

**Modateca Social: um relato de empreendedorismo e empoderamento feminino na Universidade de Pernambuco***Modateca Social: an account of entrepreneurship and female empowerment in University of Pernambuco*

Izabele Sousa Barros<sup>1\*</sup>; Ana Rita Valverde Peroba<sup>2</sup>; Ilana Tháisa Brochardt Pereira Simões<sup>3</sup>; Poliana Carneiro Gomes<sup>3</sup>; Raabe Samara de Oliveira Santos<sup>3</sup>; Taynãh Marques de Lira Andrade<sup>3</sup>; Tiago Vieira da Silva<sup>3</sup>.

**Resumo**

Este artigo apresenta um relato de experiência do Projeto de Extensão Modateca Social, vinculado a FCAP (Faculdade de Ciência da Administração e Direito de Pernambuco) da Universidade de Pernambuco, que desde 2011, vêm capacitando mulheres com vulnerabilidade econômica através do empreendedorismo no segmento da moda. Conta com a participação de docentes e discentes da Instituição de Ensino Superior (IES), atuando em parceria com diversas organizações do setor público e privado. O Projeto Modateca Social já capacitou 300 mulheres e tem como objetivo a construção e obtenção das competências sociais, profissionais, éticas e culturais das beneficiadas, estimulando a sustentabilidade ambiental e empoderamento feminino das mulheres participantes.

**Descritores:** Empreendedorismo; Empoderamento feminino; Extensão universitária.

**Abstract**

This article presents an experience report on the Modatca Social Extension Project, linked to FCAP (Faculty of Science of Administration and Law of Pernambuco/University of Pernambuco), which since 2011 has been training women with economic vulnerability through entrepreneurship in the fashion segment. It counts on the participation of teachers and students of the Institution of Higher Education (IHE), acting in partnership with several organizations of the public and private sector. The Modateca Social Project has trained 300 women and aims to build and obtain the social, professional, ethical and cultural skills of the beneficiaries, stimulating environmental sustainability and women's empowerment of the participating women.

**Keywords:** Entrepreneurship; Female empowerment; University extension.

<sup>1</sup>Mestre. Docente. Faculdade de Ciências da Administração de Pernambuco da Universidade de Pernambuco

<sup>2</sup>Doutoranda. Faculdade Anhembi Morumbi

<sup>3</sup>Discente. Faculdade de Ciências da Administração de Pernambuco da Universidade de Pernambuco

\*Endereço: Av. Sport Clube do Recife, n.º 252. Bairro Madalena. CEP 50750-500. Recife (PE), Brasil. E-mail: izabele.barros@upe.br

## Introdução

É evidente a importância dos projetos de extensão que contribuem para a sociedade de modo significativa ao meio a que estão inseridos, tendo um cunho social de relevância, permitindo aos docentes e discentes das IES a possibilidade de repassar à sociedade os conhecimentos adquiridos na academia por meio do ensino e da pesquisa. A extensão universitária possibilita a comunidade acadêmica uma mudança significativa na cultura e na visão individual de cada pessoa que participa dos projetos extensionistas junto ao público externo, interagindo e transformando a realidade de acordo com as necessidades locais.

A FCAP/UPE, no tocante curso de Administração de Empresas, possui uma tendência natural para a aprendizagem voltada a gestão de negócios e neste contexto atua o Projeto de Extensão Modateca Social. Este se baseia na área da educação empreendedora, sendo esta uma ferramenta utilizada para o empoderamento feminino, dando às mulheres beneficiadas as competências necessárias para o desenvolvimento de suas habilidades no mercado de trabalho.

O presente trabalho visa mostrar a importância do Projeto Modateca Social no cenário extensionista da UPE, demonstrando a sua contribuição para o crescimento sustentável da Universidade, como também servindo de instrumento interseção social, aproximando a academia das comunidades adjacentes.

A extensão universitária é, de acordo com Souza Neto e Attiki (2005, p.11),

“É um processo educativo, que envolve ações de caráter científico, cultural e artístico, voltadas para a integração da instituição universitária, possibilitando, assim, uma efetiva participação da universidade na sociedade, reconhecendo em ambas possibilidades de aprendizagem e desenvolvimento do saber popular e científico.”

Portanto a extensão, possibilita a formação do profissional cidadão; integra os conhecimentos adquiridos na academia; ajuda a superar as desigualdades sociais existentes; e é de extrema importância, pois é "como o elemento de ligação entre a IES e a sociedade em que se insere" (Gurgel, 1986). O projeto aqui abordado, atende um público que sofre de vulnerabilidade social e de gênero, e se baseia em 3 pilares importantes a saber: no Humanismo, busca o conceito da valorização do ser humano e sua condição acima de tudo; no Effectuation, se inspira no “processo dinâmico e criativo que tem por objetivo o desenvolvimento de novas ideias em um ambiente empreendedor sem a necessidade de um plano de negócios.” (SARASVATHY, 2001); e na Andragogia, “ciência que estuda como os adultos aprendem” (BELLAN, 2005, p.20).

O projeto se apoia no 5º princípio da ONU focado no empoderamento das mulheres: “Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing”. A Modateca Social tem por propósito a capacitação do público feminino, proveniente de situação de vulnerabilidade, com foco em inclusão produtiva e colaborativa de forma sustentável, que qualifica mulheres para se tornarem empreendedoras e empoderadas, elevando, desse modo, a autoestima e gerando reconhecimento social por suas capacidades de realização pessoal e profissional. Nos últimos sete anos, já capacitou mais de 300 beneficiadas, atuando juntamente com organizações parceiras, mudando a realidade de seus participantes por meio do ensino na área de moda/artesanato/design, empreendedorismo, sustentabilidade e questões de gênero.

Em 2011, iniciou suas ações na região agreste do estado de Pernambuco, passou em 2012, a alcançar regiões como a Região Metropolitana do Recife (RMR); Olinda; Recife; Iburá e Região Político-Administrativa da cidade do Recife (RPA6). Essas expansões só foram possíveis com o apoio e parceria do Consulado da Alemanha e de quatro ONGs: Lar Transitório de Christie (AELTC); Casa Menina Mulher (CMM); Aldeias Infantis; Instituto de Desenvolvimento Social e Cultural (IDESC). Já em 2015, trabalhou com as ONGs: CMM, IDESC e a Casa de Frei São Francisco, entidade ligada ao Instituto Dom Helder Câmara (IDHEC), sendo possível beneficiar 31 mulheres. No ano de 2016, em parceria com a Secretaria da Mulher do Recife, Secretaria da Mulher de Jaboatão dos Guararapes e Associação de Moradores Jardim Brasil II, atingiu um dos maiores resultados alcançados até então: 45 mulheres foram capacitadas, com um total de 300

horas de capacitação. O projeto também contou, neste último ano, com o patrocínio do Instituto lojas Renner, e apoio da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UPE, do Consulado da Alemanha, da Provença Recife, da J7 Promoções e Eventos, da FB Montagens, da ADM e TEC e da Amora Produtora.

O crescimento progressivo do projeto foi possível através do esforço da equipe e dos participantes envolvidos; do apoio dos parceiros; incentivo financeiro dos patrocinadores e cenário atual econômico de Pernambuco voltado para moda e confecções, que atua como um fator positivo para o aumento do alcance do projeto. Contudo, apesar do cenário propício para expansão financeira, o projeto permanece com os ideais do empreendedorismo social no qual não tem como prioridade aumentar o lucro de forma a obter a satisfação de interesses pessoais ou econômicos, mas sim minimizar problemas sociais e a degradação do meio ambiente, gerando transformação nas comunidades em que estão inseridas, internalizando a conceituação de rede social. Logo, o envolvimento das comunidades em situação de risco ao processo das dimensões humanas vai além da tentativa de integridade e honradez já que o fomento ao colaborativismo fortalece os negócios sociais e tem a finalidade de tornar os colaboradores agentes co-responsáveis socialmente.

### **Empreendedorismo social**

Criar oportunidades de obtenção de lucro de forma inovadora e criativa é uma forma sucinta de explicar o conceito de empreendedorismo, também é correto afirmar que “o empreendedor é um indivíduo que se lança em novas empreitadas empresariais, é criativo, arrojado e procura sempre fazer coisas diferentes” (LEITE, 2012, p. 25). Fatores externos que mudam o mercado podem corroborar para a saída de empregados e entrada de empreendedores, a necessidade de gerar renda e possibilidade de ser o patrão pode apressar esse processo, ou seja, a destruição criativa tem seu aspecto positivo e instiga o espírito empreendedor dos indivíduos. Com o advento da preocupação em questões sociais e tendo essa consciência cada vez mais forte nas pessoas, é possível entender o empreendedorismo de cunho social: organizações que utilizam os trabalhos sociais como forma de negócio, diferente das ONGs, buscam através de atividades empresariais realizarem a solução de problemas sociais utilizando o mercado como ferramenta.

Algumas premissas do empreendedorismo social deixam claro suas discrepâncias com o modelo corporativo, sendo o impacto social a principal, visto que, o que a empresa pode trazer para a sociedade vai afetar a ponto de dizer que sua missão é realmente na melhoria estrutural da sociedade. A segunda característica que difere as duas formas de empreendedorismo é o modelo de governança, que pode-se descrever quando: “para grandes empresas, o negócio com impacto social deixe de ser apenas um movimento de responsabilidade social desconectada do empreendimento e passa a ter um papel-chave na definição de estratégias de atuação delas” (BARK; AGUIAR, 2013, p. 72).

### **Empoderamento feminino**

De acordo com Casimiro (2010, p. 15) “as mulheres relacionam-se com o poder de múltiplas maneiras e a sua experiência revela que o poder pode ser uma fonte de opressão no seu abuso e uma fonte de emancipação no seu uso”. Historicamente, sabe-se que a vida das mulheres se manteve apoiada em pilares patriarcais e machistas, de modo que a elas estivesse disponível apenas os afazeres do lar, a procriação e a servidão ao marido. Com o advento das lutas feministas, abriu-se um novo panorama, a fim de garantir equidade nos direitos de todos, independentemente do gênero. Dessa forma, quando se dá uma possibilidade de emancipação, de empoderamento através das suas próprias atividades, nota-se uma transformação nas perspectivas que se ampliam e na satisfação das mulheres.

O processo de empreender desperta noções de responsabilidade, de utilidade, trabalha a autoconfiança e o desprendimento, pois requer coragem para encarar um novo desafio e depositar suas experiências nessa ferramenta de ascensão social, econômica e pessoal. É notório que o empreendedorismo feminino assume um papel significativo para a economia brasileira, visto que, de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor – SEBRAE, (GEM,2003) os negócios

possuídos por mulheres chegam a constituir quase a metade dessa estatística, cerca de 6,4 milhões de empreendedoras brasileiras, o que representa 46% do total de empreendedores brasileiros. Neste sentido, o Projeto Modateca Social vem contribuindo para o fortalecimento do empoderamento feminino estado de Pernambuco.

### **Percurso metodológico**

Metodologicamente, as capacitações são divididas em quatro etapas: planejamento (reunião anual onde são definidas metas, discutidos os resultados atingidos no ano anterior e realização do mapeamento de novas parcerias e do cronograma de atividades); implementação (depois da sensibilização e seleção das beneficiadas junto às ONGs, inicia-se a capacitação, na qual tem aulas teóricas e práticas); monitoramento/registro( é a etapa onde são realizados questionários e entrevistas no decorrer do projeto para a medição dos indicadores de monitoramento do projeto); e por fim, a etapa da avaliação (na qual é feita a checagem do alcance das metas iniciais e análise dos indicadores). Ao longo dos anos foi necessária esta rotina visando o alcance dos resultados estabelecidos. Paralelamente ao desenvolvimento da ação extensionista ocorre uma pesquisa, que recolhe dados de desempenho empreendedor das beneficiadas através do método Índice de Inclusão Empreendedora que gera dados que são analisados e transformados em material acadêmico para publicações e apresentação em congressos e seminários relacionados a temática. Os resultados desta pesquisa-ação é a transformação junto aos alunos, em produções bibliográficas, técnicas e culturais publicadas em revistas, periódicos e congressos.

### **Resultados**

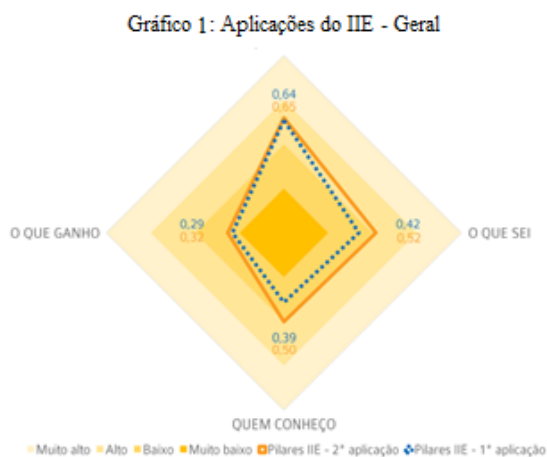
Na última capacitação, o projeto de extensão Modateca realizou uma seleção das mulheres que já haviam sido previamente encaminhadas pela rede beneficiada já citada. No total 75 mulheres se inscreveram e iniciaram as atividades do curso, das quais 45 concluíram (60%).

O perfil de renda familiar das mulheres é considerado baixa renda, tendo como média a renda de 1,3 salários mínimos. As mulheres vieram de várias cidades da Região Metropolitana do Recife e a maior parte da cidade de Olinda (34%). O perfil de idade foi bastante variado, mas sua maioria era na casa dos 40 anos. Os cursos foram realizados no Espaço Modateca na FCAP/UPE em Recife, com duração de 6 meses, nas áreas de moda, empreendedorismo, desenvolvimento sustentável e gestão de negócios e questões de gênero, com aulas teóricas e práticas e carga horária total de 300 horas. Na parte prática, foram utilizados predominantemente doações de refugos, ou seja, restos, descartes e peças inutilizadas por indústrias, reforçando o viés de redução de impacto ambiental abordado conceitualmente no projeto.

Segundo BARROS, I.S. e PEROBA, A.R.V. (2017), conceitos de empreendedorismo foram aplicados de acordo a metodologia exclusiva da Aliança Empreendedora, organização sem fins lucrativos, que trabalha com projetos de apoio a microempreendedores, implantação de negócios inclusivos junto a empresas e disseminação da cultura empreendedora no Brasil. A coordenação do projeto foi capacitada com a metodologia empreendedora e aplicou-a ao grupo de mulheres beneficiadas. O Ciclo de Iniciantes foi proposto com a intenção de contribuir para o processo de desenvolvimento das ideias de negócio e no amadurecimento do perfil empreendedor. Nessa fase as participantes foram convidadas a refletirem sobre o mundo e sobre si mesmas, podendo então fazer uma escolha mais consciente sobre a sua vontade de empreender e sobre o negócio que gostariam de estabelecer. A base deste ciclo foi a teoria do Effectuation, que promoveu o estudo através do “aprender fazendo”.

Ao final do curso foi aplicado com as mulheres uma Pesquisa de Satisfação Final, onde 27 responderam (60%). Nesta pesquisa foi analisado o impacto positivo dos conteúdos ministrados nos cursos e a visão das mulheres após eles. Foi visto que 98% das mulheres desejam voltar a se capacitar e 61% das que não empreendiam antes do curso passaram a empreender ou iriam começar a empreender em breve. A nível de análise comparativa, foi realizado com as beneficiadas

um teste chamado Índice de Inclusão Empreendedora (IIE), neste foi analisado o perfil empreendedor de cada participante, nas vertentes de “Quem sou”, “O que sei”, “Quem conheço” e “O que ganho”. O teste foi realizado no início e ao final do curso e 75,6% das mulheres o responderam. A seguir vê-se um gráfico que mostra a visão geral do antes e depois; percebe-se pelo gráfico que houve um aumento médio e os que mais evoluíram foram os pilares “Quem conheço” (+0,11) e “O que sei” (+0,10).



Fonte: resultados da pesquisa

Também foi possível observar que 66% das beneficiadas tiveram um aumento positivo em seu IIE e cerca de 65% destas tiveram um aumento maior que 0,10, considerado como um aumento. Esses resultados corroboraram para que o projeto conseguisse obter o primeiro lugar, a nível nacional, do Prêmio “Geração de Renda para Mulheres, promovido pelo Instituto Renner. Para finalizar, foi observado que os resultados do projeto extensionista ao longo dos anos, confirmam a efetividade do conceito de “empreendedorismo social” aplicado, atuando de forma articulada e conjunta nas dimensões sociais, econômicas e ambientais.

Dessa forma, portanto, transformando e viabilizando o desenvolvimento econômico e social de forma sustentável. Observando-se o poder da união das instituições públicas e privadas em rede, que a partir de suas cooperações em conjunto, propiciou um meio para que mulheres de baixa renda pudessem se tornar empreendedoras atuantes no mercado. Deste modo, julga-se que ação extensionista aqui estudada é sim um caminho possível e real como espaço privilegiado de produção do conhecimento significativo para a superação das desigualdades sociais existentes na esfera impactada pelo projeto Modateca Social.

Foto 1: Evento de formatura das beneficiadas



Fonte: Modateca Social

**Referências**

- BARKI, Edgard et al. Negócios com impacto social no Brasil. São Paulo: **Editora Peirópolis**, 2013.
- BARROS, I. S; PEROBA, A.R.V. Modateca Social: narrativas sobre a formação de mulheres empoderadas e empreendedoras. In: Congresso Internacional Negócios da Moda, 5., 2017, São Paulo.
- BELLAN, Zezina Soares. Andragogia em Ação: Como ensinar adultos sem se tornar maçante. São Paulo: **SOCEP Editora**, 2005.
- CASIMIRO, I. M. & SOUTO, A. N. (2010). Empoderamento Económico da Mulher, Maputo: **Editora Centro de Estudo Africanos da Universidade Eduardo Mondlane**. Disponível em: [http://www.iid.org.mz/relacoes\\_de\\_genero\\_na\\_familia\\_e\\_na\\_comunidade\\_nampula.pdf](http://www.iid.org.mz/relacoes_de_genero_na_familia_e_na_comunidade_nampula.pdf). Acesso em 20/05/2018.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. Sumário Executivo. **IBPQ/SEBRAE/IEL**. 2003. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/br/ued/download/gem\\_2003.pdf](http://www.sebrae.com.br/br/ued/download/gem_2003.pdf). Acesso em 23/05/2018.
- GURGEL, R. M. Extensão Universitária: Comunicação ou domesticação? São Paulo: Cortez: **UFC**, 1986.
- LEITE, Emanuel. O fenômeno do empreendedorismo - São Paulo: **Saraiva**, 2012.
- SARASVATHY, S. D. (2001). Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency.
- SOUZA NETO, João Clemente; ATTIKI, Maria Luiza G. Extensão Universitária: Construção de Solidariedade. São Paulo: **Expressão & Arte**, 2005, p.11. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/referencias/principios-de-empoderamento-das-mulheres/>. Acesso em 30/03/2018