



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
Mundos por vir\_



# **Materiais Instrucionais Físicos para a Moda: Design educacional como vetor de formação empreendedora com impacto socioeconômico**

**Printed Instructional Materials for Fashion: participatory methodologies, educational design and ux as vectors for entrepreneurial training with socioeconomic impact**

Ludmylla da Costa Silva<sup>1</sup>, Fabiane Rodrigues Fernandes<sup>2</sup>, Inez Maria Leite da Silva<sup>3</sup>, Cassia Cordeiro Furtado<sup>4</sup>,  
Ana Lucia Alexandre de Oliveira Zandomeneghi<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal do Maranhão, Mestranda, ludmylla.cs@discente.ufma.br

<sup>2</sup>Universidade Federal do Maranhão, Doutorado, fabiane.fernandes@ufma.br

<sup>3</sup>Universidade Federal do Maranhão, Doutorado, inez.silva@ufma.br

<sup>4</sup>Universidade Federal do Maranhão, Doutorado, cassia.furtado@ufma.br

<sup>5</sup>Universidade Federal do Maranhão, Doutorado, ana.zandomeneghi@ufma.br

**Resumo.** Este estudo tem por objetivo mapear as necessidades de aprendizagem em gestão de negócios entre costureiras, designers e microempreendedores da moda, frente à escassez de materiais instrucionais físicos adequados às suas realidades socioprodutivas. Adotando abordagem qualitativa, de natureza aplicada, foi realizada uma revisão bibliográfica assistemática com base em 14 fontes técnico-científicas. Os resultados revelam lacunas significativas nas áreas de precificação, controle financeiro e organização da produção, além da carência de conteúdos acessíveis que integrem design educacional, linguagem funcional e práticas locais. Verificou-se ainda que a ausência de materiais contextualizados dificulta o desenvolvimento de competências empreendedoras. Conclui-se que recursos didáticos impressos bem projetados, fundamentados em princípios de andragogia, usabilidade e contextualização curricular, podem ampliar a autonomia profissional, promover a inclusão produtiva e fomentar a inovação no setor da moda. O estudo contribui para o avanço de práticas pedagógicas mais inclusivas no campo da economia criativa.

**Palavras-chave.** Design educacional; Empreendedorismo criativo; Moda e inclusão produtiva.



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



X Simpósio  
de Design  
Sustentável  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

**Abstract.** *This study maps the learning needs in business management among seamstresses, fashion designers, and microentrepreneurs, considering the shortage of printed instructional materials adapted to their reality. With a qualitative approach and applied nature, the research was conducted through a systematic bibliographic review of 14 technical-scientific sources. The results indicate critical training gaps in pricing, financial control, and production organization. There is also a lack of accessible content that integrates educational design, functional language, and local practices. It is concluded that well-designed printed materials, based on principles of andragogy, usability, and curricular contextualization, can strengthen entrepreneurial autonomy, support productive inclusion, and foster innovation in the fashion sector.*

**Keywords:** *Educational design; Creative entrepreneurship; Fashion and productive inclusion; Printed instructional materials.*

## 1 Introdução

O setor da moda no Brasil ocupa posição estratégica na economia criativa, não apenas pela relevância econômica, mas também por sua capacidade de expressão cultural e inclusão produtiva. Segundo Cherutti e Pinheiro (2023), a moda corresponde a aproximadamente 2,4% do Produto Interno Bruto da indústria nacional e gera mais de 1,5 milhão de empregos diretos, sendo que cerca de 75% desses estão concentrados em micro e pequenas empresas. Essa capilaridade econômica reflete a forte ligação entre arranjos produtivos locais e a riqueza cultural das comunidades. Além da geração de renda, a moda potencializa saberes locais, práticas artesanais e expressões identitárias, especialmente em periferias urbanas e territórios interioranos, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico sustentável (Santos; Arruda, 2021). Nesse cenário, a moda transcende sua dimensão econômica, adquirindo funções simbólicas e sociais importantes para as comunidades envolvidas.

A força de trabalho na moda brasileira é composta majoritariamente por profissionais autônomos, incluindo costureiras, estilistas independentes, modelistas, bordadeiras e microempreendedores que trabalham sob demanda, frequentemente em redes informais ou pequenos ateliês. Esses sujeitos possuem amplo domínio técnico adquirido na prática cotidiana e frequentemente transmitido de maneira oral entre gerações. Contudo, enfrentam dificuldades substanciais na gestão administrativa e financeira dos próprios negócios. Dados do SEBRAE (2014) revelam que apenas 20% dos empreendedores da moda têm um plano de negócios estruturado, e menos de 10% mantêm um controle financeiro sistemático, fatores que comprometem diretamente a sustentabilidade e o crescimento desses negócios. Além disso, muitos profissionais não se



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
*Mundos por vir\_*



**PPGDg UFMA**  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

reconhecem enquanto empreendedores, dificultando o acesso a políticas públicas, programas de capacitação e materiais educativos voltados à autogestão e profissionalização (Santos; Arruda, 2021).

No âmbito da formação empreendedora, evidencia-se uma significativa lacuna entre as necessidades reais desses profissionais e os recursos formativos disponíveis atualmente. A maioria dos cursos técnicos, livres ou superiores voltados para a moda ainda segue abordagens predominantemente expositivas e genéricas, muitas vezes distantes das práticas produtivas locais (Cherutti; Pinheiro, 2023). Também é marcante a ausência de materiais instrucionais físicos que integrem saber técnico, linguagem clara e conteúdos de gestão aplicáveis ao cotidiano produtivo. Gomes et al. (2024) enfatizam que os materiais educativos disponíveis geralmente são projetados para usuários com perfis escolarizados e digitalmente alfabetizados, excluindo uma parcela significativa dos trabalhadores da moda que enfrentam limitações relacionadas ao letramento funcional, conectividade ou tempo disponível para formação continuada.

Este cenário evidencia uma lacuna crítica na produção de materiais didáticos adequados ao ensino de gestão e empreendedorismo criativo no setor da moda. A prevalência de métodos transmissivos, padronizados e pouco inclusivos aumenta a desconexão entre os conteúdos disponibilizados e as demandas concretas do trabalho desses profissionais autônomos (Lima et al., 2020; Canônica; Matos; Baranauskas, 2014). Como consequência, muitas iniciativas educacionais falham ao tentar promover transformações concretas na trajetória profissional desses sujeitos, tanto no desenvolvimento da autonomia quanto na sustentabilidade econômica de seus empreendimentos.

A ausência de um diagnóstico sistemático sobre as reais necessidades de aprendizagem agrava ainda mais essa situação. Conforme ressaltam Canônica, Matos e Baranauskas (2014), o desenvolvimento de materiais educativos sem a escuta ativa e sem diálogo com o público-alvo resulta em recursos distantes da realidade socioproductiva dos aprendizes. Esse descompasso impede a elaboração de currículos contextualizados, com linguagens funcionais e foco operacional. O desafio, portanto, não está somente na ausência de conteúdos técnicos específicos, mas na maneira como tais conteúdos são apresentados, além da falta de metodologias que respeitem e valorizem o repertório e as condições reais dos usuários.

Diante desse quadro, emerge a seguinte questão de pesquisa: quais são as necessidades prioritárias de aprendizagem em gestão de negócios para os profissionais autônomos da moda brasileira, considerando seu perfil socioeconômico, desafios operacionais e contexto produtivo específico do setor? Essa investigação fundamenta-se na hipótese de que o design educacional, articulado a metodologias participativas e princípios da experiência do usuário (UX), pode reduzir o hiato existente entre a oferta formativa disponível e as necessidades efetivas dos profissionais autônomos da moda (Garrett, 2011; Palácio, 2005). A partir dessa questão, este artigo objetiva mapear tais necessidades formativas e discutir os fundamentos teóricos e metodológicos capazes de



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



X Simpósio  
de Design  
Sustentável  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

orientar futuramente a construção de materiais instrucionais físicos que sejam mais sensíveis às condições reais desse público-alvo.

O objetivo principal deste estudo é analisar fundamentos teórico-metodológicos que possam orientar o desenvolvimento futuro de materiais físicos instrucionais voltados ao ensino de gestão e empreendedorismo criativo no setor da moda, a partir da integração entre metodologias participativas, design educacional e experiência do usuário. Pretende-se compreender como esses materiais podem contribuir não apenas com a transmissão de conhecimento técnico, mas também com impactos socioeconômicos positivos, ampliando a autonomia, o potencial de inovação local e uma inserção mais sustentável na economia criativa (Florida, 2002; Santos; Arruda, 2021). Especificamente, busca-se identificar, por meio da literatura especializada, os formatos, linguagens e estratégias pedagógicas mais apropriados para este público.

A justificativa deste estudo se baseia na urgência de democratizar o acesso a recursos formativos realmente aplicáveis ao cotidiano produtivo dos trabalhadores criativos da moda. Segundo Gomes et al. (2024), a elaboração de materiais instrucionais bem planejados, sejam físicos ou híbridos, aumenta significativamente a autonomia dos pequenos empreendedores, especialmente quando são construídos em processos de cocriação e validados com os próprios usuários. Palácio (2005) acrescenta que um design educacional eficiente deve ser estruturado desde as etapas iniciais do planejamento, levando em conta características específicas do público, recursos disponíveis, tempo dedicado e estilo cognitivo. Garrett (2011) complementa destacando que, mesmo nos materiais físicos, aspectos como usabilidade, clareza informacional, estética funcional e interação tátil precisam ser considerados para uma aprendizagem eficaz.

Outro aspecto relevante é o potencial desses materiais como ferramentas de transformação econômica e social. Dados do SEBRAE (2014) evidenciam que deficiências na gestão financeira e no planejamento estratégico prejudicam a sobrevivência de milhares de pequenos negócios criativos no Brasil, justificando a necessidade de recursos educativos que combinem conteúdos práticos de gestão, marketing e formalização. Esses materiais, quando projetados de maneira apropriada, podem atuar como mediadores entre os conhecimentos técnicos e as práticas cotidianas, ampliando a sustentabilidade econômica dos arranjos produtivos locais.

Por fim, esta pesquisa está alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, particularmente ao ODS 4, que visa assegurar educação inclusiva, equitativa e de qualidade; ao ODS 8, que promove crescimento econômico com trabalho decente; e ao ODS 10, que busca reduzir desigualdades. Ao propor diretrizes para a criação futura de materiais pedagógicos participativos, acessíveis e culturalmente contextualizados, este estudo visa contribuir com a formação empreendedora justa e sustentável, valorizando os saberes locais e promovendo inclusão produtiva e econômica.



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
Mundos por vir



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

## 2 Referencial Teórico

### 2.1 Design Educacional Contextualizado

De acordo com Moran (2015), a andragogia baseia-se na ideia de que o adulto aprende de maneira distinta da criança, pois traz consigo um repertório de experiências, valores, necessidades imediatas e objetivos concretos. O conteúdo, para esse público, só é absorvido se for percebido como útil, aplicável e coerente com seu contexto de vida e trabalho. Essa característica exige do educador — ou do designer instrucional — um olhar sensível, capaz de integrar essas experiências ao processo de ensino, valorizando saberes prévios e respeitando tempos e modos próprios de aprendizagem.

Em termos didáticos, isso significa que o material físico voltado para esse público deve evitar abordagens excessivamente conceituais, teóricas ou abstratas. Ao contrário, deve favorecer o aprendizado pela prática, pela solução de problemas reais e pelo estímulo à reflexão crítica sobre os próprios processos produtivos. Por exemplo, ao abordar o tema da precificação, não basta apresentar fórmulas genéricas. É necessário que o material proponha situações reais como a produção de uma peça sob medida, o cálculo de tempo de costura e a identificação de custos invisíveis (como energia elétrica, desgaste de equipamentos ou tempo de atendimento ao cliente). Essas práticas, segundo Moran (2015), reforçam o sentido e a utilidade do aprendizado, gerando maior engajamento.

A andragogia também impõe limites à linearidade tradicional dos conteúdos. Diferentemente da lógica escolar, em que os temas são distribuídos em módulos progressivos, a educação de adultos exige flexibilidade e abertura para abordagens modulares, personalizáveis e aplicáveis conforme a necessidade do momento. Muitas costureiras, por exemplo, estão interessadas em aprender imediatamente a calcular o valor de venda de suas peças, enquanto outras desejam compreender como organizar seu fluxo de caixa. Isso indica que os materiais instrucionais físicos devem permitir a navegação não-linear pelos conteúdos, com seções independentes, linguagem direta, exemplos visuais e sequências práticas que favoreçam o uso pontual, conforme a demanda (Gomes et al., 2024).

O respeito ao tempo e ao ritmo do adulto também é um dos pilares da andragogia. Muitos dos profissionais da moda atendem clientes durante o dia, cuidam da família, produzem à noite e ainda lidam com demandas emocionais e financeiras. Portanto, exigir concentração contínua ou longas jornadas de estudo é contraproducente. Os materiais físicos, nesse contexto, precisam ser compactos, reutilizáveis e autoexplicativos — permitindo que o aprendizado ocorra de forma fracionada, com retomadas frequentes, sem prejuízo da compreensão. Recursos como fichas de consulta rápida, blocos de anotações integrados ao conteúdo e esquemas dobráveis são formas de adaptar a didática à realidade cotidiana desses trabalhadores.

Um ponto crucial da andragogia no ensino de gestão na moda é o reconhecimento da motivação intrínseca. Ao contrário da aprendizagem escolar compulsória, o adulto busca o conhecimento porque deseja resolver um problema, tomar uma decisão, melhorar





**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



X Simpósio  
de Design  
Sustentável  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

seus resultados ou enfrentar um novo desafio. Essa motivação deve ser alimentada continuamente, e os materiais instrucionais precisam reforçar a relação entre o conteúdo e os ganhos possíveis: aumento da renda, melhora na organização do trabalho, redução de desperdícios, ampliação da clientela. Segundo Moran (2015), esse vínculo direto entre conhecimento e benefício prático é o que sustenta o interesse do aprendiz e permite a internalização do conteúdo.

É importante destacar que os profissionais adultos da moda, apesar de muitas vezes não possuírem diplomas ou certificados, dominam práticas de extrema complexidade e sofisticação. São capazes de lidar com modelagens técnicas, adaptar peças a diferentes biotipos, negociar com fornecedores, acompanhar tendências, produzir sob demanda e organizar cronogramas produtivos. Essa expertise, embora frequentemente invisibilizada nos materiais educativos formais, deve ser valorizada como ponto de partida e referência conceitual nos materiais físicos elaborados. Como afirmam Canônica, Matos e Baranauskas (2014), a educação libertadora e participativa não desconsidera os saberes populares; ao contrário, os acolhe e os reinscreve em um processo dialógico de construção coletiva do conhecimento.

Nesse sentido, a linguagem utilizada nos materiais deve refletir a escuta atenta aos códigos culturais dos aprendizes. Evitar jargões corporativos, substituir termos técnicos por expressões comuns no cotidiano da costura, incorporar imagens que representem os corpos, os espaços e os objetos com os quais essas pessoas realmente lidam — tudo isso reforça o vínculo afetivo e cognitivo com o material. Como destacam Lima et al. (2020), a linguagem acessível, quando bem estruturada, não compromete o rigor do conteúdo; ao contrário, amplia sua potência formativa e sua aplicabilidade.

Além da linguagem, a forma gráfica dos materiais físicos também deve respeitar os princípios da andragogia. O design visual precisa ser limpo, organizado e funcional, com ícones intuitivos, margens adequadas, tipografias legíveis e estruturas que permitam leitura fracionada. O uso de infográficos, esquemas passo a passo, exemplos ilustrados e mapas conceituais facilita a apreensão de conteúdos complexos e reduz a sobrecarga cognitiva — sobretudo quando o público possui baixo letramento funcional (Gomes et al., 2024).

Por fim, é preciso mencionar que a andragogia não é apenas um conjunto de técnicas pedagógicas, mas uma concepção filosófica de respeito ao outro como sujeito histórico, social e epistêmico. Isso significa que o material instrucional físico, mesmo em sua simplicidade gráfica, carrega uma visão de mundo: ou reproduz a lógica excludente do saber técnico formal, ou promove o encontro entre diferentes modos de saber e de produzir. Ao se ancorar nos princípios da andragogia, o design educacional reafirma o compromisso com uma formação profissional mais justa, emancipadora e coerente com os desafios enfrentados pelos trabalhadores da moda no Brasil.

### 2.1.2 Contextualização Curricular para Realidades Locais

A contextualização curricular pode ser definida como a adaptação dos conteúdos educacionais às circunstâncias reais de vida, cultura e trabalho dos aprendizes. Mais do que



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



X Simpósio  
de Design  
Sustentável  
*Mundos por vir*



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

simplesmente usar exemplos próximos ao cotidiano, implica compreender profundamente as particularidades sociais, culturais e produtivas dos sujeitos envolvidos. Para Freire (1996), um currículo verdadeiramente contextualizado pressupõe o reconhecimento e a valorização dos saberes populares, das linguagens locais e das práticas culturais específicas de cada comunidade. Nesse sentido, um processo educativo adequado não parte exclusivamente de conteúdos técnicos formais, mas emerge da realidade concreta dos aprendizes, promovendo uma educação dialógica e emancipatória. Segundo Canônica, Matos e Baranauskas (2014), tal perspectiva implica escuta ativa e cocriação com os sujeitos, evitando a imposição de conteúdos genéricos e abstrações pedagógicas descontextualizadas.

Na formação empreendedora em moda, voltada especialmente para costureiras, designers independentes e microempreendedores autônomos, essa abordagem ganha relevância ainda maior, dado que o público frequentemente apresenta trajetórias formativas descontinuadas ou até mesmo inexistentes em contextos escolares tradicionais. Esses profissionais desenvolvem saberes complexos por meio da prática cotidiana, da oralidade intergeracional e da experiência direta com o mercado. Muitas vezes, enfrentam desafios como informalidade, baixa escolaridade formal, múltiplas jornadas de trabalho e restrições de tempo para aprendizagem continuada. Assim, a contextualização curricular, ao reconhecer essas especificidades, favorece uma conexão direta entre o conhecimento técnico e as situações reais enfrentadas por esses profissionais, aumentando significativamente a relevância e aplicabilidade dos conteúdos instrucionais.

Ao elaborar materiais didáticos físicos para esse público, é fundamental priorizar situações concretas de trabalho, como o cálculo de custos reais na produção artesanal, organização de estoques domésticos ou estratégias de precificação em contextos como feiras locais. Lima et al. (2020) afirmam que o design educacional centrado no usuário deve ir além da simples adequação visual ou linguística; precisa levar em conta as condições específicas nas quais os aprendizes utilizam os conhecimentos adquiridos. Isso significa substituir abordagens lineares e abstratas por módulos independentes, facilmente acessíveis e aplicáveis à realidade produtiva local. A inclusão de narrativas autênticas do cotidiano de ateliês, oficinas domésticas e cooperativas artesanais reforça o engajamento e valida a identidade cultural dos aprendizes, ampliando a eficácia pedagógica dos materiais.

Outro aspecto essencial é a utilização de uma linguagem culturalmente situada, próxima da vivência cotidiana do público-alvo. Termos como "cliente fixo", "trabalho sob medida" ou "venda fiada" não são meros recursos linguísticos, mas expressões concretas da realidade produtiva desses trabalhadores. Gomes et al. (2024) ressaltam que materiais didáticos com linguagem acessível e contextualizada, quando alinhados ao perfil dos aprendizes, resultam em processos de aprendizagem mais duradouros e significativos. Além disso, as imagens e elementos gráficos escolhidos devem refletir espaços e objetos reais, rompendo com estereótipos visuais do setor da moda, frequentemente elitizados ou distantes do contexto popular. Esses elementos são decisivos para garantir o conforto



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

visual, o vínculo afetivo e a identificação imediata do aprendiz com os conteúdos educativos.

Por fim, cabe destacar que a contextualização curricular não é apenas um recurso pedagógico complementar, mas um princípio estruturante do próprio design educacional. Ao colocar os contextos locais como eixo central do planejamento didático, garante-se maior proximidade entre teoria e prática, entre aprendiz e conteúdo. Dessa forma, o design educacional contextualizado transforma-se em uma ferramenta eficaz não apenas para transmissão de conteúdos técnicos, mas também para valorização de saberes locais e fortalecimento de práticas produtivas populares. Essa perspectiva abre espaço para discutir, no próximo subtópico, como tais princípios educacionais podem ser articulados com elementos da experiência do usuário (UX) para promover uma aprendizagem ainda mais intuitiva, inclusiva e eficaz.

## **2.2 Economia Criativa e Moda**

A moda, tradicionalmente compreendida como um setor vinculado ao consumo estético e à expressão simbólica, tem adquirido novas configurações na contemporaneidade ao ser reconhecida como parte estruturante da economia criativa. Esta, por sua vez, representa um campo estratégico de desenvolvimento, cujas bases se assentam na geração de valor a partir do capital intelectual, da diversidade cultural e da inovação social. No Brasil, o setor da moda se destaca por sua ampla capilaridade territorial, empregabilidade elevada e grande presença de microempreendedores individuais e informais. Tais características tornam sua inserção no debate sobre economia criativa especialmente relevante, pois revelam o potencial de articulação entre identidade cultural, inclusão produtiva e desenvolvimento local.

Este item tem como objetivo explorar os vínculos entre moda e economia criativa, a partir de três eixos analíticos. O primeiro apresenta dados sobre a importância econômica da moda no cenário nacional, destacando sua estrutura produtiva, perfil empreendedor e impactos sociais. O segundo discute os fundamentos da economia criativa e seu papel na formação de empreendedores da moda. O terceiro, por fim, aborda a relação entre identidade local, inovação e práticas artesanais, revelando como o reconhecimento cultural pode ser um vetor de transformação econômica.

### **2.2.1 Panorama e Relevância Econômica da Moda**

O setor da moda ocupa uma posição estratégica dentro da economia brasileira, não apenas pelo volume financeiro que movimenta, mas por sua capilaridade produtiva, amplitude territorial e capacidade de absorver mão de obra em diferentes níveis de qualificação. Conforme apontado por Cherutti e Pinheiro (2023), o segmento representa aproximadamente 2,4% do Produto Interno Bruto (PIB) da indústria nacional, mantendo sua relevância mesmo diante de instabilidades econômicas e transformações nos padrões de consumo. Estima-se que mais de 1,5 milhão de pessoas estejam diretamente empregadas nas atividades ligadas à moda, incluindo desde processos industriais até práticas artesanais e autorais.





**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

Um dos elementos que diferencia o setor é o seu perfil empresarial. Dados do SEBRAE (2014) indicam que cerca de 90% dos empreendimentos de moda no Brasil são micro ou pequenos, operando com até cinco funcionários e, em muitos casos, de forma informal. Essa configuração é especialmente marcada pela presença feminina, com grande número de mulheres negras, com baixa escolaridade formal, que trabalham a partir de suas casas, em ateliês familiares ou em redes de produção comunitária. Trata-se de uma estrutura produtiva que mescla saber técnico, criatividade e estratégias de subsistência, configurando uma economia híbrida que combina tradição, afetividade e inovação.

Esse perfil traz implicações diretas para as políticas de formação e para o desenvolvimento de ferramentas educativas. Conforme argumentam Santos e Arruda (2021), embora a moda tenha elevado potencial de crescimento dentro da economia criativa, a falta de suporte formativo, especialmente nas áreas de gestão, planejamento e formalização, compromete a sustentabilidade dos negócios. Segundo os dados do SEBRAE (2014), apenas 20% dos microempreendedores da moda possuem um plano de negócios estruturado, e menos de 10% realizam controle financeiro sistemático. Essa realidade aponta para uma lacuna que vai além da ausência de informação: revela a necessidade de recursos formativos adequados ao perfil, ritmo e realidade produtiva desses trabalhadores.

Outro aspecto relevante está na territorialidade da moda brasileira. Embora existam polos consolidados como o Brás (São Paulo), o Agreste Pernambucano e o Vale do Itajaí (Santa Catarina), grande parte da produção autoral ocorre em regiões periféricas, comunidades tradicionais e áreas rurais, revelando a descentralização e a diversidade do setor. Tal configuração impõe limites à adoção de modelos universais de capacitação e gestão. O conhecimento necessário para empreender no setor não pode ser pautado apenas por metodologias tecnicistas ou planos de ensino padronizados. É necessário reconhecer o território como fonte de saber, as culturas locais como vetor de inovação e as práticas empíricas como recursos legítimos de aprendizagem e produção.

Nesse contexto, a moda brasileira também se destaca por agregar valor simbólico a seus produtos, o que lhe confere diferencial competitivo em mercados diversos. Peças produzidas com materiais reciclados, técnicas manuais tradicionais ou inspiradas em estéticas afro-brasileiras e indígenas dialogam com os princípios da sustentabilidade, do consumo consciente e da valorização da diversidade. Essa articulação entre economia, identidade e inovação é uma das premissas da economia criativa, que será aprofundada na próxima seção. No entanto, é importante destacar desde já que a valorização desse potencial exige não apenas investimentos em design e comunicação, mas também o fortalecimento das competências empreendedoras de seus agentes produtivos.

A produção de materiais instrucionais físicos adaptados à realidade dos pequenos empreendedores da moda deve ser compreendida como parte de uma estratégia mais ampla de democratização da economia criativa. Conforme ressaltam Cherutti e Pinheiro (2023), a sustentabilidade do setor não está apenas na capacidade de criação estética, mas também na de gestão eficiente. A ausência de instrumentos formativos compatíveis com a



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
*Mundos por vir\_*



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

escala dos negócios e com o perfil de seus empreendedores compromete sua formalização, acesso ao crédito e inserção em mercados mais amplos.

Dessa forma, ao abordar a relevância econômica da moda no Brasil, torna-se indispensável compreender que o fortalecimento do setor depende da formação de sujeitos capazes de gerir suas próprias trajetórias profissionais com autonomia, planejamento e visão estratégica. Isso implica não apenas políticas públicas adequadas, mas também a produção de conteúdos educativos acessíveis, aplicáveis e sensíveis às distintas realidades produtivas existentes no território nacional. Esse será o ponto de partida para a próxima seção, que tratará da economia criativa como campo estruturante para o empreendedorismo na moda.

### **2.2.2 Fundamentos da Economia Criativa e Impacto na Formação**

A economia criativa, em sua definição mais consolidada, consiste no conjunto de atividades econômicas baseadas no capital intelectual, na criatividade e na capacidade de geração de valor simbólico, cultural e econômico a partir de ideias, talentos e tradições. Conforme Florida (2002), esse modelo econômico difere dos paradigmas industriais convencionais por não se apoiar majoritariamente em infraestrutura física ou força bruta, mas sim na inovação, na diversidade cultural e na autonomia criativa dos sujeitos envolvidos. A chamada “classe criativa”, conceito central em sua obra, representa um contingente de trabalhadores que se orienta por dinâmicas não hierárquicas, de produção autoral e colaborativa, com elevado grau de mobilidade e adaptação.

No Brasil, esse conceito ganha contornos particulares, especialmente quando analisado à luz da realidade produtiva dos trabalhadores da moda. Como apontado por Cherutti e Pinheiro (2023), o setor é marcado pela informalidade, pela presença feminina e por redes produtivas que operam em contextos adversos, mas altamente criativos. A criatividade aqui não é apenas estética, mas estratégica: trata-se da capacidade de gerar valor mesmo em condições de escassez, adaptando técnicas, materiais e processos para responder às demandas do mercado. Essa lógica de criação sob demanda, com base em repertórios culturais próprios, evidencia um campo fértil para a atuação da economia criativa de base local.

Nesse cenário, a formação empreendedora precisa ser pensada a partir das particularidades do setor. Não basta oferecer cursos que apresentem modelos de negócios tradicionais, baseados em escalas industriais ou em metodologias padronizadas. É preciso desenvolver materiais que dialoguem com a lógica da criação individual ou coletiva, com a gestão de negócios pequenos, muitas vezes unipessoais, e com as formas alternativas de inserção no mercado. A economia criativa, segundo Florida (2002), exige que os trabalhadores desenvolvam habilidades de autogestão, inovação constante, comunicação eficaz e percepção de tendências — todas competências que extrapolam o domínio técnico do produto e envolvem aspectos subjetivos, culturais e estratégicos.

Santos e Arruda (2021) reforçam essa ideia ao destacar que a capacitação na moda não pode se restringir à técnica de produção. É necessário integrar o desenvolvimento de competências criativas, comunicacionais e mercadológicas ao ensino de gestão. Nesse



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



X Simpósio  
de Design  
Sustentável  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

sentido, os materiais instrucionais físicos voltados para a formação empreendedora precisam oferecer mais do que conceitos: devem apresentar ferramentas práticas para estimular a autonomia criativa dos aprendizes, fomentar a elaboração de narrativas autorais, orientar sobre a construção de marcas pessoais e incentivar o uso estratégico das redes sociais como canais de promoção e venda.

Outro aspecto importante refere-se à desmistificação do empreendedorismo criativo. Muitos profissionais da moda, especialmente aqueles que atuam de maneira informal ou periférica, não se reconhecem como empreendedores. Essa ausência de identidade empreendedora dificulta o acesso a programas de fomento, linhas de crédito ou editais públicos voltados à economia criativa. Cherutti e Pinheiro (2023) ressaltam que um dos papéis da formação deve ser justamente contribuir para o fortalecimento dessa identidade, promovendo o reconhecimento do fazer artesanal, da costura sob medida e da produção autoral como práticas legítimas e estratégicas no campo econômico contemporâneo.

A aplicação dos princípios da economia criativa à formação empreendedora na moda também demanda a valorização da autonomia dos sujeitos. Como apontado por Garrett (2011), a experiência do usuário — seja no ambiente digital ou nos materiais físicos — deve permitir que o aprendiz conduza sua trajetória com autonomia, flexibilidade e protagonismo. Materiais que apresentem caminhos múltiplos, módulos temáticos independentes, exercícios aplicáveis à realidade imediata e estímulos à personalização do conteúdo são mais adequados a essa lógica. Em vez de um currículo linear, trata-se de oferecer uma matriz modular e aberta, na qual o empreendedor possa construir sua própria estratégia de formação e aplicação prática.

Por fim, é necessário considerar que a economia criativa, enquanto política de desenvolvimento, deve estar atrelada a uma visão de inclusão produtiva, respeito às diversidades e valorização das culturas locais. A formação empreendedora baseada nesses princípios deve, portanto, articular inovação com justiça social, tradição com contemporaneidade, saber técnico com saber sensível. Os materiais instrucionais físicos, nesse contexto, tornam-se instrumentos de mediação entre o universo cultural dos aprendizes e as exigências do mercado, promovendo aprendizagem significativa e emancipadora.

### ***2.2.3 Relações entre Identidade Local, Produção Artesanal e Inovação Social***

A interdependência entre moda, identidade cultural e inovação social constitui um dos pilares centrais da economia criativa em sua dimensão territorial. No Brasil, cuja diversidade cultural se manifesta em múltiplas tradições estéticas, técnicas e simbólicas, a produção artesanal adquire um papel estratégico não apenas na preservação da memória coletiva, mas também na formulação de soluções locais para desafios econômicos e sociais. As práticas de costureiras que desenvolvem peças adaptadas a corpos reais, bordadeiras que resgatam motivos regionais e estilistas que integram tecidos naturais ou reciclados em suas coleções exemplificam a potência da moda enquanto linguagem cultural e instrumento de transformação social.



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

Longe de ser uma atividade marginal ou ultrapassada, o trabalho artesanal configura-se como espaço privilegiado de inovação social. Por meio dele, emergem novas formas de organização do trabalho, mobilização comunitária e geração de renda. Cooperativas femininas, redes solidárias, coletivos de mãos solo ou grupos de costura autogeridos são alguns dos arranjos produtivos que atuam na confluência entre estética, política e economia. Esses modelos não apenas resistem às dinâmicas de precarização do trabalho, mas propõem alternativas sustentáveis ancoradas na colaboração, no reconhecimento das identidades locais e na apropriação crítica dos saberes tradicionais.

Diante desse panorama, torna-se imperativo que os materiais instrucionais físicos voltados ao ensino de gestão e empreendedorismo no setor da moda incorporem essas dimensões simbólicas e sociais em sua estrutura e conteúdo. O objetivo não se limita à transmissão de ferramentas técnicas de precificação ou planejamento, mas se estende à valorização de saberes locais como fundamentos legítimos de formação. O design pedagógico, nesse sentido, deve iniciar pela escuta ativa dos territórios, reconhecendo os conhecimentos já existentes como insumos essenciais para a construção coletiva do material educativo. Isso se traduz, por exemplo, na inclusão de relatos reais de empreendedoras periféricas, na valorização de técnicas manuais como diferenciais competitivos e no uso de linguagens — visuais e verbais — que reflitam o universo simbólico dos sujeitos da moda.

A identidade cultural também se expressa nos detalhes gráficos e narrativos que compõem o material. As imagens, os exemplos ilustrativos e a organização dos conteúdos devem gerar identificação e acolhimento, evitando reproduzir padrões hegemônicos e distantes das realidades locais. A forma como o usuário se vê representado influencia diretamente sua relação com o material, interferindo no engajamento, na motivação e na apropriação dos conteúdos. Nesse contexto, o cuidado estético deixa de ser um elemento decorativo para assumir centralidade na construção de uma experiência de aprendizagem significativa e culturalmente situada.

Outro aspecto fundamental é a articulação entre tradição e inovação. A produção artesanal, ao contrário de ser um traço de atraso, representa um diferencial competitivo dos pequenos negócios de moda que operam com base na personalização, na singularidade e na estética culturalmente enraizada. Ao reconhecer essas características como vantagens estratégicas, os materiais instrucionais podem contribuir para a transformação do conhecimento empírico em vantagem de mercado. Essa abordagem fortalece a sustentabilidade econômica dos empreendedores, ao mesmo tempo em que promove a valorização dos saberes populares como ativos econômicos e culturais.

Incluir a identidade, o território e a cultura como eixos estruturantes do processo formativo não apenas qualificam pedagogicamente os materiais, mas também lhes confere legitimidade política. Eles deixam de ser ferramentas genéricas e neutras de ensino para se tornarem instrumentos de reconhecimento, empoderamento e emancipação. Essa mudança de perspectiva representa uma inovação metodológica e ética que alinha a educação empreendedora às diretrizes da economia criativa, consolidando um





**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
*Mundos por vir\_*



**PPGDg UFMA**  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

compromisso com o desenvolvimento sustentável, justo e ancorado nos saberes e nas práticas dos povos que historicamente movimentam a moda brasileira.

### **2.3 Competências Críticas para Microempreendedores**

A sustentabilidade econômica dos pequenos negócios de moda requer mais do que habilidades técnicas de confecção: exige o domínio de competências empreendedoras fundamentais, como planejamento, organização, precificação, gestão financeira e inovação. Entretanto, profissionais autônomos do setor, sobretudo aqueles inseridos em contextos periféricos ou informais, enfrentam obstáculos históricos ao acesso a formações que desenvolvam essas habilidades. A carência de recursos instrucionais adaptados à sua realidade produtiva contribui para a desconexão entre o conteúdo ofertado e as práticas cotidianas desses trabalhadores.

Esta seção apresenta os fundamentos teóricos e pedagógicos que orientam a priorização dessas competências em materiais físicos, com base em três eixos: o primeiro identifica as lacunas formativas mais recorrentes; o segundo elenca as competências críticas a serem abordadas; e o terceiro propõe estratégias didáticas de organização e apresentação dos conteúdos, com foco em linguagem acessível, estrutura modular e aplicabilidade.

#### **2.3.1 Lacunas Formativas e Barreiras de Aprendizagem**

A construção de materiais instrucionais eficazes demanda o reconhecimento das lacunas formativas que limitam o desenvolvimento de microempreendedores da moda. Uma das principais características desse público é a multifuncionalidade: os profissionais geralmente acumulam funções como criação, produção, atendimento, compra de insumos, divulgação e controle financeiro, em contextos de informalidade e escassez de recursos. Essa sobreposição de atividades, somada à ausência de processos formativos sistemáticos, fragiliza a gestão e compromete a sustentabilidade dos empreendimentos a médio e longo prazo.

Diversos estudos apontam que os obstáculos à aprendizagem não se restringem ao conteúdo, mas à forma como esse conteúdo é oferecido. A linguagem técnica, os exemplos genéricos e a desconsideração das condições materiais e simbólicas dos sujeitos são elementos que dificultam o engajamento. Além disso, barreiras como o tempo reduzido, a sobrecarga produtiva e a não identificação com o campo do empreendedorismo dificultam a adesão a programas formativos. Esses fatores revelam a necessidade de materiais que não apenas informem, mas reconheçam as práticas reais, os saberes prévios e as lógicas de trabalho desses profissionais.

#### **2.3.2 Competências Gerenciais mais Urgentes**

A superação das lacunas formativas exige a identificação das competências prioritárias à gestão de pequenos negócios de moda. A precificação adequada, por exemplo, demanda mais do que cálculos com base em custos diretos: é necessário considerar o tempo de trabalho, os custos invisíveis e a margem de lucro. A maioria dos





**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

profissionais do setor opera com valores arbitrários ou intuitivos, o que compromete a rentabilidade.

Outra competência essencial é o controle de insumos e a organização da produção. Sem registros básicos de entrada e saída de materiais ou estratégias de planejamento da produção, é comum haver desperdícios, retrabalhos e dificuldades no cumprimento de prazos. A gestão financeira também se mostra deficitária: muitos empreendedores não distinguem os recursos pessoais dos do negócio, não fazem projeções nem acompanham o fluxo de caixa.

A capacidade de organizar a produção sob demanda e por sazonalidade aparece como uma habilidade estratégica. Negócios autorais, especialmente, enfrentam oscilações de pedidos e necessitam estruturar cronogramas de trabalho flexíveis. Por fim, a leitura de mercado e a capacidade de identificar tendências são diferenciais que contribuem para o reposicionamento de produtos, a diferenciação estética e o desenvolvimento de coleções coerentes com o público-alvo.

### **2.3.3 Estratégias de Abordagem nos Materiais Físicos**

Para que essas competências sejam trabalhadas de maneira efetiva, os materiais instrucionais físicos devem ser concebidos com base em princípios de clareza, modularidade e funcionalidade. A estrutura deve permitir acesso não linear, com blocos de conteúdo independentes, mapas visuais e textos objetivos. Isso respeita o tempo fragmentado dos aprendizes adultos e facilita a retomada dos estudos.

Elementos como esquemas, listas de verificação, mapas mentais e fichas destacáveis podem favorecer a aprendizagem ativa e o protagonismo do usuário. A interatividade física — preenchimento manual, anotações livres, uso prático no ateliê — amplia a utilidade do material e fortalece a apropriação dos conteúdos.

Além disso, a incorporação de exemplos reais e narrativas situadas reforça a identificação e aumenta a relevância percebida do conteúdo. Ao utilizar casos vivenciados por outros empreendedores do setor, o material didático se torna mais próximo e aplicável. O uso de linguagem acessível, conectada ao vocabulário cotidiano dos aprendizes, também é fundamental para que os conteúdos façam sentido e possam ser incorporados à prática. A qualidade do design visual, por sua vez, contribui para a navegabilidade, a estética e a permanência do interesse.

## **3 Metodologia**

### **3.1 Caracterização da Pesquisa**

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, de abordagem qualitativa, com objetivos exploratórios e descritivos. Foi estruturado a partir de uma revisão bibliográfica sistemática e fundamentada, com o intuito de reunir evidências teóricas que subsidiem a elaboração de materiais instrucionais físicos voltados à formação empreendedora na moda. A pesquisa baseou-se exclusivamente na análise de obras técnico-científicas de autores reconhecidos nas áreas de design educacional, experiência



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



X Simpósio  
de Design  
Sustentável  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

do usuário (UX), metodologias participativas, andragogia e economia criativa, cujas contribuições foram sistematicamente organizadas para mapear lacunas formativas, identificar competências empreendedoras prioritárias e propor diretrizes metodológicas para o desenvolvimento dos materiais.

A seleção das fontes seguiu critérios de atualidade (majoritariamente publicações entre 2014 e 2024), relevância temática e adequação ao escopo do estudo. Foram incluídos documentos acadêmicos (artigos, capítulos de livros, teses) e relatórios institucionais com dados sobre o setor da moda e seu perfil produtivo no Brasil. A triangulação dessas fontes possibilitou uma leitura integrada do problema de pesquisa.

Conforme Gil (2008), a pesquisa exploratória é apropriada para obter maior familiaridade com determinado fenômeno e construir hipóteses para futuras investigações. Neste caso, o fenômeno investigado é a ausência de materiais formativos acessíveis, físicos e contextualizados para profissionais autônomos da moda. A abordagem qualitativa, por sua vez, permitiu interpretar o material de forma crítica e dialógica, à luz das necessidades socioprodutivas desse público

### 3.2 Procedimentos Adotados

A pesquisa foi organizada em três fases interdependentes:

Fase 1 – Levantamento e seleção das fontes: Foram identificadas, entre outubro de 2024 e janeiro de 2025, 14 obras relevantes ao tema, por meio de buscas dirigidas em plataformas como Scielo, Redalyc, ResearchGate, bases institucionais e documentos do SEBRAE. As fontes passaram por triagem segundo critérios de pertinência conceitual, data de publicação, linguagem técnica e vínculo com a realidade brasileira.

Fase 2 – Leitura analítica e extração de dados: A leitura dos textos foi realizada entre fevereiro e março de 2025, com extração sistemática de dados técnicos, conceituais e estatísticos relacionados aos objetivos do artigo. Os conteúdos foram organizados por eixos temáticos, evitando-se repetições, redundâncias ou interpretações não fundamentadas. Cada ideia presente na redação final foi atribuída diretamente à fonte correspondente.

Fase 3 – Organização da estrutura do artigo: Com base nos dados coletados, foram definidos os capítulos do artigo e a estrutura de desenvolvimento. A construção textual foi orientada por diretrizes de escrita científica, respeitando os limites do evento e os critérios de avaliação. Toda a redação foi realizada entre abril e maio de 2025, com atenção à fluidez, à coesão e à fidelidade às fontes.

## 4 Resultados

A etapa de análise bibliográfica foi orientada pela busca de respostas à questão central desta pesquisa: como desenvolver materiais instrucionais físicos para a formação empreendedora de profissionais autônomos da moda, alinhados às suas realidades socioprodutivas e necessidades formativas? Para isso, foram selecionadas publicações que abordam três eixos principais: o papel da moda na economia criativa brasileira;



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
*Mundos por vir\_*



**PPGDg UFMA**  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

fundamentos de design educacional e UX aplicados a materiais físicos; e o desenvolvimento de competências críticas para microempreendedores do setor.

A partir dessa sistematização, organizou-se um quadro-síntese com as principais contribuições dos autores analisados. A primeira convergência identificada diz respeito ao reconhecimento da moda como vetor relevante da economia criativa. Autores como Cherutti e Pinheiro destacam seu peso no PIB industrial e sua forte presença em territórios periféricos e populares, onde microempreendedores atuam de forma autônoma, frequentemente em situação de informalidade, com pouca escolaridade formal. As fontes convergem ao apontar que esse público enfrenta entraves no acesso a conteúdos aplicáveis à gestão dos próprios negócios — sobretudo por falta de materiais contextualizados.

Outra convergência importante refere-se à crítica à predominância de métodos expositivos, genéricos e lineares nas iniciativas formativas. Estudos de Gomes et al. e Lima et al. revelam que a maioria dos materiais existentes não considera a lógica sob demanda do setor, a instabilidade produtiva e os múltiplos papéis exercidos pelos empreendedores da moda. Há consenso também quanto à inadequação de uma linguagem técnica e pouco acessível, que desconsidera barreiras de letramento funcional e de tempo disponível para estudos.

Em contraposição, os autores analisados sugerem caminhos para a superação dessas lacunas. Canônica, Matos e Baranauskas, por exemplo, defendem a escuta ativa e o diálogo com os sujeitos como princípios para o design de materiais realmente eficazes. Garrett oferece fundamentos da experiência do usuário (UX) aplicáveis inclusive a artefatos físicos, como clareza visual, fluidez na navegação e engajamento tátil. No campo do design educacional, Palácio e Gomes et al. propõem estruturas modulares, linguagem situada e uso de recursos gráficos como estratégias centrais para ampliar a compreensão e aplicabilidade dos conteúdos.

A análise também revelou competências prioritárias para a sustentabilidade de negócios de moda, entre elas: precificação baseada em custos reais e margem de lucro; controle de insumos e organização produtiva; gestão financeira básica com separação de recursos pessoais e comerciais; planejamento sob sazonalidade e leitura de tendências. As fontes consultadas alertam que a ausência dessas competências está diretamente relacionada ao fechamento precoce de microempreendimentos e à baixa capacidade de crescimento no setor.

Quanto às lacunas, observou-se uma escassez de estudos empíricos que validem materiais físicos com o público-alvo em questão. A maioria das referências analisadas propõe diretrizes em nível teórico ou relata experiências em formatos digitais, o que abre oportunidade para novas pesquisas com foco em design participativo e validação em campo. Identificou-se também a necessidade de ampliar a produção de conteúdos voltados a públicos com baixo letramento funcional, o que demanda maior investimento em estratégias visuais e formatos de uso flexíveis.



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

Em termos de oportunidades, destaca-se a articulação entre tradição artesanal e inovação pedagógica. A literatura sugere que materiais que incorporam saberes locais e valorizam a estética cultural do território geram maior engajamento, além de fortalecerem a identidade produtiva dos empreendedores da moda. Isso reforça a ideia de que os materiais físicos podem ser não apenas instrumentos de ensino, mas dispositivos de reconhecimento, autoestima e emancipação.

Por fim, a análise crítica dos achados sustenta a hipótese inicial da pesquisa: é possível e necessário desenvolver materiais instrucionais físicos voltados à formação empreendedora na moda que sejam acessíveis, aplicáveis e socialmente transformadores. Quando concebidos com base em metodologias participativas, princípios de design educacional e fundamentos de UX, esses materiais podem contribuir significativamente para a autonomia, a sustentabilidade e a valorização dos trabalhadores criativos do setor, sobretudo os que atuam em contextos de informalidade e exclusão histórica.

Dando sequência à análise dos resultados, apresenta-se a seguir um quadro-síntese com as principais contribuições extraídas das obras selecionadas na revisão bibliográfica, organizadas por autor, objetivo da obra, achados centrais e contribuições para o desenvolvimento de materiais instrucionais físicos voltados à formação de microempreendedores no setor da moda. O quadro permite visualizar convergências e especificidades das abordagens, facilitando a identificação de diretrizes concretas e lacunas ainda existentes na produção científica sobre o tema.

Quadro 1 – Síntese Analítica da Produção Científica sobre Formação Empreendedora e Design Instrucional para a Moda

| Autor(es) e Ano                       | Objetivo do Estudo                                       | Achados Centrais                                                                                                               | Contribuições para o Design de Materiais Instrucionais Físicos                                                                  |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cherutti &amp; Pinheiro (2023)</b> | Discutir o papel da moda na economia criativa brasileira | A moda representa 2,4% do PIB industrial; 90% dos negócios são micro e pequenos, geralmente informais e liderados por mulheres | Reforça a necessidade de materiais que reconheçam a informalidade, o perfil feminino e o contexto periférico dos empreendedores |
| <b>Santos &amp; Arruda (2021)</b>     | Analisar desafios e oportunidades de capacitação na moda | Lacuna de conteúdos aplicáveis à realidade cotidiana; baixa autopercepção empreendedora entre costureiras e estilistas         | Indica a importância de conteúdos que ajudem a desenvolver identidade empreendedora e habilidades práticas em gestão            |
| <b>Gomes et al. (2024)</b>            | Explorar vantagens e desafios do design instrucional     | Materiais existentes são teóricos, genéricos e desconectados das rotinas produtivas reais                                      | Aponta para a urgência de estruturas modulares, linguagem acessível e forte apelo visual nos materiais                          |





| Autor(es)<br>Ano                                            | Objetivo<br>do<br>Estudo                                         | Achados Centrais                                                                                                  | Contribuições para o<br>Design de Materiais<br>Instrucionais Físicos                                                       |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Canônica,<br/>Matos &amp;<br/>Baranauskas<br/>(2014)</b> | Relacionar design social e pedagogia freireana                   | Valorização dos saberes populares e da escuta ativa no design de recursos educacionais                            | Fundamenta o uso de metodologias participativas e o diálogo como bases para materiais com legitimidade social e pedagógica |
| <b>Lima et al.<br/>(2020)</b>                               | Aplicar o design centrado no usuário à educação a distância      | Usuários da educação a distância exigem recursos usáveis, flexíveis e adaptados a contextos de baixa escolaridade | Estimula a inclusão de elementos visuais, estrutura modular e foco na experiência do usuário também em artefatos físicos   |
| <b>Garrett (2011)</b>                                       | Estabelecer fundamentos da UX aplicáveis ao design de interfaces | A experiência do usuário deve integrar clareza, engajamento e funcionalidade visual e tátil                       | Apoia o uso de ícones, organização espacial clara, manipulação física e vínculo afetivo no design instrucional físico      |
| <b>Palácio (2005)</b>                                       | Apresentar metodologia de design educacional para EaD            | O design educacional deve considerar perfil do público, objetivos e contexto de aplicação                         | Sustenta o planejamento didático intencional como base para a construção de materiais eficazes e contextualizados          |
| <b>Moran (2015)</b>                                         | Discutir a transformação da educação frente às tecnologias       | Adultos aprendem por necessidade imediata e com base em experiências anteriores                                   | Justifica o uso da andragogia na estruturação de conteúdos práticos, reutilizáveis e aplicáveis à rotina do empreendedor   |

Fonte: Produção da autora, 2025.

A análise comparada das fontes permite identificar convergências teóricas no reconhecimento da informalidade, da diversidade de contextos produtivos e da centralidade dos saberes locais na formação empreendedora da moda. A maioria dos autores critica os modelos pedagógicos tradicionais e defende práticas formativas mais situadas, interativas e voltadas à solução de problemas concretos.

Em relação às lacunas, observa-se escassez de estudos empíricos que validem o uso de materiais físicos cocriados com os usuários finais, sobretudo em territórios periféricos e com sujeitos de baixo letramento. Outra carência está na produção de metodologias específicas para aplicar os princípios da UX fora do ambiente digital, o que aponta oportunidades para inovações no design gráfico e estrutural de materiais físicos impressos.



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
Mundos por vir\_



PPGDg UFMA  
Programa de  
Pós-Graduação  
em Design

Por fim, as oportunidades detectadas envolvem a articulação entre tradição artesanal, identidade cultural e estratégias de ensino não lineares, assim como a ampliação do repertório visual e tátil desses materiais. Ao incorporar narrativas reais, símbolos locais e estruturas flexíveis, os materiais ganham força pedagógica e legitimidade cultural, tornando-se não apenas ferramentas de ensino, mas também instrumentos de valorização profissional, autonomia econômica e inclusão produtiva no setor da moda.

## 5 Conclusão

O presente estudo alcançou seu objetivo ao analisar, por meio de revisão bibliográfica rigorosa, os fundamentos teóricos e metodológicos que sustentam a elaboração de materiais instrucionais físicos voltados ao ensino de gestão de negócios e empreendedorismo no setor da moda. A análise permitiu evidenciar um conjunto expressivo de lacunas formativas que afetam a sustentabilidade dos pequenos empreendimentos criativos, especialmente entre os profissionais autônomos que atuam em condições de informalidade e com baixa escolaridade formal.

A investigação demonstrou que o público-alvo, composto majoritariamente por mulheres costureiras, estilistas e artesãs, enfrenta desafios significativos no acesso a conteúdos educativos que dialoguem com sua realidade produtiva. Os materiais disponíveis atualmente, em sua maioria, apresentam linguagem técnica excessiva, formatos genéricos e estruturas descontextualizadas, o que limita sua aplicabilidade prática. Além disso, constatou-se a ausência de recursos didáticos que considerem os saberes empíricos e a diversidade cultural presente nos territórios populares onde essas profissionais atuam.

A análise teórica sustentou que a integração entre design educacional, experiência do usuário e metodologias participativas representa um caminho promissor para a construção de materiais mais eficazes e inclusivos. Recursos com estrutura modular, linguagem acessível, componentes visuais fortes e valorização da cultura local tendem a promover maior engajamento, compreensão e aplicabilidade. A centralidade da experiência do usuário e o respeito ao ritmo de aprendizagem do público adulto se mostraram essenciais para garantir a usabilidade dos materiais físicos e sua aderência ao cotidiano das empreendedoras.

Como limitação, destaca-se o fato de se tratar de uma pesquisa exclusivamente bibliográfica, sem validação empírica dos pressupostos apresentados. Essa delimitação, no entanto, abre possibilidades para novas etapas investigativas com foco em estudos de campo e desenvolvimento de protótipos pedagógicos.

Dentre as recomendações, sugere-se o desenvolvimento de materiais físicos cocriados com os próprios profissionais da moda, incorporando elementos de escuta ativa, representação simbólica e funcionalidade tátil. A validação desses materiais em contextos reais, como ateliês periféricos, feiras de economia solidária e coletivos de costura, permitirá avaliar sua eficácia na formação empreendedora e seu impacto socioeconômico.



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



**X Simpósio  
de Design  
Sustentável**  
Mundos por vir\_



Conclui-se que a construção de materiais instrucionais físicos sensíveis às realidades locais representa mais do que uma estratégia pedagógica: trata-se de uma ação política em defesa da democratização do conhecimento, da valorização dos saberes populares e do fortalecimento de trajetórias empreendedoras sustentáveis na moda brasileira. O reconhecimento dessas práticas como legítimas contribui para uma economia criativa mais justa, diversa e enraizada nos territórios.

## 6 Referências

CANÔNICA, V.; MATOS, E.; BARANAUSKAS, M. C. C. Design social e pedagogia de Paulo Freire: um diálogo possível. *Revista Brasileira de Informática na Educação*, v. 22, n. 1, p. 79–92, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.5753/RBIE.2014.22.01.79>. Acesso em: 20 jul. 2025.

CHERUTTI, M.; PINHEIRO, C. M. P. A relevância do setor da moda na indústria criativa. *Modapalavra e-periódico*, Florianópolis, v. 39, p. 1–24, 2023. DOI: 10.5965/1982615x16392023e0010. Acesso em: 20 jul. 2025.

CRESWELL, J. W. *Design de pesquisa: abordagens qualitativas, quantitativas e de métodos mistos*. 4. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2014.

FLORIDA, R. *A ascensão da classe criativa: e como ela está transformando o trabalho, o lazer, a comunidade e a vida cotidiana*. Nova York: Basic Books, 2002.

GARRETT, J. J. *Os elementos da experiência do usuário: design centrado no usuário para a web e além*. 2. ed. Berkeley: New Riders, 2011.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, L. C. M. et al. Design instrucional na educação: vantagens e desafios. *Revista Amor Mundi*, v. 4, p. 113, 2024. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/379353740>. Acesso em: 20 jul. 2025.

LIMA, G. F. A.; MERINO, G. S. A. D.; MERINO, E. A. D.; TRISKA, R. O design instrucional no ensino a distância a partir do ponto de vista do design centrado no usuário. *Actas de Diseño*, n. 37, p. 94–102, jul. 2020. Disponível em: <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2090>. Acesso em: 20 jul. 2025.

MARQUES, R. H.; CAMPOS, A. C.; ANDRADE, D. M.; ZAMBALDE, A. L. Inovação no ensino: uma revisão sistemática das metodologias ativas de ensino-aprendizagem. *Avaliação (Campinas)*, v. 26, n. 3, p. 718–741, 2021. DOI: 10.1590/S1414-40772021000300005.

MORAN, J. M. *A educação que desejamos: novos desafios e como chegar lá*. 6. ed. Campinas: Papirus, 2015.

PALÁCIO, M. Design educacional na educação a distância: uma abordagem metodológica. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, v. 8, n. 2, p. 55–72, 2005. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/684/68480210.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2025.



**JOP'25  
DESIGN**  
VI Jornada de Pesquisa do Programa  
de Pós-Graduação em Design - UFMA

3 a 5  
DEZ  
2025

São Luís - MA



X Simpósio  
de Design  
Sustentável  
*Mundos por vir\_*



SANTOS, M. C.; ARRUDA, J. P. Educação e capacitação na moda: desafios e oportunidades para o setor criativo. São Paulo: Editora Design & Inovação, 2021.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Perfil de negócios de moda. Brasília: SEBRAE, 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/perfil%20de%20neg%C3%B3cios%20de%20moda.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2025.

VERGARA, S. C. Métodos de pesquisa em administração. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.