

Panorama da atuação do design em empreendimentos sociais no Brasil

An overview of design's performance in social enterprises in Brazil

Bianca Teixeira de OLIVEIRA¹
Giselle Schmidt Alves Díaz MERINO²

Resumo

Os empreendimentos sociais, apesar de estarem conquistando cada vez mais espaço dentro do mercado, ainda enfrentam problemas de estruturação organizacional e de processos, que tem comprometido o potencial de transformação social dos mesmos. Diante disso, o objetivo deste artigo é apresentar um panorama nacional da atuação do design junto a empreendimentos sociais. Para tanto foi realizada uma revisão bibliográfica sistemática de publicações acadêmicas dos últimos dez anos que abordam a temática apresentada. A análise apontou um alto crescimento de publicações nos últimos cinco anos e predominância da região Sul. Identifica-se que a área de estudos é recente e onde a maior parte dos trabalhos se limita às etapas iniciais de projeto de design. Os resultados apontam o design como abordagem eficiente para a identificação de demandas organizacionais diante de situações complexas.

Palavras-chaves: Design. Design estratégico. Empreendedorismo social.

Abstract

Social enterprises, despite conquering space inside the market sector, are still facing problems regarding internal organization and management, which has compromised their potential to generate social impact. Therefore, this article aims to present a national overview of Design's performance in social enterprises. To this end, a systematic bibliographic review of academic publications from the last ten years, that address the theme presented, was carried out. The analysis showed a growth in publications during the last five years and, mainly from the South region. The study field appears to be yet incipient and most of the research limits itself to the initial stages of the design project. Although, the results found show that design can be an efficient approach for identifying organizational demands within complex contexts.

Keywords: Design. Strategic Design. Social Entrepreneurship.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Design - UFSC. E-mail: biancateixeira94@gmail.com

² Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) e do Programa de Pós-Graduação em Design (UFSC). E-mail: gisellemerino@gmail.com

Introdução

Entre 2001 e 2014 o Brasil percorreu um importante caminho no combate à pobreza extrema (ONU, 2017). Porém, ainda há muitos desafios a serem enfrentados para o desenvolvimento sustentável do país, “como a redução das disparidades regionais, das desigualdades sociais, de gênero, geracionais e étnico-raciais, os quais podem se agravar em um cenário econômico adverso.” (ONU, 2016, p. 13). Diante disso, se faz necessária a atuação não só dos governos, mas também da sociedade civil, para articular as soluções necessárias para a construção de uma sociedade justa e igualitária.

Para este artigo, destaca-se a relevância da sociedade civil, também chamada de Terceiro Setor ou Setor da Economia Social (TSE) (SALAMON; SOKOLOWSKI, 2018). Este é composto por organizações privadas que trabalham no fornecimento de serviços que atendam as necessidades básicas das pessoas (ANHEIER; SALAMON, 1992). Dentro do setor, ganharam importância nos últimos anos os Empreendimentos Sociais, iniciativas que utilizam técnicas de mercado para elaborar estruturas organizacionais que contribuam para mitigar problemas socioambientais (SALAMON; SOKOLOWSKI, 2018). A adoção de modelos de negócio tem como objetivo sustentar a criação de inovação social, entregue por meio de serviços, oferecidos de forma contínua em parceria com as comunidades, gerando desenvolvimento local.

Porém, os empreendimentos sociais enfrentam tanto as dificuldades de empresas tradicionais, como instabilidade financeira, quanto desafios das demais organizações do Terceiro Setor, como dificuldade em desenvolver soluções eficazes e conquistar financiamento para as mesmas. Diante dessas questões, o Design pode contribuir tanto para a inovação social quanto para o sucesso econômico dos empreendimentos sociais (BEST, 2012; BROWN; WYATT, 2010). Tanto o design quanto o modelo organizacional citado têm as pessoas como centro de seus processos e são voltados para a resolução de problemas e melhoria da qualidade de vida das mesmas. Mas, a aplicação do design em empreendimentos sociais ainda é pouco explorada.

Diante do contexto apresentado, o objetivo deste artigo é apresentar um panorama da atuação do Design junto a empreendimentos sociais nos últimos dez anos no Brasil. A análise das informações coletadas deve servir de base para o

desenvolvimento de futuros trabalhos de design aplicados a empreendimentos sociais. Este estudo pretende incentivar futuros trabalhos interdisciplinares que tenham como finalidade o combate a problemas socioambientais e a melhoria da qualidade de vida da população.

Empreendedorismo Social

O Terceiro Setor ou Setor da Economia Social³ (TSE) ganhou relevância no ambiente de pesquisa acadêmica nos últimos trinta anos. Em sua essência, as organizações do TSE são privadas e priorizam a garantia do bem estar público - através de serviços - sobre a geração de lucro (SALAMON; SOKOLOWSKI, 2018). Nos últimos anos, a maioria dos países tem experienciado um crescimento do número de organizações do Terceiro Setor com a diversificação estrutural de iniciativas socioeconômicas. Os Empreendimentos Sociais, uma subdivisão do TSE que foca no empreendedorismo como mecanismo para gerar transformação socioambiental (DEFOURNY, 2001).

Ainda não existe um consenso sobre o conceito e limites do que pode ser caracterizado como um empreendimento social (SILVA; IIZUKA, 2018). Porém, dentro do contexto brasileiro, empreendimentos sociais podem ser descritos como iniciativas “sem fins lucrativos que tem como objetivo principal a produção de bens e serviços que, de alguma forma, beneficiem a sociedade, nas dimensões social, ambiental e econômica” (SILVA; IIZUKA, 2018, p. 128). Bacq & Janssen (2011) afirmam que Empreendimentos Sociais não devem ser definidos por sua estrutura legal, mas sim pela missão social explícita, gestão colaborativa e orientação de mercado alinhada ao propósito social. Também é relevante aqui apresentar que os termos “empresa social” e “negócio social” comumente são aplicados como sinônimos de Empreendimentos Sociais. Sendo que, o primeiro é mais utilizado na Europa (AGOSTINI, 2016; ANDRADE et al., 2019; EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE, 2011). Na América Latina se popularizaram os termos “Negócios Sociais” e “Negócios

³ A partir de 2018, a ONU passou a utilizar uma nova nomenclatura em relatórios que abordaram o antes conhecido como “setor sem fins lucrativos”. O novo termo “terceiro setor ou setor da economia social” (em inglês *third or social economy sector*), abreviado como TSE, inclui nesse terceiro setor da economia, outras instituições com gestão horizontal cujo foco é social, não monetário (ONU, 2018; SALAMON; SOKOLOWSKI, 2018).

de Impacto”, para definir “organizações que objetivam resolver problemas sociais com sustentabilidade financeira e eficiência através de mecanismos de mercado.” (AGOSTINI, 2016, p. 5). As correntes Latino-Americana e Asiática de estudos sobre empreendimentos sociais enfatizam “iniciativas de mercado para reduzir taxas de pobreza e transformar as condições sociais” (AGOSTINI, 2016, p. 5) Diante da diversidade de conceitos, para este artigo foi feita uma revisão bibliográfica de documentos de entidades internacionais, livros e artigos publicados sobre o tema. As características convergentes e mais pertinentes nas definições encontradas foram listadas a seguir: (1) ter um objetivo social como missão; (2) a atividade econômica deve estar diretamente ligada ao objetivo social; (3) produzir/fornecer um produto/serviço inovador que cause impacto social positivo; (4) ter a geração/distribuição de lucro limitada direta ou indiretamente; (5) servir a comunidade local ou um grupo específico de pessoas (minorias ou pessoas em situação de pobreza ou outras formas de vulnerabilidade); (6) ser ambientalmente consciente / trabalhar de forma ambientalmente sustentável; (7) ter trabalhadores remunerados com boas condições de trabalho; (8) ser economicamente sustentável; (9) adotar um modelo de gestão participativa que inclua os diversos stakeholders, inclusive os membros da comunidade beneficiada (AGOSTINI, 2016; BACQ; JANSSEN, 2011; DEFOURNY, 2001; LOURENÇO, 2018; MOINGEON; YUNUS; LEHMANN-ORTEGA, 2010).

No território brasileiro, Silva e Iizuka (2018) identificaram 200 empreendimentos sociais, a maior parte criada a partir de 2006. O mapeamento também apontou que boa parte destes configuram-se como *start-ups*, ou seja, tem poucos anos de existência e ainda estão em processo de consolidação. As principais demandas citadas pelos empreendedores foram relativas ao planejamento estratégico, incluindo *marketing* e posicionamento de mercado. O estudo identificou a necessidade de mais estudos aprofundados que analisem os fatores influenciadores do desempenho (sucesso ou fracasso) dessas organizações (SILVA; IIZUKA, 2018).

O Design como abordagem

O Design, enquanto área profissional e acadêmica, está em constante evolução. Alguns momentos históricos foram especialmente significativos para o surgimento, consolidação e transformação da área do design. Diversos autores (ESCOREL, 2000;

MARTINS; MERINO, 2011; VIDELA, 2018) destacam a revolução industrial como evento base do surgimento do Design. Videla (2018) também aponta a crise ambiental e a revolução digital como momentos de ruptura e transformação da área. O termo "design" enquanto "modo da atividade projetual" se difundiu nos anos 70 (BONSIEPE, 2011, p. 13). De acordo com Bonsiepe (2011), esse significado mais abrangente perdeu força nos anos 90 e o design ainda é visto pela sociedade em geral apenas como uma ferramenta estética (CHŁODNICKI; ZIELIŃSKI, 2009).

No decorrer da evolução da área, destaca-se também a discussão sobre a responsabilidade social dos designers. Para Papanek, o design praticado de forma irresponsável age como um agravante dos problemas sociais e ambientais (OLIVEIRA; CAMPOS, 2007). Porém, práticas contemporâneas do Design têm focado na compreensão dos sentimentos, comportamentos e necessidades humanas para o desenvolvimento de soluções que satisfaçam demandas reais da sociedade, não somente demandas mercadológicas. Ao mesmo tempo, questões ambientais e sociais deixam de ser tópicos de projetos específicos e passam a ser requisito de qualquer projeto de design (SANTOS, 2017). Projetos de Design com abordagens holísticas, como *Design Thinking*, tem apresentado resultados satisfatórios no desenho de projetos para ONGs e serviços públicos. O projeto centrado no humano, ferramentas de visualização e a iteração, são características das metodologias de design que aumentam a chance de aceitação e a eficácia dos serviços criados (BROWN; WYATT, 2010; LIEDTKA; AZER; SALZMAN, 2017). Outras experiências também indicam que, devido às várias esferas de atuação do design - que pode agir do nível operacional ao estratégico de forma multidisciplinar - permite que a área contribua de diversas formas dentro de organizações em prol do desenvolvimento sustentável (BARAUNA; TEIXEIRA; CHAVES, 2016; PRESTES; FIGUEIREDO, 2011).

Procedimentos metodológicos

Trata-se de uma pesquisa de natureza básica de abordagem quanti-qualitativa e objetivo exploratório-descritivo, assumindo a forma de levantamento (SILVA; MENEZES, 2001).

A pesquisa foi realizada em duas etapas. A primeira, de Fundamentação Teórica, abordou a revisão de literatura dos dois temas principais: "Empreendedorismo Social" e

“Design”. Sobre o primeiro tema buscou-se identificar o processo histórico que resultou no surgimento de empreendimentos sociais, bem como os principais conceitos trabalhados na área, suas diferenças e convergências. Sobre a área de Design, a pesquisa priorizou as correntes, teorias e relatos práticos que apresentam o designer como ator de transformação social.

A segunda etapa, de Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS) (SANTOS, 2018), teve como objetivo identificar trabalhos acadêmicos brasileiros que abordam práticas de Design em Empreendimentos Sociais, para traçar um panorama da ação do Design nesse contexto, dentro do território brasileiro. A busca abrangeu trabalhos de natureza teórica ou aplicada, publicados nos últimos dez anos.

Seguindo o roteiro de Santos (2018), a partir da revisão de literatura e da delimitação do objetivo, foram determinadas as palavras-chave de busca, organizados nas seguintes *strings*: ((“empreendimento social” OR “negócio social” OR “empresa social” OR “empreendedorismo social”) AND “design”), ((“economia solidária” OR “empreendimentos econômico solidários”) AND “design”), e ((“inovação social” OR “tecnologia social”) AND “design”). Além do termo principal (empreendedorismo social), também foram utilizados termos diretamente relacionados a fim de “garantir uma amplitude adequada para o embasamento teórico do trabalho” (SANTOS, 2018, p. 47).

A Revisão Bibliográfica Sistemática abordou três tipos de publicações acadêmicas brasileiras nos últimos dez anos (2010 a 2020), sendo: 1. Teses e Dissertações Nacionais - pesquisa feita na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações; 2. Periódicos Nacionais - pesquisa nos sites dos periódicos e, 3. Artigos publicados em evento, especificamente no Congresso brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D Design), com as buscas sendo realizadas nos anais do evento.

Quadro 1 - Periódicos nacionais de design consultados para a RBS

Nome da revista	Universidade (acrônimo)	Classificação Qualis - CAPES na área de Arquitetura, Urbanismo e Design
Arcos Design	UERJ	B5
DAPesquisa	UDESC	B3
Design e Tecnologia	UFRGS	A2
Educação Gráfica	UNESP	B1
Ergodesign & HCI	PUC-Rio	B3
Estudos em Design	PUC-Rio	A2
Human Factors in Design	UDESC	B3
ModaPalavra	UDESC	B5
Projética	UEL	B3
Strategic Design Research	UNISINOS	B1
Temática	UFPB	B5
Tríades em Revista	PUC-Rio	B5

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Para publicações em eventos, elegeu-se o Congresso brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D Design), de periodicidade bienal, por ser destaque entre os eventos científicos mais tradicionais e relevantes da área no Brasil. A busca foi feita nos anais do P&D Design a partir de 2012 - pois os anais relativos ao ano de 2010 não estão disponibilizados *online* - até 2018, uma vez que o evento de 2020 foi cancelado devido à crise sanitária causada pelo novo coronavírus.

Foram aplicados três filtros sobre os resultados encontrados. O primeiro filtro foi a leitura do título, palavras-chave e resumo. Nesse momento foram eliminados resultados que não citavam a área de design, ou qualquer de suas abordagens, metodologias ou ferramentas, bem como trabalhos que não propunham nenhuma forma de ou relação com inovação social. No segundo filtro foram lidas introdução e conclusão dos documentos. Foram eliminados trabalhos que não tinham foco em transformação socioambiental, e cujos objetos de estudo - no caso de pesquisas

aplicadas - não se encaixavam dentro dos requisitos de empreendimentos sociais identificados na fundamentação teórica. Também foram descartados trabalhos desenvolvidos fora do território brasileiro ou que não estavam disponíveis na íntegra para acesso *online*. O filtro três foi feito com a leitura completa dos artigos, e leitura da metodologia e resultados das teses e dissertações. Esse filtro mais uma vez buscou confirmar que os documentos selecionados forneciam informações para a questão: como é a atuação do design em empreendimentos sociais no Brasil.

Quadro 2 - Quantidade de trabalhos de cada categoria selecionados a cada filtro da revisão sistemática

Tipo do documento	Filtro 1	Filtro 2	Filtro 3
Teses e dissertações	61	32	27
Artigo de periódico	29	14	13
Artigo publicado em evento	38	20	13

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Por fim, a pesquisa foi concluída com a análise quanti-qualitativa dos resultados encontrados. Os resultados finais foram analisados quanto há: (1) ano de publicação; (2) estado onde estão localizadas as Instituições de Ensino Superior (IES) as quais os autores estavam vinculados no momento da publicação; (3) metodologia aplicada nos trabalhos; (4) abordagem de Design utilizada; (5) perfil das organizações (empreendimentos sociais) estudadas; e (6) resultados apresentados.

Resultados

A filtragem dos trabalhos encontrados resultou em 27 teses e dissertações, 13 artigos publicados em periódicos nacionais e 13 artigos publicados em congresso.

Quanto às teses e dissertações, há um claro aumento no número de trabalhos publicados ao longo dos últimos dez anos. Não foram encontrados trabalhos publicados nos anos de 2010 e 2011. Oito trabalhos datam de 2012 a 2015. O restante (18) foram publicados entre 2016 e 2019. Sobre o aspecto regional, percebe-se predominância das instituições do Sul e Sudeste brasileiro, com apenas um trabalho de outra região. Ressalta-se que todos os 11 trabalhos do Rio Grande do Sul foram realizados pelo

mesmo grupo, o Grupo de Pesquisa em Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social, da Universidade do Vale do Rio Sinos. Igualmente, no estado do Rio de Janeiro, os 4 trabalhos foram desenvolvidos dentro Programa de Pós-Graduação & Pesquisa da área de “Design e Sociedade”. Em Santa Catarina todos os trabalhos também provêm da mesma instituição. Com uma exceção, os outros quatro pertencem à linha de pesquisa em Gestão Estratégica de Design do Programa de Pós-Graduação em Design. Com relação à metodologia, há uma predominância de estudos aplicados (89,9%), sendo estes estudos de caso, etnografias, pesquisas-ação, pesquisas-participante. A respeito da abordagem de design, destaca-se o Design Estratégico, *Design Thinking* e Gestão de Design, utilizadas em oito, cinco e três trabalhos respectivamente. Quanto ao perfil das organizações abordadas pelas pesquisas aplicadas, há duas modas: espaços colaborativos e empreendimentos da economia solidária, ambos encontrados em cinco trabalhos. Sobre os resultados apresentados pelos trabalhos, destaca-se a predominância de projetos em níveis iniciais. 18 trabalhos são concluídos com levantamento e diagnóstico. Sete vão até a etapa de criação. E apenas três chegam à etapa de implementação.

A respeito dos artigos publicados em periódicos nacionais, ainda não é possível afirmar uma tendência de crescimento. De 2011 a 2016 foi encontrado um artigo por ano. Não foram encontradas publicações pertinentes em 2017 e 2018. Com data de publicação de 2019, foram encontrados seis artigos, e um em 2020. Já a análise geográfica apresenta a mesma tendência das Teses e Dissertações. Todos os trabalhos encontrados são de autores vinculados a instituições das regiões Sudeste e Sul. A análise quanto a metodologia também segue o padrão do grupo anterior, 11 dos 13 artigos encontrados utilizam métodos que promovem a aproximação e até inserção do pesquisador no contexto do objeto de estudo. No que se refere a abordagem de design adotada, predomina a Gestão de Design. Esta é a única abordagem que aparece em mais de um artigo, sendo utilizada em um total de cinco pesquisas. Quanto ao perfil dos objetos de estudo, metade são empreendimentos de pequeno porte caracterizados pela economia solidária. Com respeito aos resultados apresentados, apenas dois trabalhos são de natureza básica. Cinco realizam diagnósticos, três pesquisas chegam ao desenvolvimento (criação) de soluções, e outras três completam a etapa de implementação.

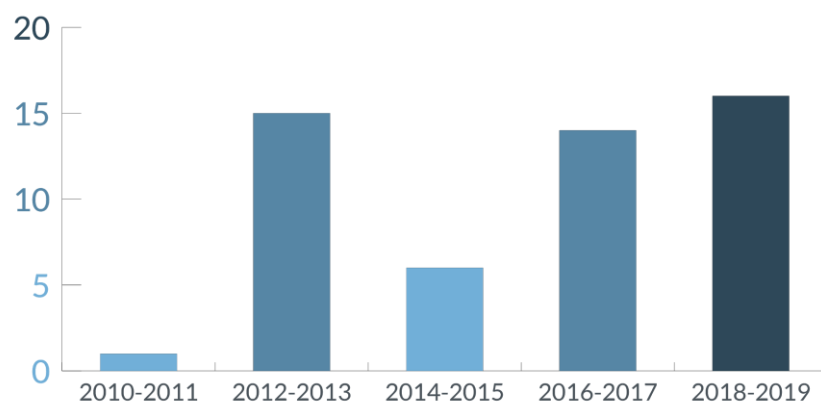
Quanto aos artigos publicados em congresso, destaca-se o evento de 2012. Nos anais deste ano foram encontrados sete artigos. Nos anos seguintes os números foram menos expressivos: um artigo em 2014; três em 2016 e dois em 2018. O padrão de distribuição regional dos autores é o mesmo dos grupos anteriores; predominância da região Sul-Sudeste. A metodologia é outro aspecto de análise com padrão semelhante nos três grupos. 77% dos trabalhos utilizam métodos aplicados e qualitativos. Com relação ao perfil das organizações abordadas, há uma distribuição quase homogênea entre diferentes tipos de empreendimentos sociais. O mesmo ocorre na análise dos resultados apresentados nos artigos. Três trabalhos realizam levantamentos, três realizam diagnósticos, três concluem a etapa de criação e quatro chegam à etapa de implementação.

A compilação das três categorias de trabalhos permite a visualização de tendências que caracterizam o panorama nacional de publicações dentro da temática delimitada.

Não foram encontrados trabalhos publicados no ano de 2010 e, no ano de 2011 houve apenas um trabalho. Quanto ao biênio 2012-2013, o elevado número de trabalhos se deve ao 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, no qual foram publicados sete artigos que abrangem design e empreendedorismo social. Esse número relativamente alto não se tornou um padrão. Nos eventos seguintes foram encontrados de três a um artigo que trabalha o tema.

Já os artigos de periódicos e teses e dissertações apresentam crescimento da primeira metade da década para a segunda. Destaca-se o ano de 2018 com maior número de trabalhos de conclusão de curso em um único ano (oito), e 2019 com maior número de artigos publicados em periódicos (nove). Dessa forma, percebe-se que o crescimento de interesse acadêmico pelo empreendedorismo social dentro da área de design é mais tardio e em menor escala do que em outras áreas (BARKI; RODRIGUES; COMINI, 2020).

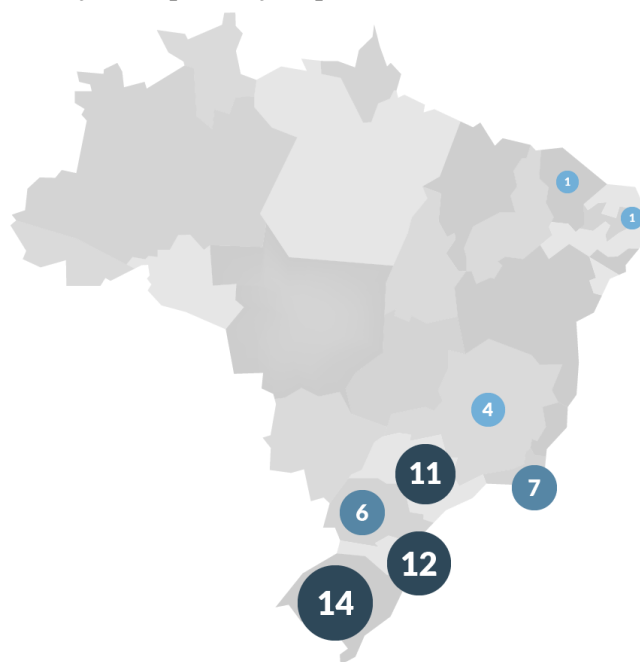
Figura 1 - Quantidade de publicações que relacionam design e empreendedorismo social por biênio



Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Quanto ao aspecto geográfico, a concentração de pesquisas em certos estados está relacionada à existência de programas de pós-graduação em design com foco em gestão e inovação social. Enquanto a maior parte dos empreendimentos sociais está concentrada na Região Sudeste do Brasil (SILVA; IIZUKA, 2018), as produções acadêmicas da área de design têm como origem principal a Região Sul.

Figura 2 - Distribuição das publicações por estado da IES de vinculação dos autores



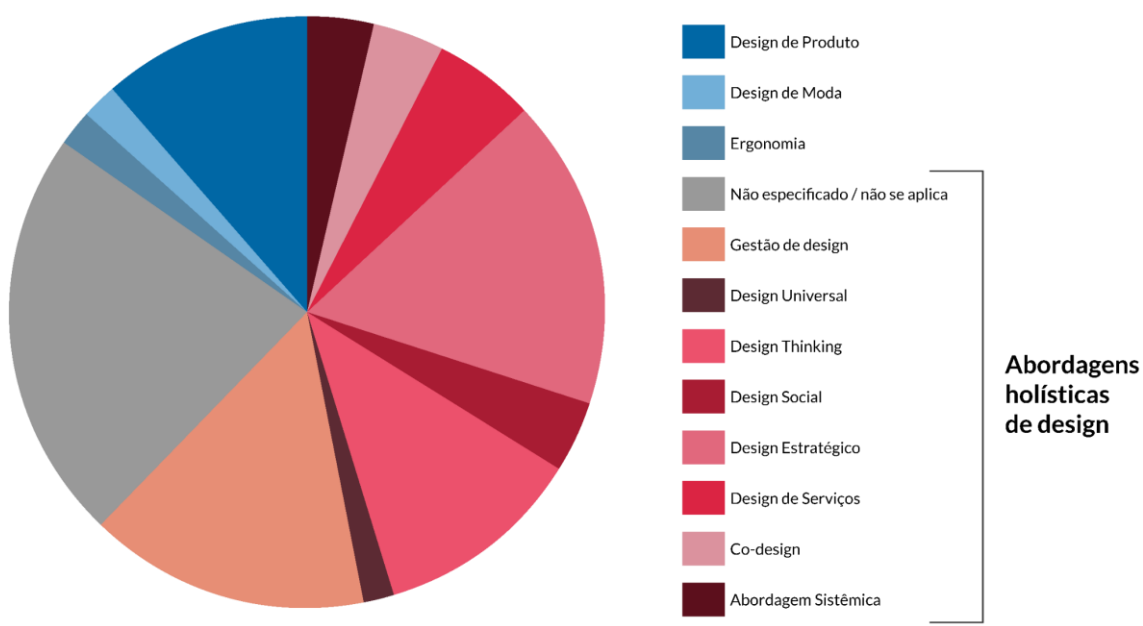
Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Quanto à metodologia adotada pelos trabalhos, destaca-se que 80% dos trabalhos são aplicados, utilizando métodos de observação, inserção e participação ativa nos contextos de pesquisa, com destaque para a metodologia de estudo de caso. Os demais adotam o formato de reflexão teórica ou revisão bibliográfica. Dessa forma, a área do Design contribui com a documentação de referências práticas, lacuna existente na literatura de empreendimentos sociais (D'AMARIO; COMINI, 2020; PAULA *et al.*, 2010; ROMANI-DIAS *et al.*, 2017).

Quanto à vertente ou disciplina do design que foi abordada por cada pesquisa, identificou-se que 80% dos trabalhos adotam o design como abordagem holística para lidar com problemas complexos ou organizações de cunho social. Destaca-se a abordagem de *design thinking*, a gestão de design, o design estratégico e o design de sistemas-serviços.

Alguns trabalhos não especificaram uma disciplina de design, porém, estes conceituaram o Design como uma área de estudo e prática que atua de forma holística com visão sistêmica para a solução de problemas. Um consenso entre a maioria dos autores é que os empreendimentos sociais atuam em contextos complexos, sendo necessária uma abordagem sistêmica para lidar com as demandas dessas organizações de forma correta.

Figura 3 - Frequência das disciplinas de design trabalhadas nas pesquisas

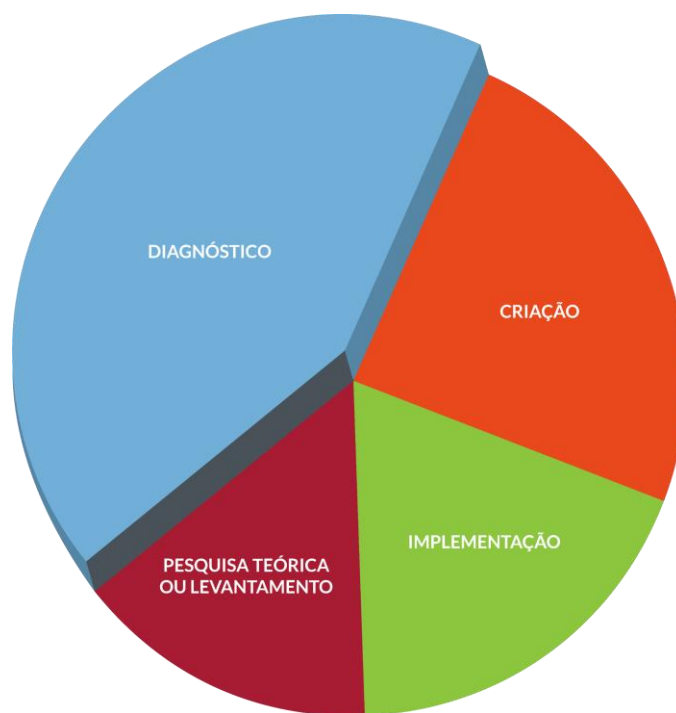


Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Dentre os tipos de organizações nas quais os estudos foram desenvolvidos, destacam-se os empreendimentos da economia solidária, espaços colaborativos que oferecem espaço físico e mentoria a novas iniciativas sociais e pequenos grupos produtivos, muitas vezes sem regulamentação formal. Nestes, a proposta de transformação social através do design está em melhorar a qualidade da situação de trabalho e processos para promover aumento da geração de renda nas comunidades. Também se destaca a predominância de trabalhos com empreendimentos do setor de artesanato, nos quais os designers contribuem para aprimorar produtos e formas de produção.

Quanto aos resultados práticos apresentados pelos trabalhos, dentre os estudos aplicados (80% do total), 60% retratam projetos de design em nível inicial, sendo estes pré-projetos, realizações de diagnósticos e elaboração de diretrizes e/ou recomendações para ações futuras. Os demais trabalhos são concluídos com entrega de protótipos ou com implementação de uma solução.

Figura 4 - Análise de trabalhos de acordo com o nível de desenvolvimento da entrega de design



Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

As recomendações que são desenvolvidas e implementadas são, em grande parte, intervenções urgentes e de curto prazo como o desenvolvimento de identidades visuais, embalagens, estratégias de comunicação e incrementações nos produtos. Também foram encontrados seis trabalhos que desenvolveram metodologias de projeto e modelos ou estratégias de negócios. Com relação à abordagem de design e aos resultados apresentados pelos trabalhos, destaca-se que raramente o design aparece como ferramenta isolada, atuando em uma só vertente. Os resultados a nível operacional são, em sua grande maioria, fruto da abordagem sistêmica de design que identificou dentre as demandas passíveis de serem resolvidas em curto prazo. Poucos são os relatos de trabalhos desenvolvidos durante um longo prazo, estes, são fruto de parcerias entre organizações ou grupos produtivos e laboratórios de design.

Conclusão

Diante da necessidade de novos modelos econômicos que sejam baseados nos princípios do desenvolvimento sustentável, identificou-se os empreendimentos sociais como modelos organizacionais capazes de movimentar a economia ao mesmo tempo em que causam impacto socioambiental positivo. Diante do crescimento do papel social do Design, como abordagem capaz de identificar e propor soluções de forma colaborativa para problemas socioambientais complexos, essa pesquisa buscou traçar um panorama da atuação do Design, e suas contribuições para o desenvolvimento dos empreendimentos sociais brasileiros.

À vista desse objetivo foi realizada uma Revisão Bibliográfica Sistemática que identificou e analisou as pesquisas registradas em publicações acadêmicas da área, na última década. A análise dos resultados evidenciou um crescimento de interesse dos acadêmicos de design por empreendimentos sociais. A análise regional pode indicar que o mercado e a academia estão se desenvolvendo de forma paralela, com pouca troca de informações. Apesar disso, o design tem demonstrado sucesso nas fases iniciais de projeto; na criação de empatia e estabelecimento de relacionamentos horizontais que permitam a colaboração entre designers e não-designers.

A situação acadêmica do design com empreendimentos sociais no Brasil ainda é nova e ainda há muitas possibilidades de contribuição do design a serem exploradas. Para trabalhos futuros, evidencia-se a necessidade de mais pesquisas aplicadas,

especialmente pesquisas qualitativas longitudinais, que permitam acompanhar o desenvolvimento e implementação de soluções de design junto aos empreendimentos, bem como seu impacto no longo prazo.

Referências

AGOSTINI, Manuela. Correlações entre diferentes terminologias no contexto do Terceiro Setor: Inovação Social X Empreendedorismo Social X Negócio Social. **Anais do Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais**, v. 0, n. 0, 2016.

AGOSTINI, Manuela; VIEIRA, Luciana; TONDOLO, Rosana da; TONDOLO, Vilmar. Uma Visão Geral Sobre a Pesquisa em Inovação Social: Guia Para Estudos Futuros. **Brazilian Business Review**, v. 14, n. 4, p. 385–402, 3 jul. 2017. DOI 10.15728/bbr.2017.14.4.2.

ANDRADE, Erica R.; SANTOS, Isadora C.; TOLEDO, Natália Helena; PONS, Ivo. Design e Economia Solidária. **DATJournal**, v. 4, n. 1, p. 80–97, 2019. <https://doi.org/10.29147/dat.v4i1.122>.

ANHEIER, Helmut K; SALAMON, Lester M. **Toward an understanding of the international Nonprofit Sector**. Working Paper. Baltimore, Md.: Johns Hopkins Institute for Policy Studies, 1992.

ANHEIER, Helmut K.; SEIBEL, Wolfgang. **The third sector: comparative studies of nonprofit organizations**. Berlin: Walter de Gruyter & Co., 1990.

BACQ, S.; JANSSEN, F. The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 23, n. 5–6, p. 373–403, jun. 2011. DOI 10.1080/08985626.2011.577242.

BARAUNA, Debora; TEIXEIRA, Edson Sidnei Maciel; CHAVES, Liliane Iten. Estratégias de replicação e soluções de design para uma organização Criativa e colaborativa: inovação social no acesso à leitura e educação básica. **Projetica**, v. 7, n. 2, p. 53–70, 2 dez. 2016. DOI 10.5433/2236-2207.2016v7n2p53.

BARKI, Edgard; RODRIGUES, Juliana; COMINI, Graziella Maria. Negócios de Impacto: Um Conceito em Construção. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 4, p. 477–501, 2 set. 2020. DOI 10.14211/regepe.v9i4.1980.

BEST, Kathryn. **Fundamentos de gestão do design**. trad. André de Godoy Vieira. Porto Alegre: Bookman, 2012.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

BROWN, Tim; WYATT, Jocelyn. Design thinking para inovação social. trad. Thierry Mougenot B. F. Dos Reis. **Stanford Social Innovation Review**, n. Winter 2010, 2010.

CAMBRIDGE UNIVERSITY. Cambridge English Dictionary. 2020. **Institucional**.

Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/enterprise>. Acesso em: 7 dez. 2020. (Cambridge University Press).

CHŁODNICKI, Marcin; ZIELIŃSKI, Marek. Creating Value by Designing: Economic and Business Perspectives. **Journal of International Studies**, v. 2, n. 1, p. 89–98, 2009.

D'AMARIO, Edison Quirino; COMINI, Graziella Maria. Inovação social nos empreendimentos sociais brasileiros: uma proposta de escala para sua classificação. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 22, n. 1, p. 104–122, mar. 2020. DOI 10.7819/rbgn.v22i1.4037.

DEFOURNY, Jacques. From Third Sector to Social Enterprise. *In*: DEFOURNY, Jacques; BORZAGA, Carlo (Orgs.). **The Emergence of Social Enterprise**. 1. ed. London: Routledge, 2001. p. 1–18.

ESCOREL, Ana Luisa. **O efeito multiplicador do design**. 2. ed. São Paulo, SP: Editora SENAC São Paulo, 2000.

EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE. **Social Business Initiative - Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation**. [S. l.: s. n.], 25 out. 2011. Disponível em: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/EN/1-2011-682-EN-F1-1.Pdf>. Acesso em: 17 jun. 2020.

FERRO, Gláucia De Salles; HEEMANN, Adriano. Empatia com equipes multidisciplinares na fase de Ideação do processo de design Thinking. **Projetica**, v. 10, n. 3, p. 81–89, 12 dez. 2019. DOI 10.5433/2236-2207.2019v10n3p81.

LIEDTKA, Jeanne; AZER, Daisy; SALZMAN, Randy. **Design thinking for the greater good: innovation in the social sector**. New York: Columbia Business School Publishing, 2017.

LOURENÇO, Bruna Scanavachi. O espaço social dos “Negócios de Impacto” no Brasil: o caso Artemisia. 2018.

MARTINS, Rosane Fonseca de Freitas; MERINO, Eugenio Andrés Díaz. **A Gestão de design como estratégia organizacional**. 2. ed. Londrina: Eduel, 2011.

MOINGEON, Bertrand; YUNUS, Muhammad; LEHMANN-ORTEGA, Laurence. Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. **Long Range Planning**, v. 43, n. 2–3, p. 308–325, abr. 2010. DOI 10.1016/j.lrp.2009.12.005.

OLIVEIRA, Fernando Alvarus de; CAMPOS, Jorge Lucio de. O design responsável de Victor Papanek. **Agitprop - Revista Brasileira de Design**, v. 46, n. 4, 2007.

ONU, Organização das Nações Unidas. **Documentos Temáticos: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 1 · 2 · 3 · 5 · 9 · 14**. jun. 2017. Disponível em: <https://www.undp.org/content/dam/brazil/docs/publicacoes/documentos-tematicos-ods-07-2017.pdf>. Acesso em: 14 maio 2020.

ONU, Organização das Nações Unidas. **Marco de parceria das Nações Unidas para o desenvolvimento sustentável - Brasil | 2017-2021**. Marco Estratégico, n. 4. Brasília - Distrito Federal: Organização das Nações Unidas, out. 2016. Disponível em:

<https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2017/01/Marco-de-Parceria-para-o-Desenvolvimento-Sustent>. Acesso em: 16 abr. 2020.

ONU, Organização das Nações Unidas. **Satellite Account on Non-profit and Related Institutions and Volunteer Work**. ST/ESA/STAT/SER.F/91/Rev.1, n. EISBN: 918-92-1-045188-8. New York: United Nations, 2018. Disponível em: https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/UN_TSE_HB_FNL_web.pdf. Acesso em: 15 maio 2020.

ONU, Organização das Nações Unidas. **Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. trad. UNIC Rio. 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/sites/default/files/2020-09/agenda2030-pt-br.pdf>. Acesso em: 17 out. 2020.

PAULA, Mabel Bastos de; OLIVERO, Simone Martins; MURITIBA, Patricia Morilha; MURITIBA, Sérgio Nunes. Produção sobre terceiro setor no Brasil: pontualidade, dispersão e lacunas teóricas. *In: XXXIV ENANPAD*, 25 set. 2010. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: [s. n.], 25 set. 2010.

PRESTES, Maíra Gomes; FIGUEIREDO, Luiz Fernando Gonçalves. Novas perspectivas para o design: designers como agentes de desenvolvimento local. **Design e Tecnologia**, v. 2, n. 3, p. 38–45, 31 dez. 2011. DOI 10.23972/det2011iss03pp38-45.

ROMANI-DIAS, Marcello; IIZUKA, Edson Sadao; WALCHHUTTER, Seimor; BARBOSA, Aline Dos Santos. Agenda de Pesquisa em Empreendedorismo Social e Negócios Sociais. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**, v. 8, n. 3, 30 dez. 2017. DOI 10.13059/racef.v8i3.156.

SALAMON, Lester M.; ANHEIER, Helmut K. Social Origins of Civil Society: explaining the nonprofit sector cross-nationally. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 9, n. 3, p. 213–248, 1998. DOI 10.1023/A:1022058200985.

SALAMON, Lester M.; ANHEIER, Helmut K. **The third world's third sector in comparative perspective**. Working Paper, n. 24. Baltimore (MD): The Johns Hopkins University Institute for Policy Studies, 1997. Disponível em: <https://www.sociedadnaccion.cl/wp-content/uploads/2015/06/Salamon-L.-Anheier-H.-1997.-The-Third-World's-Third-Sector.pdf>. Acesso em: 4 maio 2020.

SALAMON, Lester M.; SOKOLOWSKI, Wojciech. Beyond Nonprofits: In Search of the Third Sector. *In: ENJOLRAS, Bernard; SALAMON, Lester M.; SIVESIND, Karl Henrik; ZIMMER, Annette* **The third sector as a renewable resource for Europe**. Cham: Springer International Publishing, 2018. p. 7–48. DOI 10.1007/978-3-319-71473-8_2.

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

SANTOS, Isadora Candian dos. **Conexões entre design, economia solidária e tecnologia social na perspectiva do campo CTS**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos – SP, 2017.

SILVA, Caio Sousa; IIZUKA, Edson Sadao. Mapeamento de negócios sociais e organizações congêneres no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, v. 20, n. 52, p. 123–137, 22 dez. 2018. DOI 10.5007/2175-8077.2018V20n52p123.

SILVA, Edna da; MENEZES, Estera. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SOUZA, Lamunyel Luis de. **Gestão do design em empresas do setor 2,5**: análise do processo de design de artefatos em negócios de impacto a partir da abordagem design thinking. 2017. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2017.

VIDELA, Ana Neuza Botelho. O Design e seus desafios. **Projetica**, v. 9, n. 2Supl, p. 43–58, 1 nov. 2018. DOI 10.5433/2236-2207.2018v9n2Suplp43.