dentre outros fatores, o consumo rápido dos produtos de Moda é um dos principais responsáveis pela degradação do meio ambiente, da busca por exploração de recursos e dos seres humanos que fazem parte da cadeia produtiva.

O consumo consciente ganhou expressa atenção nos últimos anos quando começou a se falar cada vez mais sobre a necessidade de um pensamento sustentável dentro da indústria da Moda (REFOSCO, MAZZOTTI; SOTORIVA; BROEGA, 2011). No contexto da Economia Solidária, o consumo consciente se configura como uma válvula que interliga o produtor de Moda sustentável com os seus potenciais consumidores, pessoas que pensam ativamente na cadeia produtiva e como podem prover uma colaboração, realimentando o sistema. Essas atitudes garantem que através desse consumo local e estrategicamente pensado, a indústria da Moda seja obrigada a repensar suas ações sociais e produtivas. Segundo Lilia Kanan (2011, p. 619), “as práticas de consumo solidário são direcionadas pela preferência por produtos e serviços que não exploram trabalhadores e não agredem o meio ambiente”.

Um exemplo da relação que pode existir entre a Economia Solidária e a Moda – destacando não apenas a produção de Moda, mas a elevação do ciclo de vida de produtos

que já estão em circulação – pode ser compreendido através do evento ‘Brechó EcoSolidário’, que vem sendo realizado desde 2006 na cidade de Salvador no Estado da Bahia. Por meio deste evento, pode-se evidenciar que as ações sociais vêm se afirmando no que tange às inovações nas questões que se referem a ações coletivas, que são baseadas em muitos momentos, na criatividade de quem está participando. Os participantes de ações como esta contribuem na geração de costumes inovadores, e mesmo encontrando situações difíceis para sua manutenção, possibilitam que os inseridos cultivem qualidades subjetivas como a alegria e o engajamento (NUNES, 2016).

Em uma era dominada pela tecnologia e pela conectividade digital, ironicamente, o distanciamento social se torna cada dia mais uma realidade. A superficialidade líquida das relações cotidianas é comentada desde as palavras de Zygmunt Bauman (2007), discutindo os laços inter-humanos e as fragilidades que se interligam dentro dessas conexões; a partir disso, consegue-se adentrar em um debate que cerca os efeitos de confiança na contemporaneidade e no seu conseqüente enfraquecimento, onde tudo muda extremamente rápido e a busca pelo novo é constante.

Com a noção do restabelecimento e fortalecimento dos tipos de relações de confiança humana, tanto quanto a aproximação desses laços, a ideia de economia de compartilhamento (explicitada logo abaixo) é discutida através das ideias de Alexandre Silveira (2017, p. 146) como o desenvolvimento empreendedor em plataformas digitais, onde as pessoas ofertam produtos, serviços ou conteúdo, à medida que complementa como, “tais produtos ociosos tornam-se novamente funcionais e disponíveis, a partir da prática de aluguel, troca ou doação, sendo reutilizados novamente em escala”. A aproximação e o compartilhamento de experiências inter-humanas passam a ser uma realidade nesse contexto. Os principais exemplos comumente citados nesses tipos de discussões são os da empresa Uber e o Airbnb, que se tornaram companhias com características maiores, onde pessoas compartilham entre si um determinado produto ou serviço, à proporção que se obtém lucro a partir disso (DOIN, 2019).

Na Moda, essa ideia de economia de compartilhamento se explicita através das novas formas de uso e troca de artefatos de vestuário e joias, tendendo sempre ao caminho do slow fashion – moda lenta em tradução livre, sendo um movimento constituído por um “[...] repertório político-ideológico estritamente ligado às premissas da sustentabilidade social e ambiental e, também, organiza e expressa simultaneamente às críticas éticas e estéticas” (BERLIM, 2016, p. 11) – e do consumo ético e consciente, onde se desenvolve atualmente a noção de guarda-roupa compartilhado, com possibilidades de aluguel de um

produto por uma quantidade pré-determinada de horas por um valor menor do que custaria normalmente. Dessa maneira, consegue-se manter o pensamento de consumo, que consiste em sempre se estar em posse de uma peça nova, no entanto, sem consumir de maneira desenfreada e ilimitada, pensando de forma sustentável (GIMENEZ; CARVALHAES, 2016).

A noção de solução habilitante, soluções técnicas que intuem incentivar comunidades a colaborarem para atingir resultados benéficos (FREIRE; OLIVEIRA, 2017), vão ao encontro do conceito de economia de compartilhamento, pois aborda justamente essa troca de conhecimento entre indivíduos de uma comunidade em busca de soluções que sejam ao mesmo tempo criativas, inovadoras e úteis. Ou seja, o ponto central que ronda essas comunidades criativas compreende o desenvolvimento de soluções através de produtos ou processos que levarão os componentes de uma comunidade a produzirem soluções para si mesmas, facilitando suas vidas ou vivências naquele determinado ambiente. Em síntese, são as soluções de design partindo da própria comunidade (FREIRE; OLIVEIRA, 2017).

Nesse entremeio, o designer surge como um facilitador de todos os processos, organizando e desenvolvendo inovações que proporcionarão um ganho para aquele meio trabalhado, aplicando as mesmas metodologias de design já conhecidas pelo profissional (FREIRE; DEL GAUDIO; FRANZATO, 2016). O conceito de inovação versa exatamente sobre um produto ou processo com caráter de novidade dentro de um contexto sociocultural e tecnológico que, por sua vez, seja aplicado de maneira prática em uma realidade e se consiga obter resultados positivos e efetivos a partir disso (BAXTER, 2011). Aprofundando a discussão, a inovação pode ser discutida, observada e enquadrada através de três parâmetros: técnica, social e sociotécnica.

Com relação à inovação técnica ou tecnológica, compreende o surgimento de alternativas industriais para materiais ou processos que facilitam o desenvolvimento de novos produtos, tal como os tecidos tecnológicos que se conhecem na atualidade, com características impermeáveis (TORRES, 2018), ou produtos têxteis que protegem contra a proliferação do novo coronavírus. No que se refere à inovação social, configura-se enquanto todas aquelas que alteram as mudanças em práticas sociais e no desenvolvimento humano a partir de ações coletivas (MANZINI, 2007). Seu nicho visa o desenvolvimento da sociedade de modo geral e, não apenas determinados grupos de pessoas. Regina Okada e Lilyan Berlim (2014, p. 12) sugerem como exemplo o Núcleo Design do Bem, fundado a partir do Programa de Pós-Graduação em Design de Moda e Sustentabilidade dos

Institutos Superiores La Salle, que “tem como objetivo criar plataformas de pesquisa e de extensão adequando ideias criativas, fortalecendo serviços, processos inovadores, parcerias e experiências”.

No entanto, quando se discute as duas perspectivas dentro de um único movimento com potencial de inovação, percebe-se a sociotécnica como mudanças práticas e efetivas em setores específicos de aplicação, como exemplo setor alimentício, comunicações ou transportes, entendendo esse tipo de inovação como um novo paradigma (TORRES, 2017). Nesse universo, fundem-se ambos os lados de interesse e importância: o conhecimento técnico de material, tecnologia, recursos humanos, com suas respectivas aplicações socioculturais e pontos como leis e normas que regem aquele espaço (TORRES, 2018). Esse pensamento é valorizado por Pablo Torres (2017, p. S3037, tradução nossa) ao explicitar que “inovação sociotécnica implica em um processo de mudança da estrutura do sistema e relações entre os atores dentro do sistema”.

A participação das comunidades ou usuários, ou seja, de todos as partes interessadas que envolvem a criação do produto ou processo, apresenta-se como crucial para entender o planejamento estratégico, co-criativo e participativo. As perspectivas tradicionais não se categorizam como realidade no cenário contemporâneo de empreendedorismo, marketing e desenvolvimento de produtos ou processos, compreendendo uma importância crucial a percepção de todos os envolvidos para criação de valor (NASCIMENTO; MENEGHATTI; HUS; SILVA, 2019).

Metodologia

Para atingir os objetivos elencados – apresentados na seção de introdução – a presente pesquisa foi desenvolvida inicialmente através de varreduras teóricas (GIL, 2008), essencialmente relacionadas a categorias analíticas fundamentais como Economia Solidária e Consumo Consciente, Design e Impacto Sociais, dando ênfase a como essas áreas se intersectam com a Moda.

Após a consolidação das bases teóricas, a pesquisa foi direcionada para um estudo de caso referente ao projeto “Casa Verde IVERT”. O estudo de caso foi escolhido devido a esta metodologia proporcionar a geração de dados primários, possibilitando deter de uma visão micro em relação à realidade do fenômeno analisado. Para Babbie (2001), ao realizar um estudo de caso, o pesquisador procura descrever da forma mais abrangente possível a comunidade estudada e tenta determinar as inter-relações lógicas dos seus vários

componentes. A escolha pela utilização de tal método deu-se também pelo fato de que alguns autores de manuais de pesquisa científica (LAVILLE; DIONE, 1999; BECKER, 2007) atribuem ao estudo de caso a factibilidade da produção de pesquisas mais aprofundadas, possibilitando a concepção de análises de situações muito específicas e complexas.

O campo da pesquisa em decorrência do isolamento social causado pela pandemia de Covid-19 ocorreu de maneira online, entre os meses de abril de 2020 e janeiro de 2021. Durante a pesquisa de campo, foram organizadas entrevistas com as coordenadoras do projeto. As entrevistas foram concebidas no método informal, em que “[...] a entrevista é o menos estruturada possível e só se distingue da simples conversação porque tem como objetivo básico a coleta de dados” (GIL, 2008, p. 111).

Além das entrevistas com as coordenadoras, foram aplicados questionários com oito perguntas estruturadas – que auxiliam na caracterização dos participantes e possibilitam compreender a realidade, importância e desafios enfrentados – a 15 membros ou pessoas que já integraram o projeto, com a finalidade de enriquecer a discussão, compreender as principais características dos participantes e tentar medir a relevância do projeto supracitado. Os questionários foram aplicados através do “Formulários Google”.

A pesquisa possui abordagem qualitativa de natureza descritivo-exploratória. O método para a composição da amostragem utilizada foi o da “bola de neve”, em que foram identificados os agentes considerados chaves para realização da pesquisa e estes indicaram outras pessoas, e assim sucessivamente (VINUTO, 2014). Importante destacar que foram enviados questionários a 20 pessoas, e, dentre esses, 15 foram respondidos. Para a análise dos dados coletados em campo, optou-se pela análise de conteúdo, proposta por Laurence Bardin (2011).

A análise de conteúdo refere-se a uma técnica de tratamento de dados utilizados em pesquisas qualitativas – embora não se restrinja somente a estas – e de acordo com Laurence Bardin (2011, p.47), diz respeito a um conjunto de “[...] procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, [...] que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”. Portanto, trata-se de uma ferramenta utilizada para compreensão das construções e dos significados que os sujeitos exteriorizam em seus discursos.

Nessa pesquisa, através da aplicação do questionário, analisaram-se variáveis que possibilitaram caracterizar demograficamente os participantes – sexo, idade, raça/cor,

nível de escolaridade – além de categorias mais subjetivas que permitiram compreender as motivações que levam os participantes a optarem pela ação estudada, bem como entender como se dá suas participações para o pleno funcionamento do projeto.

“Casa Verde IVERT” e o incentivo ao consumo consciente

De acordo com as coordenadoras entrevistadas, originalmente, o projeto “Casa Verde IVERT” (Figura 1) foi desenvolvido como um Coworking – um modelo de trabalho que se baseia no compartilhamento de espaço e recursos – tendo como objetivo abarcar experiências de diversas áreas. Após um período o idealizador deixou a administração do projeto, e para que ele não fosse descontinuado, algumas pessoas envolvidas e o Instituto Socioambiental das Vertentes assumiram a coordenação. A ideia de desenvolver tal projeto surgiu da necessidade de se ter um espaço para divulgação de trabalhos na área de arte, educação e saúde holística.



Figura 1: Fachada da Casa Verde.

Fonte: <https://www.facebook.com/photo?fbid=3111793895571044&set=pcb.611745236137705>

A Casa Verde IVERT é mantida através do compartilhamento de despesas e receitas entre os participantes, o que nem sempre é possível, visto que o quantitativo de vendas, bem como o faturamento, pode se alterar mensalmente. Neste contexto, este é o maior desafio a ser enfrentado: manter um projeto de forma autônoma e independente, pois se trata de uma ação relativamente nova com aproximadamente dois anos e meio de funcionamento, já que foi fundamentada em setembro de 2017, e ainda há uma

rotatividade considerável entre os participantes. Uns vão, outros vêm, dentro dos próprios contatos proporcionados pelas atividades da Casa.

Em entrevista para o jornal “Barbacena Mais” (2019), Olivia Batista, uma das incentivadoras e mantenedoras do projeto, relata que ele promove uma conscientização em relação ao consumo exagerado de diversos produtos, inclusive, os de Moda. O projeto conta com a realização da intitulada “Feira Moderna” (Figura 2), sendo esta uma importante ferramenta, em que a orientação de sustentabilidade é voltada para a questão da redução do consumo, associado ao reaproveitamento e reciclagem de artigos (vestuário, calçados, bijuterias, utensílios domésticos, livros, entre outros objetos que se encontram em desuso).



Figura 2: Objetos vendidos/trocados em Feira da Casa Verde.

Fonte: <https://www.facebook.com/photo?fbid=3111808232236277&set=pcb.611745236137705>

Ainda, segundo Olívia, a feira funciona através da realização de trocas. Os participantes são convidados a desapegar de objetos que não são mais utilizados, trocando-os por outras peças de seus interesses. Além disso, ao final da feira, os interessados são convidados a participar de uma atração cultural e de um lanche compartilhado (BARBACENA MAIS, 2019). Além da “Feira Moderna”, de acordo com outros entrevistados, outra atividade importante do projeto é a “Feira de Produtos sem Veneno”, sendo inclusive, a única atividade que continuou funcionando em tempos de pandemia e quarentena. Nessa feira, pequenos agricultores têm a possibilidade de comercializar seus produtos.

O uso do ambiente público para realização de eventos e projetos comunitários, como uma feira de trocas, apresenta-se com muita relevância na contemporaneidade, na medida em que integra pessoas gerando sociabilidade, compartilhamento de experiências e vivências, entre outros aspectos. Nesse sentido, muitas questões estão sendo modificadas no que concerne a “excessos e escassez”. Dessa forma, essas ações coletivas vêm propiciando um pensamento mais crítico das pessoas no que diz respeito à procura por um modo de vida e de consumo com mais consciência e sustentabilidade (LISBOA, 2017).

O projeto permite a profissionais como produtores agroecológicos, professores de dança, musicistas, artistas, artesãos, entre outros, tenham uma oportunidade de desenvolver e expor seu trabalho buscando auferir rendimentos para sua sobrevivência bem como para a manutenção da Casa.

A “Casa Verde IVERT” no ponto de vista dos participantes

Como elucidado anteriormente – na seção que apresenta a metodologia da pesquisa – aplicou-se um questionário aos integrantes ou antigos participantes da ação estudada. No que tange às perguntas deste questionário, as três primeiras possibilitaram caracterizar demograficamente os respondentes em relação ao sexo, raça/cor e nível de escolaridade. No que diz respeito ao sexo dos participantes, evidencia-se que 80% são mulheres e 20% são homens, como é destacado na Fig. 3.

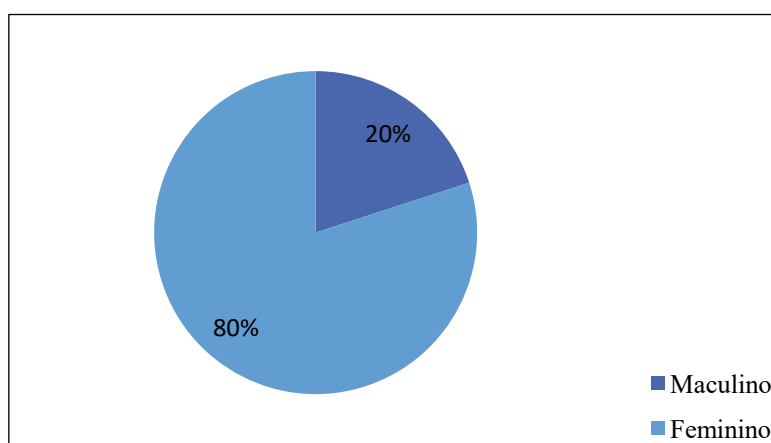


Figura 3: Participantes da Casa Verde por sexo. Fonte: dados da pesquisa (2021)

Como evidenciado por Oliveira (2008), há muito tempo, a mulher enfrenta situações difíceis no que tange ao trabalho, pois precisa enfrentar inúmeras formas de

desvalorizações, como a falta de emprego, as diferenças salariais em relação ao homem e a alocação em subempregos. Nesse sentido, a participação em entidades de Economia Solidária é tida como uma maneira de resilir a essas problemáticas, tendo em vista que este tipo de economia proporciona geração de renda de maneira autônoma, elevação da autoestima e participação democrática de todos os envolvidos.

A Economia Solidária se respalda também no conceito de equidade. Nessa ótica, esse tipo de economia faz oposição a todo tipo de opressão – racial, sexista, religiosa, cultural, entre outras. Os valores da Economia Solidária são formados muitas das vezes por movimentos sociais. Dessa forma, acredita-se que projetos estabelecidos através dessa perspectiva são criados para resistir e construir (KAWANO, 2018). Nessa circunstância, em relação à raça/cor dos participantes da ação estudada (Figura 4), 47% se autodeclaram pretos ou pardos, 46% se consideram brancos, enquanto 7% se declaram amarelos, caracterizando a inclusão e participação de perfis diferentes no projeto.

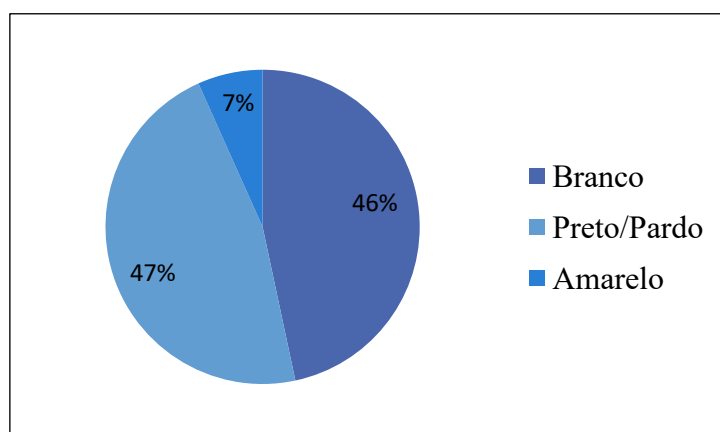


Figura 4: Participantes da Casa Verde por raça/cor. Fonte: dados da pesquisa (2021)

Quanto ao grau de escolaridade dos participantes da iniciativa estudada (Figura 5), tem-se destacado que a maioria possui ensino superior (53%). Sequencialmente, 40% possuem ensino médio e 7% ensino fundamental.

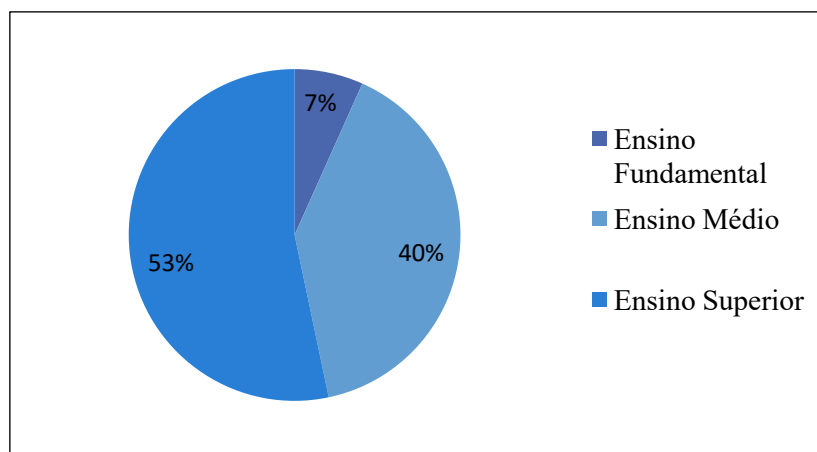


Figura 5: Participantes da Casa Verde por grau de escolaridade. Fonte: dados da pesquisa (2021).

A partir dos dados supracitados sobre o nível de escolaridade dos participantes podemos levantar, a princípio, três hipóteses, que não temos a pretensão de responder nesse estudo: a) há uma tendência de mudança no mercado de trabalho que não absorve os sujeitos com formação superior – em especial pela dita “remuneração elevada” desses profissionais, e estes buscam novos meios profissionais; b) os ambientes de trabalho, bem como as relações de trabalho se encontram precarizadas, e os profissionais com nível superior preferem ser donos de seus próprios negócios; c) participar desses empreendimentos coletivos tem se tornado uma prática de empreendedorismo alternativo mediante as diversas crises e instabilidades.

As cinco perguntas sequenciais presentes no questionário foram estabelecidas com a finalidade de medir a importância e as dificuldades de participar e de manter o projeto em vigência. Com base nisso, quanto à motivação de integrar ou de já ter feito parte do projeto, evidencia-se que muitas questões distintas foram apontadas pelos respondentes dos questionários. Assim, foram citadas como motivações: a oportunidade de comercializar produtos; conseguir trabalhar; reunir pessoas em prol de um mesmo objetivo; ter a oportunidade de construir relações interpessoais; a conscientização em relação ao consumo que o local proporciona; que a ação auxilia na participação de movimentos culturais e artísticos; por possibilitar que pequenos comerciantes vendam suas mercadorias; pela oferta de alimentos sem conservantes e mais saudáveis; e até mesmo por ser um local para continuar trabalhando após a aposentadoria.

A Casa Verde IVERT é uma ação que concentra muitas atividades distintas em um mesmo local e isso vai ao encontro das pesquisas de Kawano (2018), que apresenta a Economia Solidária como uma iniciativa plural. Nesse sentido, a Economia Solidária é

uma ação fixa, contudo, são apresentados caminhos distintos para um mesmo objetivo – o de gerar um local mais justo e sustentável. Em relação ao tipo de economia e tipo de produto que é comercializado na Casa, as respostas foram das mais variadas: Além de compartilhar o espaço para atividades do grupo, antes da pandemia, eram aplicados o Método Biodigital de Diagnóstico e Tratamento com Plantas Medicinais; forneciam almoço para os feirantes; eram comercializados objetos reciclados; comercialização de plantas ornamentais e alimentos no geral; comercialização de artesanatos locais; venda de roupas, calçados, peças em tie dye, sendo estas tingidas manualmente; realização de bazares etc. Ademais, fazem parte das ações oferecidas na Casa aulas de dança, propiciando que profissionais ofereçam além de produtos, seus serviços. Por fim, outra questão destacada foi a participação de voluntários que auxiliam na limpeza do local.

Com relação à importância que a ação tem no ponto de vista dos participantes, elucida-se que apesar das dificuldades enfrentadas – como a rotatividade dos participantes, o desafio de gestão e utilização do local de maneira compartilhada – o projeto de natureza socioambiental e cultural demonstra que a sustentabilidade através da Economia Solidária é possível. Nesse sentido, através da ação muitas pessoas possuem rendimentos conseguindo sustentar a si e suas famílias. Além da aquisição de renda, os participantes destacaram que: o projeto dá visibilidade aos produtos e serviços dos profissionais envolvidos; que a reunião de pessoas com os mesmos interesses torna o espaço propício para a sociabilidade; que a ação é importante para a sobrevivência da cultura local; que é essencial para o incentivo às práticas solidárias, consumo consciente, agroecologia e arte popular; que o espaço é receptivo com todos os que querem e precisam; que a ação auxilia no resgate da autoestima, através dos valores simples e culturais de uma comunidade, principalmente das mulheres.

Projetos fundamentados no conceito de Economia Solidária são estabelecidos de maneira coletiva e pautados no princípio da solidariedade (LEAL; RODRIGUES, 2018). Contudo, é de suma importância que seja entendido que o princípio de solidariedade que se aplica na Economia Solidária “[...] especifica-se pela solidariedade democrática, não se confundindo com a filantrópica, da qual decorrem ações sociais de cunho caridoso, mas sim de uma solidariedade que pauta-se pela igualdade, pela reciprocidade, e pela necessidade de organização para produzir” (LEAL; RODRIGUES, 2018, p. 212).

Nesse sentido, para uma ação deste tipo ser eficiente, precisa haver interações sociais determinadas pela igualdade, cooperação, pelo compartilhamento, reciprocidade, altruísmo, harmonia, entre outras questões (KAWANO, 2018). Em referência aos desafios

e dificuldades encontradas na manutenção das atividades do local, a maioria das respostas apontaram para duas questões: a falta de apoio dos órgãos políticos municipais e a dificuldade financeira para a manutenção do espaço. Ademais, foram destacadas questões como a alta rotatividade de pessoas no projeto; o pagamento de aluguel – e impostos como o IPTU; o isolamento social causado pela pandemia de Covid-19; o convívio consciente e harmônico entre os participantes; falta de envolvimento da comunidade local; e falta de divulgação em relação ao projeto.

Quanto à valoração deste tipo de iniciativa, a maioria dos participantes acredita que a ação não possui a valorização necessária. Nesse sentido, é destacado que a Casa não alcança um número considerável de pessoas e isso pode ser atribuído a questões como falta de divulgação e falta de costume da comunidade local com projetos deste tipo. Como destacado por um dos respondentes, os habitantes da cidade de Barbacena são acostumados com espaços socioculturais individualizados, assim o processo de entendimento da dinâmica de funcionamento da Casa fica mais lento.

A Economia Solidária possui entre os seus alicerces a democracia na participação. Essa democracia é entendida antes de tudo como uma forma de haver participação no desenvolvimento da coletividade – um dos princípios básicos deste tipo de economia. De acordo com Leal e Rodrigues, (2018, p.216), “a consequência imediata da adoção da democracia na Economia Solidária, em consonância com a autogestão, diz respeito à participação dos sócios e seu poder na tomada de decisões”, assim, diferentemente da economia tradicional, onde a participação é de acordo com a colaboração societária – aquele que investiu mais ou possui o maior cargo – as autoras enfatizam que, por meio da democracia, “[...] na Economia Solidária todos tem participação equitativa” (LEAL; RODRIGUES, 2018, p. 216), tornando-a, por finalidade um empreendimento voltado para uma humanização das relações sociais. As tomadas de decisão coletivas possibilitam que as pessoas interajam e participem de maneira unida e sem distinções, bem como fomenta a formação de soluções para possíveis situações difíceis (KAWANO, 2018).

Nesse sentido, perguntou-se aos participantes do projeto “Casa Verde IVERT” se todos se sentem/sentiam parte dos processos de tomadas de decisão. Como pode ser constatado na Figura 6, a maioria dos respondentes (67%) considera que possui participação em todos os processos de tomada de decisão, enquanto 33% responderam que não.

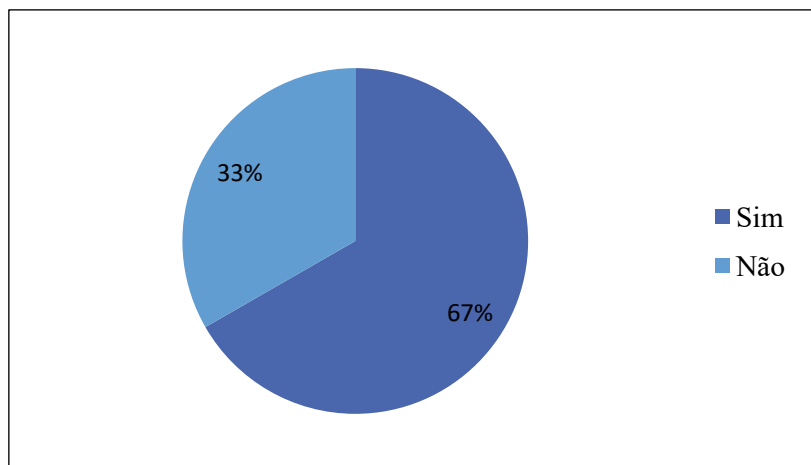


Figura 6: Participação em tomadas de decisões para os participantes da Casa Verde. Fonte: dados da pesquisa (2021)

Projetos como a “Casa Verde IVERT”, que são voltados para a Economia Solidária possuem desafios e dificuldades próprias para sua manutenção e continuidade como foi evidenciado nessa seção. Dessa forma, como elucidado por Kawano (2018), as pessoas que participam dessas ações precisam estar empenhadas em construir, fortalecer e conectar práticas para viabilizá-las. Precisa-se encontrar de maneira coletiva e harmônica formas de se manter e prover suas comunidades. Ações governamentais precisam firmar parcerias no que diz respeito principalmente a estruturas para a manutenção, apoiando para que as pessoas criem suas soluções. O sistema da Economia Solidária pauta-se sobretudo na fundamentação de uma economia em que todos tenham o suficiente para viver bem.

Considerações Finais

A Economia Solidária nasce como um caminho para construção de uma rede de trocas integrativas, que auxilia na aproximação positiva de todos os atores sociais de uma cadeia, tanto de produção como de consumo, servindo como um contraponto dos meios de trabalho capitalista atuais.

No sentido evidenciado no parágrafo anterior, acredita-se que o objetivo da pesquisa, de analisar como a Economia Solidária e a Moda podem dialogar, através do caso específico do estudo das atividades de Economia Solidária desenvolvidas dentro do projeto “Casa Verde IVERT”, da cidade de Barbacena, Minas Gerais foi atingido. Foi atingido, pois, através do levantamento bibliográfico e principalmente das entrevistas realizados com organizadores e membros – e antigos integrantes – da ação citada foi

possível compreender que a Moda – tanto do ponto de vista de produção e principalmente de elevação do ciclo de vida de produtos através de trocas – através da Economia Solidária, gera renda para quem precisa, auxilia no desenvolvimento do senso crítico em relação ao consumo exagerado, e diminui os impactos causados na esfera ambiental.

Na atualidade, discussões acerca da temática Economia Solidária são de suma importância em várias áreas, e não seria diferente na Moda. Nesse sentido, conclui-se que ações coletivas como a “Casa Verde IVERT” são baseadas muito mais na solidariedade do que nos valores econômicos. Nessa visão, o empoderamento e a ação de cada um são vitais para uma construção coletiva. Como elucidado por Mariana Martins e Dimitri Toledo (2016), as ações coletivas estão associadas à busca por mudanças sociais e econômicas, pautando-se no bem-estar comum, em que o consumo e a produtividade são atividades coletivas. Por consequência, luta-se continuamente pela minimização de desigualdades sociais e do desenvolvimento de um estilo de vida mais sustentável.

O cooperativismo vem se consolidando ao redor do mundo como uma alternativa ao sistema capitalista. Na área têxtil e de Moda, a Economia Solidária é tida como uma alternativa de produção que gera entre outras questões certa redução em impactos causados ao meio ambiente. Assim, a Economia Solidária é apontada como um modelo em que se emprega de maneira satisfatória o conceito de sustentabilidade, na medida em que este exemplar é pautado no ser humano e no trabalho coletivo e democrático, gerando por consequência melhor qualidade de vida e desenvolvimento local (PAIXÃO; KANAMARU, 2020). Destaca-se, então, que projetos como a “Casa Verde IVERT”, apresentam oportunidades para pessoas que estão sem trabalho e para pequenos produtores, através de uma economia de autogestão e de participação mútua.

Destaca-se que em toda pesquisa científica existem desafios e limitações. Nesse estudo, evidencia-se a dificuldade de generalização dos dados coletados por se tratar de um projeto bastante específico, principalmente pela metodologia utilizada de estudo de caso. Ademais, outro empecilho foi a realização da pesquisa de maneira online, fazendo com que as respostas adquiridas nas entrevistas e nos questionários possam ter sido menos ricas em detalhes.

O tema relacionado à Economia Solidária é muito amplo e pode ser bastante explorado. Nessa perspectiva, em relação a trabalhos futuros, indica-se que sejam analisados como projetos que se pautam nessa temática resistiram aos novos desafios que se formaram e continuam se formando em decorrência do isolamento social causado pela pandemia de Covid-19 no ano de 2020.

Referências

- ABIT (Brasil). *Perfil do Setor*. 2020. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 28 mar. 2021.
- BABBIE, Earl. *Métodos de Pesquisas de Survey*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001.
- BARBACENA MAIS. *Feira Moderna incentiva o consumo consciente em Barbacena*, 2019. Disponível em: barbacenamais.com.br/cotidiano/19-cidade/12016-feira-moderna-incentiva-o-consumo-consciente-em-barbacena>-. Acesso em: 29 de junho de 2020.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARRIOS, Maria C. L. *El Impacto del Fast Fashion pronta moda*. Revista Acadêmica e Institucional: Arquetipo de la UCP, n. 4, p. 71-80, 2012. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5654048>>. Acesso em: 29 mar. 2021.
- BAUMAN, Zygmunt. *Tempos líquidos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- BAXTER, Mike. *Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos*. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2011.
- BECKER, Howard. *Segredos e truques da pesquisa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2007.
- BERLIM, Lilyan. *Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.
- BERLIM, Lilyan. *Transformações no Campo da Moda: crítica ética e estética*. 2016. 359 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, UFRRJ, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://tede.ufrj.br/jspui/handle/jspui/2139>>. Acesso em: 10 fev. 2020.
- BERTUCCI, Ademar; LIMA, Cláudia; TYGEL, Daniel; NAGEM, Fernanda; AMORIM, Rozzoneide; SOUZA, Robson P. de; KIRSCH, Rosana; SILVA, Shilei. *Economia Solidária - outra economia a serviço da vida acontece*. Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil - CONIC Fórum Brasileiro de Economia Solidária – FBES / Campanha da Fraternidade Ecumênica, 2010. Disponível em: http://www.numiecosol.ufscar.br/documentos/textos-economia-solidaria/cartilha-economia-solidaria-outra-economia-a-servico-da-vida-acontece/at_download/file>. Acesso em: 07 jan. 2021.
- DOIN, Tatiana A. F. *Desvendando a metamorfose da economia do compartilhamento: uma revisão sistemática de literatura para a proposição de um framework integrativo*. 2019. 189 f. Tese (Doutorado em Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2019. Disponível em:

<<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32145>>. 06 jan. 2021.

DUARTE, Tatiane L.; MADRUGA, Lúcia R. R. da. *Empreendedorismo social e economia criativa: o caso do projeto Neojiba*. Desenvolve Revista de Gestão do UNILASALLE, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 85-101, 22 mar. 2018. Centro Universitário La Salle, UNILASALLE. Disponível em: <<https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/desenvolve/article/view/4369/pdf>>. 04 jan. 2021

FREIRE, Karine; DEL GAUDIO, Chiara; FRANZATO, Carlo. *Estratégias de design em ecossistemas criativos de inovação social*. In: Congresos de la Universitat Politècnica de València, Systems & Design: Beyond Processes and Thinking, 16., 2016. Anais [...]. IFDP 16, p. 639-650, Espanha, 2016. Disponível em: <<http://ocs.editorial.upv.es/index.php/IFDP/IFDP/paper/viewFile/3289/2121>>. 06 jan. 2021.

FREIRE, Karine; OLIVEIRA, Caio M. M. *Soluções habilitantes para formação de comunidades criativas: um caminho possível do design para inovação social*. In: Amilton J. V. Arruda. (Org.). Design e Inovação Social. 1ed. São Paulo: Blucher, 2017, v. 1, p. 109-131. Disponível em: <<https://openaccess.blucher.com.br/article-details/06-20516>>. 05 jan. 2021.

GAIGER, Luiz I. G. *A Economia Solidária diante do modo de produção capitalista*. Caderno CRH, Salvador, v. 39, n. 16, p. 181-211, dez. 2003. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/18642/12016>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

GIL, Antônio C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 220 p.

GIMENEZ, Ana C.; CARVALHAES, Ana G. *O compartilhamento como alternativa sustentável na moda: guarda-roupa compartilhado*. In: Congresso Nacional de Iniciação Científica, 16., São Paulo, 2016. Anais [...].16º CONIC-SEMESP, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://conic-semesp.org.br/anais/files/2016/trabalho-1000022095.pdf>>. 06 jan. 2021.

KANAN, Lilia A. *Consumo sustentável & Economia Solidária: alguns conceitos e contribuições da Psicologia*. Fractal: Revista de Psicologia, v. 23, n. 3, Rio de Janeiro, p. 607-624, 2011. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?pid=S1984-02922011000300011&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em 29 mar. 2021.

KAWANO, Emily. *Solidarity Economy: building an Economy for People & Planet*. [S.l.]: The Next System Project, 2018. 40 p. Disponível em: <https://www.solidarityeconomy.coop/wp-content/uploads/2017/06/Kawano-E.-2018_Solidarity-Economy.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2021.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Belo Horizonte: UFMG, 1999. 342 p.

LAVILLE, Jean-Louis. *The Solidarity Economy: an international movement*. Rccs Annual Review, [S.l.], n. 2, p. 3-41, 1 out. 2010. OpenEdition. <http://dx.doi.org/10.4000/rccsar.202>. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/rccsar/202>>. Acesso em: 03 jan. 2020.

LEAL, Kamila S.; RODRIGUES, Marilsa de S. R.. *Economia Solidária: conceitos e princípios norteadores*. In: Revista Humanidades e Inovação, v.5, n. 11 – 2018. Disponível em: <<https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/844>>. Acesso em 29 mar. 2021.

LISBOA, Armando. *de. Economia Compartilhada/Economia Solidária: Interfaces, Continuidades, Descontinuidades*. Revista NECAT, [S.l.], v. 6, n. 11, p. 8-32, jun. 2017. Disponível em: <<http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/necat/article/view/4854>>. 08 jan. 2021.

MANZINI, Ezio. *Design research for sustainable social innovation*. In: Design Research Now: Essays and Selected Projects. Basel: Birkhäuser Basel, p. 233–245, 2007.

MARTINS, Mariana; TOLEDO, Dimitri. *O Discurso da Sustentabilidade na Economia Solidária: O Caso do Sítio Rosa Dos Ventos-Pocinhos do Rio Verde, Minas Gerais*. In: IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais, 4, 2016, Porto Alegre. Anais [...]. Porto Alegre, 2016. p. 1-21. Disponível em: <<https://anaiscbeo.emnuvens.com.br/cbeo/article/view/228>>. 09 jan. 2021.

MORAIS, Elias E. de.; LANZA, Fabio; SANTOS, Luis Miguel L.; PELANDA, Sílvia. *Propriedades coletivas, cooperativismo e Economia Solidária no Brasil*. Serviço Social & Sociedade, [S.l.], n. 105, p. 67-88, mar. 2011. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ssoc/n105/05.pdf>>. 06 jan. 2021.

NASCIMENTO, Carlos A. X.; MENEGHATTI, Marcelo R.; HUS, Pang Lien; SILVA, Dirceu da.. *Revisitando co-criação: estudo bibliométrico*. Marketing & Tourism Review, v. 4, n. 1, p. 01-25, 2019. Disponível em: <<https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/4722/2918>>. 06 jan. 2021.

NUNES, Débora. *Brechó EcoSolidário: inspirações de um coletivo cidadão*. In: NUNES, Débora (org.). *Brechó EcoSolidário: experiência de um novo coletivo cidadão*. Experiência de um novo coletivo cidadão. Salvador: [s.n.], 2016. p. 1-147– Disponível em: <https://cirandas.net/articles/0035/1759/Livro%20Brecho_Conteudo.pdf>. 06 jan. 2021.

OKADA, Regina. A.; BERLIM, Lilyan. *Design de Moda: possibilidades de inovação social e sustentabilidade*. Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística, Edição Temática em Sustentabilidade, v. 4, n. 2, p. 01-22, 2014. Disponível em: <<http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/index.php/design-de-Moda-possibilidades-de-inovacao-social-e-sustentabilidade/>>. 06 jan. 2021.

OLIVEIRA, Jaqueline P. de. *Mulheres na Economia Solidária: possibilidade de*

reconhecimento e emancipação social. Sociedade e Cultura, [S.l.], v. 11, n. 2, p. 325-332, 19 dez. 2008. Universidade Federal de Goiás. <http://dx.doi.org/10.5216/sec.v11i2.5290>. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/fcs/article/view/5290>>. Acesso em: 07 jan. 2020.

PAIXÃO, Maria C. T. L. M.. *Moda e economia solidária: um estudo sobre empreendimentos econômicos solidários da área têxtil e de moda em São Paulo*. 2019. 85 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Têxtil e Moda, Universidade de São Paulo - USP, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-30112019-200733/publico/Moda_e_economia_solidaria_um_estudo_sobre_empreendimentos_economicos_solidarios_Maria_Cristina_Paixao.pdf>. Acesso em: 06 jan. 2021.

PAIXÃO, Maria C. T. L. M.; KANAMARU, Antônio T.. *Economia solidária como modelo alternativo de produção na área têxtil e de moda*. DAPesquisa, [S.l.], v. 15, p. 01-16, 2020. <https://doi.org/10.5965/1808312915252020e0031>. Disponível em: <<https://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/15894>>. Acesso em: 06 jan. 2021.

POSSATTI, Daniele M.; DEWES, Fernando. *Cooperação, Economia Solidária e Sociabilidades: estudo de caso na 20ª feira estadual do cooperativismo de Santa Maria (FEICOOP)*. In: IX Congresso Sociedades Rurales Latinoamericanas, 9., 2014, Ciudad de México. Anais [...]. Ciudad de México: Alasru, 2014. p. 416-434. Disponível em: <http://www.emater.tche.br/site/arquivos_pdf/teses/Daniele%20Possatti.pdf>. 06 jan. 2021.

REFOSCO, Ereany; MAZZOTTI, Karla; SOTORIVA, Márcia; BROEGA, Ana. *O novo consumidor de moda e a sustentabilidade*. In: Colóquio de Moda, 7. 2011, Maringá. Anais [...]. Disponível em: <http://www.coloquioModa.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202011/GT11/GT/GT_89766_O_novo_consumidor_de_Moda_e_a_Sustentabilidade.pdf>. Maringá: ABPEM, 2011.

SAPPER, Stella Lisboa; PIZZATO, Gabriela Zubaran de Azevedo; JACQUES, Jocelise Jacques de; TEIXEIRA, Fábio Gonçalves. *Uma contribuição do design emocional para o desenvolvimento de produtos com abordagem slow fashion*. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 13., 2018. Anais [...]. Disponível em: <<https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/uma-contribuio-do-design-emocional-para-o-desenvolvimento-de-produtos-com-abordagem-do-slow-fashion-30287>>. Blucher Proceedings 2019.

SAPPER, Stella Lisboa. *Consumo: a engrenagem do fast fashion*. DaPesquisa, v. 6, n. 8, p. 687-703, 2018. Disponível em: <<http://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14043/9148>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

SILVEIRA, Alexandre Borba. *Economia colaborativa: reflexões a partir da literatura*. Desenvolve: Revista de Gestão do Unilasalle, v. 6, n. 2, p. 143-161, 2017. Disponível em: <www.revistas.unilasalle.edu.br/index.php/desenvolve/article/view/3378>. Acesso em 09 jul. 2020.

SINGER, Paul. *Economia Solidária versus economia capitalista*. Sociedade e Estado, [S.l.], v. 16, n. 1-2, p. 100-112, dez. 2001. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v16n1-2/v16n1-2a05.pdf>>. 06 jan. 2021.

SINGER, Paul. *Introdução à Economia Solidária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.

SCHULTE, Neida K.. *Consumo consciente: um desafio para o design de Moda*. DAPesquisa, [S.l.], v. 4, n. 6, p. 588-595, 2018. DOI: 10.5965/1808312904062009588. Disponível em: <<https://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14225>>. Acesso em: 29 mar. 2021.

SCHULTE, Neide K.; ROSA, Lucas da. *Sustentabilidade Ambiental e Design de Moda na Pós-modernidade*. In: III ENSUS - ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE EM PROJETO DO VALE DO ITAJAÍ, 3., 2009, Vale do Itajaí. Anais [...]. [S.l.]: UDESC, 2009. p. 593-600. Disponível em: <https://ensus2009.paginas.ufsc.br/files/2015/09/SUSTENTABILIDADE-AMBIENTAL-E-DESIGN-DE-MODA-UDESC.pdf>. Acesso em: 06 jan. 2021.

TORRES, Pablo M. A.. *Design for Socio-technical Innovation: A Proposed Model to Design the Change*. The Design Journal, v. 20, p. S3035-S3046, 2017. Disponível em: <www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14606925.2017.1352811>. Acesso em 12 jun. 2020.

TORRES, Pablo M. A.. *An overview on strategic design for socio-technical innovation*. Strategic Design Research Journal, v. 11, p. 186-192, 2018. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/view/sdrj.2018.113.02>>. Acesso em 12 jun. 2020.

VINUTO, Juliana. *A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto*. Tematicas, Campinas, SP, v. 22, n. 44, 2014. DOI: 10.20396/tematicas.v22i44.10977. Disponível em: <<https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977>>. Acesso em: 06 jan. 2021.

Recebido em 21 de janeiro de 2021

Aceito em 18 de abril de 2021