

Questões de cuidado na formação de uma coalizão de design feminista

Matters of Care in forming feminist design coalitions

Rafaella Peres Eleutério

Frederick M.C. van Amstel

Esta pesquisa questiona a noção de interesse como a base ontológica das coalizões de design, principalmente, em movimentos de grupos sociais oprimidos, tal como as mulheres. Em contraste com a literatura sobre design para inovação social, a literatura feminista aponta para as questões de cuidado como elemento agregador de coalizões. Esta reconceitualização das coalizões de design é necessária para evitar que uma iniciativa anti-sexista não se torne um instrumento do opressor. Essa reflexão surge a partir das experiências adquiridas em um projeto de design participativo que buscou amplificar vozes de uma comunidade de mulheres produtoras de café em uma região agrícola do Brasil. A experiência do projeto é sistematizada através do mapeamento histórico das relações de cuidado estabelecidas entre atores para gerar transformações nos ecossistemas em que estão inseridas.

Palavras-chave: Design social; Mulheres rurais; Codesign; Cuidado.

This research questions matters of concern as the ontological basis of design coalitions, especially in oppressed social groups like women. In contrast to the literature on design for social innovation, the feminist literature points to issues of care as the aggregating element of coalitions. This reconceptualization of design coalitions is necessary to prevent an anti-sexist initiative from becoming a tool of the oppressor. This reflection arises from the experiences gained in a participatory design project that sought to amplify voices from a community of women coffee producers in an agricultural region of Brazil. The project's experience is systematized through the historical mapping of the caring relationships established among actors to generate transformations in the ecosystems in which they are inserted.

Keywords: Social Design; Rural Women; Codesign; Care.

1 Introdução

Recentemente, há uma onda de projetos e pesquisas de Design de cunho ativista (PRADO, 2021). Devido a uma série de transformações, disparidades e contradições, a pesquisa e prática nesta área vêm buscando cada vez mais contribuir para o desenvolvimento sustentável através do fortalecimento dos seus três pilares: o ambiental, o social e o econômico da sustentabilidade (PRADO, 2021). Além disso, a Pesquisa em Design busca uma auto-crítica sobre sua implicação em relações de desigualdades sociais, segregação racial e a opressão sexista (VAN AMSTEL et al. 2021). A partir dessa autocrítica, surge uma perspectiva de justiça projetual voltada para o compromisso do design para a emancipação coletiva de grupos sociais oprimidos, porém, a maioria dos projetos de design ainda reproduzem desigualdades (COSTANZA-CHOCK, 2018). Existe, portanto, uma transição significativa no papel e atuação da profissional de Design: de uma prática focada na execução de peças gráficas e/ou produtos e serviços digitais para uma prática que expande as preocupações para uma avaliação constante do compromisso ético e político da profissão. Essa preocupação está motivando a criação de inovações sociais orientadas ao bem-estar sócio-ambiental e produtos/serviços que não reproduzem e até mesmo contribuem para erradicar relações sociais racistas, misóginas, classicistas ou qualquer outra forma de opressão (VAN AMSTEL et al. 2021).

Uma das estratégias adotadas pelo design para a inovação social, por exemplo, tem sido adaptar novas formas de organização política, tais como a articulação de coalizões de design (MANZINI, 2017;2019). A intenção das coalizões de design seria criar comunidades criativas para solucionar problemas complexos e gerar resultados e impactos sociais (MANZINI, 2017;2019). Conforme os estudos críticos sobre coalizões de design constataram (VAN AMSTEL et al., 2021; ELEUTÉRIO & VAN AMSTEL, 2020), essa apropriação do conceito falha em reconhecer seu berço nos movimentos de direitos civis e também seu cunho essencialmente ético-político. Ela ignora o contexto de opressão que deu origem a essa forma de organização, deixando as questões de cuidado em segundo plano.

Faz-se necessário, portanto, reconhecer que as coalizões são uma tática de organização social desenvolvida em larga medida pelos movimentos de mulheres que precisavam resistir a tempos de intensa opressão, reunindo pessoas com ideais divergentes sem tratar diferenças como fraquezas. A reavaliação dos motivos para se unir nas coalizões feministas é fundamental, pois elas unem pessoas com interesses divergentes em torno de uma causa. Segundo bell hooks (1984), "no feminismo, para que possamos crescer, é preciso diversidade, divergência e diferenças". A força das coalizões feministas seria então, justamente, promover a manutenção da identidade dos diferentes grupos e membros em diálogos críticos (FREIRE, 1996) e escuta viva para evitar que a coalizão gere novas opressões dentro de suas estruturas. Movimentos contra opressão não estão livres de reproduzi-las, inclusive dentro do Design (VAN AMSTEL et al., 2021).

Numa perspectiva mais ampla, desafiar a opressão sexista é um passo crucial na luta pela eliminação de todas as formas de opressão (hooks, 1984). O design feminista é uma das vertentes de design ativista que se inspira nos movimentos de mulheres, promovendo intervenções políticas de design nas estruturas sociais para desarticular a opressão sexista (SERPA, 2021; HEIDARIPOUR & FORLANO, 2018). Segundo essa vertente de design, o pensamento feminista pode alterar o padrão de como as relações e interações humanas operam, partindo de uma relação alienante, competitiva e desumanizadora com as demais e chegando a relações de reciprocidade e companheirismo. A hipótese inicial dessa pesquisa propõe que praticar o design feminista seria, então, decidir por um lado na hora de fazer design e dar um passo na direção da luta contra todos os modelos de opressão.

O objetivo desta pesquisa é tornar visível as questões de cuidado implícitas no processo de formação de coalizões de design feministas. Para isso, apresenta o estudo de caso do projeto participativo Mulheres do Café, que combate a invisibilidade da produção feminina do café e promove a garantia de acesso à direitos básicos da mulher rural. O projeto incluiu designers profissionais e designers amadoras, reforçando a visão de que pessoas precisam ser consideradas além de usuárias nos processos de interação (GONZATTO & VAN AMSTEL, 2022). Desde 2019, o projeto nutre uma rede de co-criação e colaboração entre mulheres do setor do café na cidade e no campo, em busca de espaços mais justos e representativos na cadeia do café. Esse projeto vem articulando relações transformadoras entre uma comunidade de produtoras de café no Norte Pioneiro do Paraná e a comunidade de mulheres do segmento do café na capital do Paraná, Curitiba, gerando diversos tipos de impacto social. Na próxima seção será realizada uma reflexão sobre o design feminista no campo e suas questões de cuidado. Na sequência, essas questões serão identificadas no projeto participativo estudado.

2 Design feminista no campo

A prática do design é potencializada quando aliada aos ideais feministas, pois fazer design é inerentemente pensar em outros futuros e através desses novos futuros determinar estratégias de intervenção necessárias no sistema vigente, desenvolver ações concretas, para assim, alterar o status quo. (HEIDARIPOUR & FORLANO, 2018). O feminismo também é sobre novos futuros, a política feminista acredita, de modo otimista, que as coisas podem ser diferentes no futuro, enfim, que as estruturas sociais podem ser transformadas para evitar a opressão (SÖDERBÄCK, 2012).

Para um design que efetivamente transforme o cenário da opressão sexista, é preciso "cuidar do que é negligenciado" (BELLACASA, 2011), ou seja, do trabalho invisível executado pelas mulheres. No caso das mulheres rurais, mesmo representando uma parte expressiva da força de trabalho, principalmente no Sul Global são este assunto negligenciado para o qual o design feminista deve olhar. Um terço das mulheres trabalhadoras no mundo trabalha na agricultura. Mesmo assim, elas não têm acesso igual à terra, financiamento, equipamentos, mercados e poder de decisão, segundo António Guterres (2019), secretário-geral da ONU.

Quando se trata de comunidades rurais, não é preciso oferecer uma explicação elaborada sobre o processo opressor do patriarcado no campo para conscientizar essas mulheres da opressão que sofrem, pois para as mulheres rurais, a falta de acesso aos seus direitos básicos é explícita e cotidiana. Tal como bell hooks (1984) observa, as pessoas que são oprimidas sabem que são oprimidas, mesmo que não estejam engajadas em uma resistência organizada, ou não sejam ainda capazes de exprimir por escrito a natureza dessa opressão. O papel transformador do design feminista no campo surge quando promove a articulação de relações de solidariedade e cuidado, sem retirar das mãos das trabalhadoras seu poder de decidir pelo seu futuro e como desejam transformá-lo.

3 Questões de cuidado no design feminista

O cuidado é uma palavra conflituosa, geralmente, associada ao apoio social e às práticas de manutenção da sociedade, geralmente, como um trabalho predominantemente da identidade de gênero mulher e, por isso mesmo, desvalorizado ou até mesmo não-remunerado. O

cuidado tem sido, portanto, amplamente desafiado e questionado pela teoria feminista (PENNINGTON, 2018). De certa forma, nomear o que discutiremos a seguir de cuidado é uma reação, uma forma de afirmar algo desmerecido e utilizá-lo como uma força de resistência. Puig de la Bellacasa (2017), por exemplo, defende que tentar resumir a pluralidade dos pontos de vista contraditórios sobre o termo seria reduzi-lo em desacordo com o caráter vivo do cuidado. Uma ética feminista do cuidado se coloca na contramão da visão sexista que reduz o cuidado às segregações de trabalho de gênero. Carol Gilligan (1982) chegou a propor o termo ética do cuidado como uma forma diferente de ligação humana que exige escuta e compreensão das diferenças e necessidades de cada ser.

A ética feminista do cuidado nos permite transgredir nossos papéis como designers, buscando uma prática mais atenta às relações entre participantes de um projeto (DE CARVALHO & LINNA, 2017). O cuidado mostra-se um excelente norteador do pensamento feminista no design, pois se atém ao ouvir, mas também ao seu compromisso prático, intervencionista e ativista para propor, materializar e experimentar como as coisas podem tornar-se "de outra forma" (PETRESCU; LAURA FORLANO ET AL). Esse aspecto transformador é central para as definições feministas de cuidado, como por exemplo, a de Puig de la Bellacasa:

"Um fenômeno afetivo e concreto, no qual transformar as coisas (ou situações) em questões de cuidado é uma forma de se tornar inevitavelmente afetado por elas, além de modificar o seu potencial para impactar os outros". (Puig de la bella casa, 2017)

Uma das maneiras em que o cuidado se torna fundamental para a luta feminista é na formação de coalizões. Para Gretchen Arnold (1995), as coalizões funcionam como uma organização temporária efetiva em tempos de repressão. Colaborar em coalizões pode ser uma forma de combater problemas históricos e culturais, mesmo que sejam considerados difíceis de resolver, como a opressão sexista. Nas coalizões feministas, encontramos a força mobilizadora dessa união, não motivada por interesses convergentes, ou vivências iguais de opressão, mas movidas pelo ethos do cuidado (PENNINGTON, 2018). As mulheres cuidam e se importam pessoalmente umas com as outras e decidem agir para assegurar que todas tenham seus direitos garantidos (ELEUTÉRIO & VAN AMSTEL, 2020).

Enquanto as ideias e movimentos feministas têm crescido e amadurecido, os desafios dentro do feminismo também cresceram exponencialmente (MOHANTY, 2003). O feminismo interseccional, por exemplo, questiona padrões universalistas que consideram que "todas as mulheres" são afetadas pelos mesmos problemas e sofrem de uma opressão única e homogênea (MOHANTY, 2003). Ser mulher tem implicações tão políticas quanto substanciais na sociedade. As consequências dessa identidade são injustas e desiguais dependendo da marginalidade social e/ou privilégio econômico, raça ou até mesmo país de origem (MOHANTY, 2003).

Reconhecendo-se na sua diferença, ainda assim, mulheres têm se organizado ao longo da história para garantir direitos e promover trabalhos de interesse coletivo que impactam diretamente nas vidas umas das outras. Autoras do feminismo interseccional, tais como bell hooks e Chandra Mohanty expressam uma noção importante da solidariedade feminista, quando se trata de diferenças, que também difere das vagas suposições universalistas de irmandade ou de completa identificação entre mulheres para gerar solidariedade umas com as outras. Para ambas as autoras, a solidariedade é política e parte da diversidade de experiências das mulheres que partilham desse sentimento. Chandra Mohanty (2003) ressalta ainda a natureza ética dessa solidariedade entre mulheres, que pode ser associada à, já discutida acima, natureza ética do cuidado.

Partindo do princípio de que todas as pessoas foram socializados/as desde o nascimento para naturalizar a cultura machista e as ações sexistas (Hooks,1984), as coalizões feministas se articulam das formas mais diversas possíveis, para que as próprias participantes possam revisitar a natureza da coalizão evitando assim novas opressões. A formação de coalizões, segundo Zein Murib e Liza Taylor (2018), exige o confronto das diferenças enquanto se buscam alianças através destas diferenças – e não apesar destas diferenças. Tal atividade pode fazer com que as diferenças não se dissolvam, mas se tornem cada vez mais importantes para a vivacidade da colaboração. A opressão sexista tende a dissolver essas diferenças, buscando uma uniformização de comunidades de mulheres que trabalham juntas, desvalorizando o potencial que a solidariedade e o cuidado feminista oferecem para ressaltar essas diferenças. A seguir, serão descritas as questões de cuidado em um projeto de coalizão de design feminista no campo para enfatizar esse aspecto negligenciado pela literatura em design para inovação social.

4 Mulheres do Café: uma coalizão de design feminista

O Brasil é o maior produtor mundial de café e a história do desenvolvimento da cultura e da economia do país se entrelaça com os movimentos dessa produção. Entretanto, podemos considerar que boa parte desta história encontra-se apagada, já que o país carece de dados de pesquisa com a perspectiva de gênero no setor cafeeiro (FONTENELE; ARZABE; NOGUEIRA, 2018). Atualmente, as mulheres representam uma grande porcentagem da mão de obra agrícola mundial, totalizando cerca de 43% nos países em desenvolvimento, de acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT). O trabalho das mulheres nas propriedades familiares espalhadas por todo o Brasil é de extrema importância, pois elas participam do esforço coletivo para manter e cultivar a propriedade, ainda que a propriedade da terra continue sendo predominantemente masculina (MATOS; BORELLI, 2018).

Nas últimas décadas, as mulheres urbanas conquistaram vitórias significativas para a libertação da opressão sexista, porém, as mulheres rurais ainda lutam para reiterar seus direitos essenciais, com lutas diferentes e cronologias de direitos assíncronos que merecem um olhar atento e direcionado à categoria. Segundo Ana Scott (2018), as mudanças que afetaram os valores sociais e as práticas familiares relacionadas às conquistas dos movimentos feministas relacionados ao período dos anos 1960, chegaram ao espaço rural lentamente.

"Para as trabalhadoras do campo, muitas dificuldades persistem. Outras [dificuldades] parecem aumentar com o processo de capitalização e intensa mecanização da produção rural, que provoca a diminuição de possibilidades femininas ao limitar o número de mulheres entre os contratados como boia fria, e dentre elas são selecionadas apenas as mais jovens e produtivas" (MATOS; BORELLI, 2018)

Enquanto mulheres da elite branca e urbana lutavam por seu direito de ultrapassar o espaço doméstico, havia lutas diferentes a serem travadas contra a opressão sexista (Hooks,1984 ; Matos& Borelli, 2018). No século XIX, as mulheres rurais, já dividiam sua jornada entre o cuidado doméstico e o cuidado com o cafezal, porém, não eram reconhecidas como trabalhadoras pela sociedade (MATOS; BORELLI, 2018). Mesmo assim, as mulheres nas propriedades rurais eram reconhecidas somente em papéis restritos ao trabalho doméstico e/ou auxiliar. Essa desigualdade colaborou com a desvalorização e a invisibilidade da mulher trabalhadora rural.

Ainda que o papel desempenhado pela mulher na propriedade rural tenha sido reconhecido pelo Estado no século XX, tal participação se encontrava pouco reconhecida pelos consumidores dos produtos no século XXI. A desconexão entre produtora e consumidoras faz com que o produto chegue à mesa com o desconhecimento dos processos e da mão de obra por parte da consumidora. As produtoras não conseguem estabelecer uma conexão com seu produto final, perdendo, muitas vezes, questões ligadas à conscientização do valor associado ao seu trabalho.

Unindo o desejo de fortalecer o espaço de trabalho feminino com as possibilidades oferecidas pelo design feminista, essa pesquisa desenvolveu um projeto participativo com o grupo Mulheres do Café do município de Pinhalão – Paraná. O projeto visou desenvolver, dentro das capacidades da designer como articuladora dessas conexões (ELEUTÉRIO, 2019), meios de fortalecimento que transpassassem a barreira da invisibilidade da mulher rural gerada pela desigualdade de gênero, além de gerar discussões construtivas que reforcem a relevância do trabalho feminino na cultura do café.

A pesquisa utilizou o design como ferramenta de promoção de estreitamentos de relações para gerar inovação social (MANZINI, 2017), impulsionando a visibilidade do trabalho feminino através de laços mais fortes entre as mulheres envolvidas na cadeia do café – da enxada até à xícara. O projeto participativo aproveitou a visão projetual do design para gerar coalizões que fortalecessem o grupo (MANZINI, 2017; 2019). As estruturas de coalizões por si só podem ser consideradas um resultado de design, pois, esta coalizão visou tornar coletivas as iniciativas que já ocorriam com objetivo de visibilizar a mulher do café. A coalizão criou uma rede de fortalecimento do trabalho da mulher na cafeicultura. As próximas seções descrevem como o projeto se desdobrou nas suas etapas principais.

4.1 Estudo etnográfico no campo

A etnografia tem seu berço em estudos de antropologia e tem sido usada por designers para compreender melhor o campo com o qual estão atuando (IBARRA, 2021). O estudo etnográfico mapeia as realidades culturais específicas a partir de uma aproximação do ponto de vista de quem vive dentro de tais realidades. Segundo Andréa Barbosa e Edgar Cunha (2006), a realidade social de cada grupo é considerada uma totalidade que deve ser compreendida internamente. A realidade social vai muito além dos aspectos rituais, abrangendo todas as atividades do dia-a-dia, suas relações e crenças, correlacionadas.

Do ponto de vista do Design Participativo (VAN AMSTEL, 2008), o estudo etnográfico pode ajudar a compreender melhor o grupo de participantes de um projeto em suas percepções históricas, costumes, visões de futuro e valores intrínsecos. No campo da Antropologia do Design (Otto e Smith, 2003), a observação é a parte central do estudo etnográfico projetual, sendo uma forma de representar uma realidade social ou um contexto cultural com argumentos fundamentados.

O primeiro estudo etnográfico das mulheres do café do Norte do Paraná foi realizado no mês de maio de 2019. A visita pretendia mapear os aspectos culturais, problemas sociais e iniciar possíveis caminhos para o projeto de inovação social. Essa conexão nasceu de uma das produtoras que participa de um grupo de mulheres produtoras, que se dispôs a participar de uma roda de conversa sobre seu trabalho no campo. Além da roda de conversa, foram feitas visitas aos diferentes espaços de trabalho destas mulheres. Durante toda a visita, as atividades observadas foram registradas em fotografias (Figura 1).

Figura 1: Primeira visita às Mulheres do Café



Fonte: Acervo da Autora, 2019.

Logo no início da conversa, foram encontrados marcadores de invisibilidade na fala das produtoras. As mulheres diziam:

“Existe muita mulher no café né?! Aqui sempre existiu mulher trabalhando no café, mas ninguém valorizava e nem via as mulheres, passava despercebido.” (Produtora 1)

“Agora você falou assim: “A mulher à frente do negócio” né... Há pouco tempo a gente não via a mulher nem ao lado do negócio né, muito menos a frente” (Produtora 2)

“Na década de 70 foi implantado o Sindicato em Pinhalão. Eram só os homens que faziam parte da comissão. Nessa época, meu pai era um deles [...]. Tinha o sindicato e era só os homens. A mulher nem sabia do que se tratava nem nada. Daí foi criado aquela lei trabalhista, as mulher mesmo nem sabia” (Produtora 3)

As falas seguiram com relatos de desrespeito à opinião feminina na unidade familiar. Diversas vezes a ideia de que “não adianta falar, isso gera muito conflito” foi levantada. As falas das produtoras revelaram conquistas recentes, porém uma carga de luta e um processo lento de reconhecimento das habilidades pessoais. Tratava-se de um ganho de espaço que ainda estava sendo conquistado e estava longe do ideal. Para que o reconhecimento da mulher do café dentro da própria comunidade acontecesse, era preciso mexer na unidade familiar. O processo de emancipação estava atrelado à conquista do conhecimento, seja sobre leis trabalhistas, projetos de fomento e técnicas de agricultura mais atualizadas.

“Tinha reunião de café e quem ia era o homem, a mulher não ia. ”
(Produtora 3)

“E ela que ficava no terreirão mexendo e rodando café o dia inteiro né e não aparecia na história {...} enquanto eles tavam posando pra foto lá né, foi no banco, foi não sei o que, e você ali no dia a dia aprendendo sozinha.” (Produtora 2)

“Meu marido foi no banco, meu marido foi fazer tal coisa” e a propriedade tava lá, na mão delas né” (Produtora 4)

A figura do parceiro aparece em muitos diálogos, porém, sempre em um papel de gerenciamento financeiro, negociação ou de realização de tarefas externas ao cultivo. Nenhuma das produtoras conseguiu afirmar que o parceiro participava ativamente da divisão das tarefas da propriedade. Identificamos estruturas de privilégios para a produção masculina, tais como uma produção em maior escala proporcionada pelo acesso ao maquinário das associações, financiamentos de órgãos governamentais e apoio tecnológico. As mulheres acabavam tendo que produzir café com tecnologias artesanais (Figura 2) o que, por um lado, aumentava a qualidade do produto, mas que, por outro lado, tornava seu trabalho mais demorado e cansativo.

Geralmente, a mulher é responsável pela colheita seletiva e produz o café especial. Depois da colheita seletiva, o parceiro fica responsável pela colheita não-seletiva manual ou com maquinário. Entretanto, essa colheita é menos detalhada e sem a separação, exigindo menos tempo de colheita e pós preparo. Por essa razão, o café é vendido por menor valor e para mercados menos exigentes, porém, em maior quantidade do que na colheita seletiva.

Figura 2: Pano usado na colheita seletiva manual



Fonte: Acervo da Autora, 2019.

Após o trabalho de conscientização promovido pelo Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR-Paraná), elas começaram a transpassar as barreiras de seus próprios reconhecimentos como capazes e líderes, encontraram novos desafios a serem combatidos, tais como o desconhecimento da comunidade que as cercam, desconhecimento do público consumidor sobre o processo artesanal ou comentários desmotivadores e sexistas. Mais tarde, esses fatores foram confirmados ao conversar com alguns dos homens da associação ou

ajudantes das fazendas. Assim, foi percebido em alguns discursos um tom de desvalorização ou infantilização sobre o trabalho que elas realizam:

"A EMATER ficou com dó das mulheres e comprou o café delas."
(Familiar 1)

"(O grupo) é um jeito delas se distraírem" (Familiar 2)

Mesmo vítimas de falta de incentivo na comunidade ou mesmo de sua unidade familiar, recebendo comentários dispostos a desvalorizar seu trabalho, ainda assim, nos discursos presentes existe uma boa noção de resistência quanto a ameaças externas dessa ordem e de compreensão de suas capacidades individuais e coletivas. A pesquisadora (primeira autora) se reuniu com o grupo de mulheres organizado pelo IDR-PR e coletou diversos relatos (Figura 3).

Figura 3: Roda de conversa com mulheres cafeicultoras.



Fonte: Acervo da Autora, 2019.

A vulnerabilidade financeira foi um ponto levantado nas escutas em grupo, que começaram a diminuir quando iniciativas decidiram se voltar à atividade de compra do café das mulheres diretamente. Pela informalidade no trabalho, elas ficavam dependentes da gestão do companheiro nas finanças da propriedade, o que costumava levar a situações-limite (FREIRE, 1996), tais como violência doméstica, patrimonial ou privação de autonomia. Em 2019, houve relatos de mulheres impedidas de receber sua propriedade de herança familiar pelo fato de serem mulheres, se estas não estivessem em um casamento. É comum também que os filhos homens, irmãos ou esposos sejam tratados como proprietários mesmo que as mulheres tenham o controle dos negócios ou sejam proprietárias de fato do local.

Figura 4: Café com sinais de alteração climática severa na colheita de 2019



Fonte: Acervo da Autora, 2019.

As mudanças climáticas, já em 2019, mostravam-se mais agressivas às produções da agricultura familiar e consequentemente, às mulheres (Figura 4). Segundo as produtoras, como a produção familiar conta com o baixo ou nenhum uso de agrotóxicos, a ocorrência de pouca ou muita chuva, períodos de frio e calor extremos provocaram várias floradas ao longo do ciclo, dificultando a colheita seletiva ou até danificando a plantaço.

Uma demanda muito comum entre as produtoras foi a visibilidade, tanto de sua posição como mulher produtora na comunidade, quanto como líder da propriedade para os familiares. Além disso, elas estavam preocupadas com a falta de informação entre as pessoas que consomem café nos grandes centros urbanos.

“É isso que o povo que toma o café precisa saber, o que você [a pesquisadora] tá aprendendo aqui, porque eles não faz ideia de como é o trabalho aqui”. (Produtora 5)

Elas acreditavam ser importante mostrar o processo manual como o que produziam para gerar conscientização, tanto pelo seu trabalho, quanto pela valorização da agricultura familiar e do seu território. Pelos relatos colhidos, ficou evidente que o trabalho colaborativo da comunidade feminina na produção familiar de café garante o sustento da comunidade há gerações. Sem a ajuda de outras mulheres, as produtoras não conseguiriam realizar atividades da propriedade enquanto mantêm os cuidados da casa e dos filhos.

4.2 Formando a coalizão

O ato individual de se importar com os direitos começou a evoluir para um esforço coletivo. Com base na primeira visita, soubemos que existiam inúmeras mulheres envolvidas em diferentes etapas da produção de café sem o devido reconhecimento. Com o tempo, recolhendo informações, foram identificadas mais questões que levaram a pesquisadora a visitar outros locais vinculados à cadeia de produção do café.

O espaço de colaboração foi ampliado quando percebemos que as mulheres afetadas pela opressão sexista no universo do café não estavam só no campo. A coalizão começou a incluir também proprietárias de cafeterias, estudantes e baristas que se preocupavam com as mulheres do campo quando conheciam sua realidade. Por outro lado, essas novas integrantes revelaram também novas facetas da opressão sexista que se manifestavam na mesma cadeia do café, porém, no espaço urbano (Figura 5).

Figura 5: Barista competindo em campeonato nacional



Fonte: Acervo da Autora, 2019.

A profissão de barista, por exemplo, também produzia um espaço masculino com assédio e opressão equiparável ao meio rural. Ouvindo as histórias das mulheres rurais, mulheres baristas em Curitiba também decidiram colaborar. Compartilhando histórias do que ouvimos pelo caminho, foram se juntando fotógrafas, advogadas, assistentes sociais, baristas e proprietárias de cafeterias que se dispuseram a patrocinar futuras iniciativas da coalizão.

4.3 Prospectando futuros possíveis para as mulheres do café

Figura 6: Oficina de prospecção de futuros com as Mulheres do Café do Norte Pioneiro do Paraná



Fonte: Acervo da Autora, 2019.

Para entender como agir frente aos problemas que mapeamos na primeira visita, voltamos ao campo para uma oficina de prospecção de futuros (Figura 6). Nessa oficina, pretendia-se entender qual era o desejo do grupo frente aos desafios que elas encontravam. Essa oficina foi realizada em volta de uma mesa na casa de uma das produtoras, passando por três etapas. A primeira etapa consistia em documentar os comentários negativos que receberam. Todas as participantes podiam escrever em uma nota autoadesiva os comentários misóginos e opressores que já ouviram na comunidade, enquanto discutimos sobre eles na roda. Como resultado das etapas foram obtidas as frases presentes na Tabela 1.

Tabela 1 - Frases coletadas na oficina

O que já ouvi de ruim	Qualidades das mulheres do café	Quando eu for visível eu vou ser...
1. "Já ouvi que mulher aposentada tem privilégio, isso me incomoda." 2. "Falaram que eu não faço nada, não sei trabalhar. Isso me incomoda muito" 3. "A nossa opinião quase não vale nada." 4. "Me falaram que não sei fazer café de qualidade" 5. "Falaram que as mulheres do café se não ficarem rica dessa vez nunca mais ficam" 6. "Elas arrumaram isso pra poder achar jeito de passear" 7. "Mulher não entende de café" 8. "Será que vale a pena produzir café das mulheres?" 9. "Mulher não sabe fazer café de qualidade" 10. "Que o trabalho do campo é duro e pouco valorizado" 11. "Que tudo isso que a gente está fazendo é frescura" 12. "Mulher é falação e fogo de palha"	1. "Corajosa; sábia; sonhadora" 2. "Temos poder, responsabilidade, um bom trabalho" 3. "Somos mulher guerreira" 4. "Determinação coragem" 5. "Somos carinhosas, pois fazemos o nosso trabalho com carinho e capricho" 6. "A mulher faz um café de qualidade sim." 7. "Inovadora" 8. "Sabedoria" 9. "Transgressora"	1. "Lutar pela nossa cafeicultura para continuar contribuindo com o Norte Pioneiro" 2. "Ser reconhecida / ser valorizada." 3. "Quero passar este conhecimento valorizando o meu trabalho como mulher do café." 4. "Quando eu for visível que as outras sejam como nós". 5. "Administrar minha propriedade sem conflito de opiniões... Ser Consultora do P.M.C." 6. "Quero servir de modelo e ensinar o caminho das pedras." 7. "Quando eu for visível quero que todas as mulheres seja assim como nós". 8. "Eu quero ter sabedoria para ajudar outras pessoas". 9. "Quero ser visível porque sou capaz".

Fonte: A Autora, 2019.

Inúmeras foram as recorrências da frase “eu não tenho voz”, associada geralmente com o papel que exercem na propriedade ou nas opiniões relacionadas com os negócios. Também a recorrência da desvalorização do conhecimento feminino, mesmo com toda a capacitação e estudos que têm recebido como incentivo do grupo. Na segunda etapa, coletamos oportunidades baseadas no sentimento de força que une o grupo e também nas qualidades que reconhecem nas colegas, a fim de gerar uma ideia de presente otimista do que o grupo conquistou até o momento e das qualidades envolvidas.

Com tais características, então, passamos para a prospecção de futuros possíveis seguindo a abordagem do Design Prospectivo (BOTTER et al., 2020). Durante nossa primeira conversa, muitos eram os relatos das mulheres que desejavam que as pessoas da comunidade enxergassem melhor seu trabalho, que as consumidoras de café soubessem como é a produção e que seus trabalhos não permanecessem invisíveis. Para a última etapa do processo de criação coletiva, perguntamos a elas qual seria o cenário ideal: as mulheres do café reconhecidas, vendendo seus cafés a um preço justo, igualdade de gênero, condições de trabalho adequadas, etc. Assim, pedimos que elas escrevessem na categoria azul “quando eu for visível eu vou ser...”. O projeto prospectivo costuma ir além da solução do problema imediato, visando primariamente uma forma de gerar esperança e de todos saberem quais seriam os potenciais retornos da sua participação no projeto.

Compilando essas frases, enquanto falávamos sobre futuros, juntas tivemos algumas ideias que aproximavam campo e cidade. Surgiu então a ideia de utilizar as frases coletadas em materiais que futuramente poderiam ser espalhados nas cafeterias, porque além de fortalecer o grupo e colocar o próprio grupo para a reflexão, as frases que geraram boas discussões no campo também poderiam ser uma forma de levar a voz das produtoras para a cidade. Uma vez que codificam a opressão sexista na linguagem das oprimidas, essas frases poderiam ser consideradas similares aos temas geradores utilizados por Paulo Freire em seus círculos de cultura (1996).

4.4 Exposições itinerantes

Uma das questões que mais motivaram a primeira autora a realizar uma ação na cidade foi a ausência dos nomes das produtoras nas embalagens de cafeterias que comercializavam cafés especiais. Quando esse trabalho era eventualmente revelado pelos produtos e divulgações, reforçavam a manutenção de estereótipos com os quais o feminino é associado, tais como: fragilidade, delicadeza, ou representando apenas donas de propriedade, deixando de lado outras mulheres envolvidas no processo. Existe um perigo em representar mulheres rurais de uma só forma, ocultando e de certa forma colaborando para a invisibilidade de seu trabalho.

Em contrapartida, queríamos revelar a natureza cocriativa do projeto em seus resultados. Para isso, idealizamos uma campanha de exposições itinerantes chamada Mulheres Produzem Café, participamos do dia a dia das produtoras e produzimos fotos que reproduzissem o cotidiano, a vestimenta e a força trazida em seus relatos orais.

Figura 8: Produtora Terezinha



Fonte: Acervo da Autora, 2019

As peças expostas questionaram o quanto o nome é um dos aspectos mais definidores de uma identidade e como o processo de apagar o nome pode ser um meio de opressão ao longo do percurso de produção. Com tais reflexões, decidimos apagar ou dificultar a leitura dos nomes das mulheres que produziram o café explicitamente, gerando uma contradição entre exposição e invisibilidade.

Criamos então a campanha que se baseia na lacuna social criada quando um nome de mulher é apagado das embalagens: “Eu sou a _____, eu fiz seu café”. O objetivo era gerar curiosidade no leitor, uma vontade de saber quem fez o café. Também decidimos mapear nossas ações por uma hashtag que fosse de simples entendimento e revelasse facilmente qual era a reivindicação do grupo: #mulheresproduzemcafe.

Figura 9: Cartazes Eu fiz seu café.



Fonte: Acervo da Autora, 2019

4.5 Roda de conversa urbana

Para promover uma conexão mais sólida entre a coalizão, e promover o primeiro encontro de muitas produtoras com o ambiente da cafeteria urbana, co-criamos um evento que consistia em um café da manhã com as produtoras do Norte Pioneiro do Paraná e uma tarde de Cupping¹ com os cafés para ofertá-los em um futuro leilão. A iniciativa visava promover a ligação entre as baristas, donas de cafeteria e mestras de torras de Curitiba e as produtoras (Figura 10). Além disso, visava trazê-las para perto das exposições que traziam seus nomes e fotos, gerando uma devolutiva quanto ao trabalho desenvolvido até então.

Figura 10: Roda de apresentações do Café com as Produtoras.



Fonte: Acervo da Autora, 2019.

No encontro, realizamos a articulação de uma atividade em grupo com objetivo de reforçar os principais direitos das mulheres com ajuda de uma advogada voluntária. A advogada propôs uma discussão sobre quais direitos já foram violados na vivência de cada uma. A dinâmica foi inspirada na técnica do World Café², porém com alterações para adaptar-se ao tempo e aos objetivos que desejávamos atingir (Figura 11).

¹ *Cupping*: é a etapa em que os cafés são provados e pontuados. Tal pontuação refere-se à classificação da qualidade da bebida. Também são classificados em suas notas sensoriais (exemplo: cítrico, doce ou frutado). Essa tarefa requer rigor e conhecimento dos profissionais da área como Q-graders, baristas, mestres de torra, e interfere diretamente no valor que o produto terá no mercado, na visibilidade e divulgação que o café pode ter às possíveis compradoras (U.COFFEE, 2019).

² O World Café é uma técnica de facilitação que consiste em criar conhecimento coletivo separando as participantes em pequenos grupos com uma quantidade de pessoas que consigam focar em discutir diferentes temáticas em um espaço de tempo, conhecer pessoas de diferentes áreas de atuação e lidar com problemas complexos, geralmente ligados à área de inovação.

Figura 11: Grupos formados para o World Café.



Fonte: Acervo da Autora, 2019

Os grupos eram formados por quatro mulheres de diferentes áreas do café. Elas foram desafiadas a contar sobre a história de alguém conhecida que não usufruiu de um direito por desconhecê-lo ou teve o mesmo violado. Todas as mulheres levantaram a mão em algum momento. Percebemos que, ao levantar a mão, existia um reconhecimento por parte das mulheres de não estarem sozinhas enfrentando circunstâncias desafiadoras.

4.6 Frutos da coalizão

Desde o encontro em 2019, inúmeros são os novos negócios, produtos e principalmente, relações que têm surgido. O estreitamento dos laços consumidora-produtora e principalmente de baristas, mestras de torra e proprietárias de cafeterias com as produtoras geraram novas oportunidades de negócio e vêm colocando o café das mulheres em seu devido protagonismo tanto na comunidade rural, quanto nos grandes centros.

A marca Pioneiras, com o slogan "Cafés que Questionam" (Figura 12), foi criada com parceria com outra designer que adentrou a coalizão. O café promove a compra de mais cafés de mulheres e retorna uma parte do lucro à Associação das Mulheres do Café do Norte Pioneiro do Paraná (AMUCAFE), colaborando com a organização coletiva e independente das mulheres do norte pioneiro.

Figura 12: Pioneiras - Cafés que questionam



Fonte: Acervo da Autora, 2019.

Com a união das mulheres baristas e a articuladora também foi possível uma conversa com a gestão pública da cidade de Curitiba através da vereadora Maria Leticia (PV). Em resposta à solicitação da coalizão, a vereadora abriu o PL 192/2020 aprovado em 2021, garantindo o direito de acrescentar as profissionais do ramo de hospitalidade da cidade nas medidas previstas na Lei 15.590/2020 chamada "Lei de proteção da Mulher" que garante a obrigatoriedade de bares, cafés, quiosques, complexos e centros gastronômicos, restaurantes, casas noturnas, espaços de eventos e de shows e, ambientes como adotar medidas de auxílio e proteção à mulher em situação de risco assédio, antes da conquista essa Lei só olhava para as clientes do estabelecimento e deixava-as de fora. O artigo 2º da Lei de Proteção à Mulher também foi alterado por proposta do grupo, definido que os estabelecimentos deverão além de proteger em situação de risco, instruir seus funcionários e/ou equipe de segurança conforme direcionamentos de uma cartilha sobre a Lei, visando atender de forma adequada a mulher em situação de risco, vulnerabilidade ou violência, garantindo assim a acolhida, auxílio e proteção das vítimas.

5 Conclusões

Durante o presente estudo, foi perceptível que haviam diversas iniciativas que se encontravam desconectadas ao longo da cadeia do café. Pudemos testemunhar que o estabelecimento de uma coalizão tornou as relações entre as mulheres envolvidas nessa cadeia mais estreitas – o que fez com que novas parcerias comesçassem a surgir crescentemente. Iniciativas como as das baristas de Curitiba, que estavam trabalhando para a visibilidade da mulher do café de maneira independente, quando se juntaram às donas de cafeterias, despertou um sentimento de diálogo e valorização da mulher do café. As iniciativas e desejos separados uniram-se ao propósito específico de criar uma coalizão, gerando um valor que se transformou em fortalecimento para todas as mulheres envolvidas. Pode-se compreender que fortalecer iniciativas já existentes e promover a ajuda mútua gerou maior valor e colaborou para a inovação social do que se todas as iniciativas continuassem independentes.

O Design Participativo do modo em que foi empregado no projeto (VAN AMSTEL, 2008) traz as pessoas para o processo de design e leva-as a participar da decisão de algo que impactará seu próprio futuro diretamente, como no Design Prospectivo (BOTTER et al., 2019). Antes da formação da coalizão, as mulheres rurais eram constantemente desconsideradas como seres humanos dignos de voz ou detentoras de conhecimento em sua comunidade, porém neste processo, elas se projetaram como criadoras e decisoras de rumos e do destino de seus cuidados. Podemos, então, dizer que a proposta de coalizão de design feminista possui uma dimensão metaprojetual (FRANZATO, 2014) que, para além de propor soluções, proporciona processos abertos o suficiente para que outros atores possam participar e projetar de forma autônoma para decidir os caminhos do seu próprio futuro.

Nas coalizões de design feminista, as questões de cuidado (ELEUTÉRIO & VAN AMSTEL, 2020) são mais importantes do que as questões de interesse apontada pela literatura em design para inovação social (MANZINI, 2017; 2019). Na prática, observamos que as ações colaborativas entre as participantes da formação de coalizões não se relacionam apenas com a vontade de trabalhar em conjunto, mas sim em juntar-se a uma causa contra a opressão sexista. As mulheres sentem que se não cuidarem umas das outras podem estar arriscando suas próprias vidas, sua segurança ou seus direitos mais básicos.

Em projetos de design feminista, considerar as questões de cuidado implica em um envolvimento por tempo e profundidade indeterminados (SERPA, 2021). A designer, inevitavelmente, precisa se transformar e compartilhar um pouco de si com quem compartilha do projeto. Nesse contexto, articulam relações que vão além da lógica de dominação designer-usuária (GONZATTO e VAN AMSTEL, 2022), mas torna-se uma relação de compromisso ético de cuidado entre todas as suas participantes, inclusive no nível metaprojetual de definição de processos de trabalho e de design. Durante todo o processo, a designer critica, analisa e reflete sobre como o processo afeta o design e vice-versa (BENTZ; FRANZATO, 2016).

Tal comprometimento pode nos ajudar a passar de um ceticismo distante e genérico no projeto, de uma relação de desumanização/exploração do outro no design, para uma capacidade de nos relacionar solidariamente (SERPA & SILVA, 2021; DE CARVALHO & LINNA, 2017). Essa capacidade implica em permitir-se relacionar de maneira transformadora, tanto na comunidade quanto para nós, para além de profissionais. Quanto ao desenvolvimento de projetos de design de maneira geral, o cuidado parece exigir uma necessidade de desenvolver respostas pontuais em torno de questões complexas (PENNINGTON, 2018). Por outro lado, reconhecemos que há uma grande resistência ao desenvolvimento de métodos de cuidado, pois o mesmo insiste num *ethos*, em vez de uma metodologia de como fazer o cuidado (PENNINGTON, 2018). Porém, para nós, o cuidado começa em uma prática de "fazer e intervir", mas objetiva fundamentalmente cumprir uma obrigação ética e não meramente metodológica (ELEUTÉRIO & VAN AMSTEL, 2020; BELLACASA, 2017).

Coalizões de design feministas surgem, portanto, de projetos comprometidos, tanto no sentido ético quanto político, com o fim da opressão sexista e todas as formas de opressão geradas a partir dela. Busca também, reconhecer o débito do design que na busca de instrumentalizar seus objetivos, ocultou o berço de suas novas formas de colaborar nas formas de organização dos direitos civis (VAN AMSTEL, et al., 2021). Essa junção pode rever criticamente estruturas e modos de projetar e adicionar novas camadas de discussão no modo de pensar o projeto de design para inovação social, que podem ser úteis para outra concepção tanto de projetos de impacto sócio-ambiental quanto de mudanças de perspectivas nas práticas do Design na sua totalidade.

6 Referências

- ARNOLD, Gretchen. **Dilemmas of Feminist Coalitions: Collective Identity and Strategic Effectiveness in the Battered Women's Movement**. In *Feminist Organizations: Harvest of the New Women's Movement*, pg. 176 to 190. Edited by Myra Marx Ferree and Patricia Yancey Martin, 1995.
- BENTZ, Ione & FRANZATO, Carlo. **O Metaprojeto nos Níveis do Design**. 1416-1428. In 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2016.
- BOTTER, Fernanda; FUKUSHIMA, Kando; GOGOLA, Milena Maria Rodege. Prospectando futuros para a educação superior no contexto pós-pandemia COVID-19. **Estudos em Design**, v. 28, n. 3, 2020.
- BARBOSA, Adréa; CUNHA, Edgar Teodoro da. **Antropologia e Imagem**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- COSTANZA-CHOCK, Sashaa*. **Design Justice: towards an intersectional feminist framework for design theory and practice**. A Massachusetts Institute of Technology doi: 10.21606/dma.2017.679, 2018.
- DE CARVALHO, Sara Brolund; LINNA, Anja. **Urban Caring: Fostering relationships, foregrounding diversity and building subsistence economies**. Schalk, M. Kristiansson, T., and Mazé, R. (eds) (2017) *Feminist Futures of Spatial Practice: Materialisms, Activisms, Dialogues, Pedagogies, Projections*. Baunach, DE: Spurbuchverlag
- ELEUTÉRIO, Rafaella P.; CM VAN AMSTEL, Frederick. Matters of care in designing a feminist coalition. In: **Proceedings of the 16th Participatory Design Conference 2020-Participation (s) Otherwise-Volume 2**. 2020. p. 17-20.
- ELEUTERIO, Rafaella Peres. **A designer articuladora de coalizões: reflexões sobre um projeto de codesign com mulheres cafeicultoras do Norte Pioneiro do Paraná**. 2019. 120 p. Trabalho de Conclusão de Curso - Curso de Bacharelado em Design, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2019.
- FONTENELE, Tania; ARZABE, Cristina; NOGUEIRA, Julia. **Trabalho feminino e maternidade nas lavouras de café: um relato a partir da memória oral de mulheres da agricultura familiar**. In: *Mulheres dos Cafés no Brasil*. Brasília - DF: Embrapa, 2018. cap. 3, p. 41-54.
- FREIRE, Paulo. (1996). **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro; Paz e Terra, 2021
- FRANZATO, Carlo. Metadesign. **Letting the future design**. In: INTERNATIONALFORUM OF DESIGN AS A PROCESS, 5., 2014, Guadalajara, 2014.
- GONZATTO, R.F. and VAN AMSTEL, F.M.C. (2022), "User oppression in human-computer interaction: a dialectical-existential perspective", *Aslib Journal of Information Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/AJIM-08-2021-0233>
- GUILLIAN, Carol (1982). **In a different voice: psychological theory and women's development**. Cambridge, Mass, Harvard University Press.
- HEIDARIPOUR Maryama; FORLANO Laura. **Formgiving to Feminist Futures as Design Activism**. an Illinois Institute of Technology, Institute of Design, Illinois Institute of Technology, doi: 10.21606/dma.2017.464.
- HOOKS, bell, 1984 - **Teoria Feminista da Margem Ao Centro**; tradução: Rainer patriota - São Paulo: Perspectiva, 2019. - Palavras negras.

IBARRA, María Cristina. **Design como correspondência: antropologia e participação na cidade** – Recife : Ed. UFPE, 2021.

MANZINI, Ezio. **Design quando todos fazem design: uma introdução ao design para a inovação social**; tradução Luzia Araújo - São Leopoldo, RS: Ed. UNISINOS, 2017.

MANZINI, Ezio. **Politics of Everyday**; tradução Rachel Anne Coad - Great Britain, Ed. Bloomsbury Publishing, 2019

MATOS, Maria; BORELLI, Andrea. **Espaço Feminino no Mercado Produtivo**. In: PINSKY, Carla; PEDRO, Joana (org). Nova História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2018.p.127-147.

MURIB, Zein & TAYLOR, Liza (2018) **Feminism in Coalition: Rethinking Strategies for Progressive Politics Across Difference**, New Political Science, 40:1, 113-118, DOI: 10.1080/07393148.2017.1417196

Mohanty, Chandra Talpade. **Feminism without borders : decolonizing theory, practicing solidarity**. Durham, N.C, Duke University Press, 2003

OTTO, Ton; SMITH, Rachel. **“Design Anthropology: A Distinct Style of Knowing”**. In: Gunn W, Otto T, Smith RC, eds. 2013. Design Anthropology: Theory and Practice. London: Bloomsbury.

PAZMINO, Ana Verónica. Uma reflexão sobre design social, eco design e design sustentável. **Simpósio Brasileiro de Design Sustentável**, v. 1, p. 1-4, 2007.

PENNINGTON, Sarah (2018) **Taking Care of Issues of Concern: feminist possibilities and the curation of Speculative and Critical Design**, in Storni, C., Leahy, K., McMahon, M., Lloyd, P. and Bohemia, E. (eds.), Design as a catalyst for change - DRS International Conference 2018, 25-28 June, Limerick, Ireland.<https://doi.org/10.21606/drs.2018.632>

PETRESCU, D. (ed) (2007) **Altering Practices**. London: Routledge. Schalk, M. Kristiansson, T., and Mazé, R. (eds) (2017) **Feminist Futures of Spatial Practice: Materialisms, Activisms, Dialogues, Pedagogies, Projections**. Baunach, DE: Spurbuchverlag

PRADO, Geisa Caroline. **Design ativismo ou design ativista?**. Estudos em Design | Revista (online). Rio de Janeiro: v. 29 | n. 3 [2021], p. 52 – 65 | ISSN 1983-196X

SCOTT, Ana; **O Caleidoscópio dos arranjos familiares**. In: PINSKY, Carla; PEDRO, Joana (org). Nova História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2018.p.15 - 42.

Serpa, B.O.,and Batista E Silva, S.(2021) **Solidarity as a principle for antisystemic design processes: two cases of alliance with social struggles in Brazil**, in Leitão, R.M., Men, I., Noel, L-A., Lima, J., Meninato, T. (eds.), *Pivot 2021: Dismantling/Reassembling*, 22-23 July, Toronto, Canada. <https://doi.org/10.21606/pluriversal.2021.0004>

Serpa, B.O.(2021) **Towards a Political Design Through Feminist Ways of Movement-Making**, in Leitão, R.M., Men, I., Noel, L-A., Lima, J., Meninato, T. (eds.), *Pivot 2021: Dismantling/Reassembling*, 22-23 July, Toronto, Canada. <https://doi.org/10.21606/pluriversal.2021.0007>

SÖDERBÄCK, Fanny. **“Revolutionary Time: Revolt as Temporal Return.”** Signs 37, no. 2 (winter 2012): 301-24.

VAN AMSTEL, Frederick M.C.. **Das interfaces às interações: design participativo do portal broffice. org**. 2008. Dissertação de Mestrado. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

VAN AMSTEL, Frederick M. C.a*, BATISTA E SILVA, Sâmia, SERPA, Bibiana Oliveirac; MAZZAROTTO, Marcoa; CARVALHO, Ricardo Arturc; GONZATTO, Rodrigo Freesed. (2021)



14º Congresso Brasileiro de Design
ESDI Escola Superior de Desenho Industrial
ESPM Escola Superior de Propaganda e Marketing

Insurgent Design Coalitions: The history of the Design & Oppression network. Pivot
Conference Proceedings 2021.