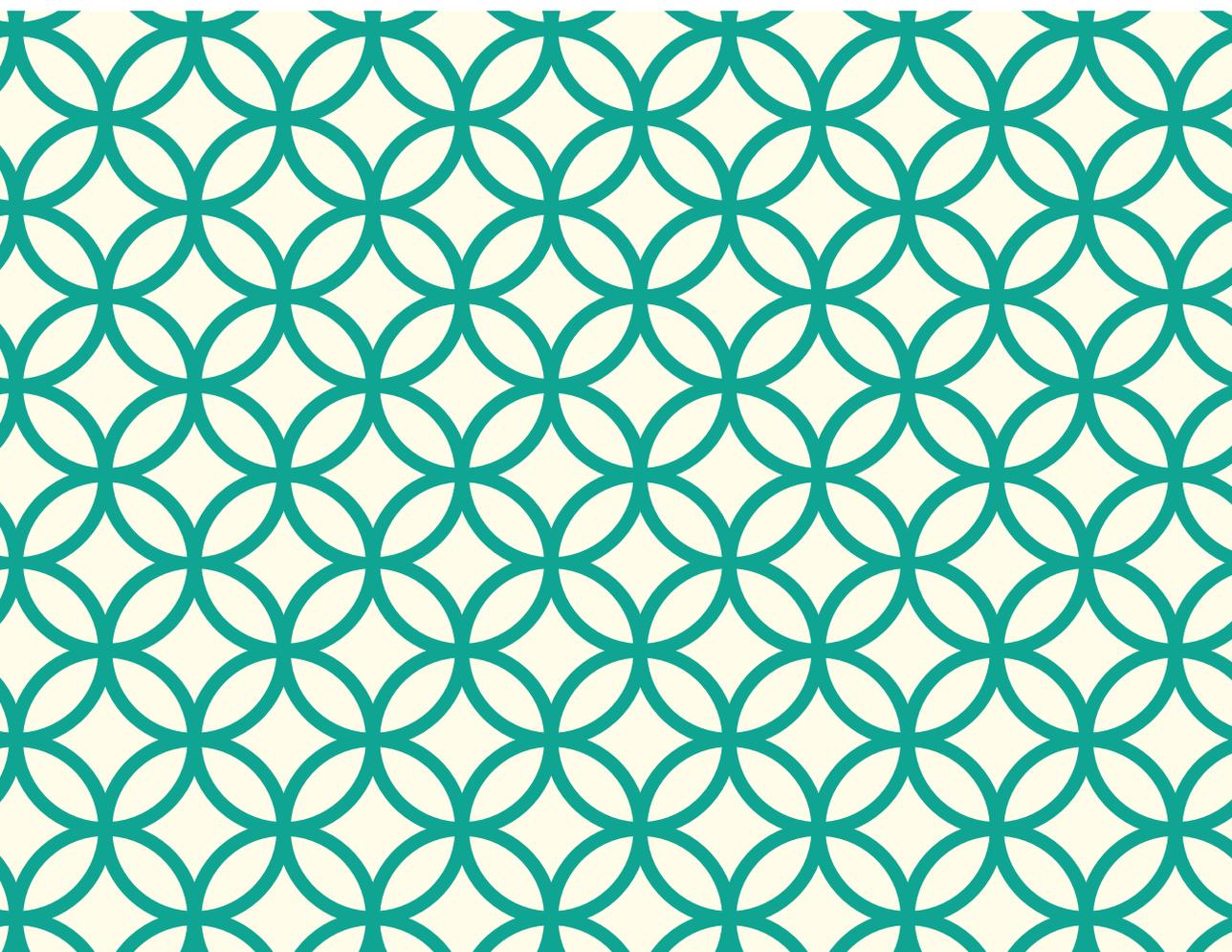




Alfredo Jefferson de Oliveira
Carlo Franzato • Chiara Del Gaudio
organizadores

ECOVISÕES PROJETAIS

Pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil



Alfredo Jefferson de Oliveira

Carlo Franzato

Chiara Del Gaudio

(organizadores)

Ecovisões projetuais

pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil

Blucher

Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil

© 2017 Alfredo Jefferson de Oliveira, Carlo Franzato, Chiara Del Gaudio (organizadores)

Editora Edgard Blücher Ltda.

Blucher

Rua Pedroso Alvarenga, 1245, 4º andar

04531-934 – São Paulo – SP – Brasil

Tel.: 55 11 3078-5366

contato@blucher.com.br

www.blucher.com.br

Segundo Novo Acordo Ortográfico, conforme 5. ed.
do *Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa*,
Academia Brasileira de Letras, março de 2009.

É proibida a reprodução total ou parcial por quaisquer
meios sem autorização escrita da editora.

Todos os direitos reservados pela editora
Edgard Blücher Ltda.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Angélica Ilacqua CRB-8/7057

Ecovisões projetuais : pesquisas em design e
sustentabilidade no Brasil [livro eletrônico] /
organização Alfredo Jefferson de Oliveira, Carlo
Franzato, Chiara Del Gaudio. – São Paulo : Blucher, 2017.
3 Mb ; ePUB

Bibliografia

ISBN 978-85-8039-266-1 (e-book)

ISBN 978-85-8039-265-4 (impresso)

1. Desenho industrial 2. Inovação tecnológica –
Aspectos sociais 4. Sustentabilidade I. Oliveira, Alfredo
Jefferson de II. Franzato Carlo, III. Del Gaudio, Chiara

17-0927

CDD 745.4

Índices para catálogo sistemático:
1. Desenho industrial : Sustentabilidade

Conteúdo

Introdução	7
<i>Alfredo Jefferson de Oliveira, Carlo Franzato, Chiara Del Gaudio</i>	
Seção 1 Design Social	
Ecovisões sobre Design Social	13
<i>Chiara Del Gaudio</i>	
Um olhar sobre o design social e a prática do design em parceria... ..	19
<i>Renata Mattos Eyer de Araujo</i>	
O design social na PUC-Rio	29
<i>Rita Maria de Souza Couto</i>	
Design emocional para maiores de 60: contribuições para se viver mais e melhor	37
<i>Vera Damazio, Marília Ceccon, Fernanda Pina</i>	
Revisitando o design social com foco no design para desenvolvimento sustentável	49
<i>Lia Buarque de Macedo Guimarães</i>	
Os desafios para o design no âmbito social e as perspectivas futuras: o conceito de infraestruturação e a redefinição do papel do designer	65
<i>Chiara Del Gaudio</i>	

Seção 2 Inovação Social

Ecovisões sobre Design para inovação social	83
<i>Carla Cipolla</i>	
Design, inovação social e extensão universitária.....	87
<i>Beany Guimarães Monteiro</i>	
Redes de projeto: formas de organização do design contemporâneo em direção à sustentabilidade	99
<i>Carlo Franzato</i>	
Inovação social dirigida pelo design.....	111
<i>Karine de Mello Freire</i>	
Design para inovação social e sustentabilidade: estratégia, escopo de projeto e protagonismo	125
<i>Cyntia Santos Malaguti de Sousa</i>	
Design social ou design para a inovação social?: divergências, convergências e processos de transformação.....	147
<i>Carla Cipolla</i>	

Seção 3 Ecodesign e Análise do Ciclo de Vida

Ecovisões sobre Ecodesign e Análise do Ciclo de Vida.....	157
<i>Andréa Franco Pereira</i>	
Um olhar sustentável para as cidades	163
<i>Adriane Shibata Santos</i>	
Mobilidade sustentável: o serviço de entregas de mercadorias em ambiente urbano.....	175
<i>Julio Cezar Augusto da Silva</i>	
Subindo a escada da inovação sustentável com o modelo da pirâmide Asteca	187
<i>Fabien A. Brones, Marly Monteiro de Carvalho</i>	

Integração da ACV dentro do processo de desenvolvimento de produtos	203
<i>Agnes Narimatsu Honda, Fábio Puglieri, Yovana Maria Barrera Saavedra, Aldo Roberto Ometto</i>	

ACV para designers e arquitetos: experiências de modelamento do inventário do ciclo de vida	219
<i>Andréa Franco Pereira</i>	

Seção 4 Design e Artesanato

Ecovisões sobre Design e Artesanato	237
<i>Virginia Pereira Cavalcanti</i>	

Design e artesanato no Nordeste: sustentabilidade e verbos criativos....	243
<i>Lia Monica Rossi</i>	

O artesanato solidário e o design: notas para reflexão	261
<i>Helena Sampaio</i>	

O <i>designer orgânico</i> : reflexões sobre a produção do conhecimento entre designers e louceiras em Itamatatuiua – MA.....	277
<i>Raquel Noronha</i>	

Design e artesanato: a experiência do laboratório de design O Imaginário	295
<i>Ana Andrade, Virginia Cavalcanti</i>	

Design, artesanato e empreendimentos criativos: caminhos para sustentabilidade	307
<i>Rita de Castro Engler, Nadja Maria Mourão</i>	

Seção 5 Design e Território

Ecovisões sobre Design e Território	327
<i>Lia Krucken</i>	

Letras que flutuam: territórios fluidos da Amazônia	335
<i>Fernanda de O. Martins</i>	

Lugares de Godot.....	349
<i>Paulo Reyes</i>	
Conexões criativas entre pessoas e lugares: possíveis ações do designer em projetos no território	359
<i>Lia Krucken</i>	
Ideologias desencontradas na <i>Jazz Metropolis</i> : a cultura do design no “adapting reuso”	373
<i>Rui Roda</i>	
Design, alimento e negócio: o caso De-Lá, um empório em busca da valorização do território brasileiro.....	385
<i>Laura de Souza Cota Carvalho Silva Pinto</i>	
Um tijolo e um queijo: reflexão sobre valor e saberes na formação de uma identidade local	403
<i>Fernando Betim Paes Leme</i>	
Sobre os autores	415

Introdução

Alfredo Jefferson de Oliveira

Carlo Franzato

Chiara Del Gaudio

Ao organizar o Simpósio de Design Sustentável 2015 (SBDS 2015), tínhamos o desejo que se constituísse como um momento de intensa e profícua troca entre pesquisadores brasileiros em design engajados com a temática da sustentabilidade, oportunizando dinâmicas favoráveis à produção científica não só para o evento, mas também durante a sua realização.

Éramos movidos nesta direção pelo desejo de resgatar os eventos científicos como espaços de produção de conhecimento, e, nesta perspectiva, considerávamos necessário promover novas práticas para os seminários e os congressos nacionais. Portanto, começamos uma busca por dinâmicas que permitissem uma troca mais aprofundada de ideias entre os pesquisadores, que lhes oportunizassem um tempo para reflexão, que lhes trouxessem insumos para pesquisa e que fortalecessem a dimensão coletiva da produção de conhecimento. Trata-se de uma busca que ainda não terminou, mas que nos levou a propor no SBDS 2015 uma nova dinâmica de troca científica que resultou no presente livro.

A temática que escolhemos para a edição 2015 do SBDS – temática que se tornou sucessivamente também a deste livro – foi o tripé da sustentabilidade, ou seja, os aspectos ambientais, sociais e econômicos ligados ao processo de projeção de produtos e serviços. Neste cenário, destacamos algumas áreas que priorizam um destes aspectos: **Design Social** e **Inovação Social** para a dimensão social; **Ecodesign** e **Análise do Ciclo de Vida** para a dimensão ambiental; **Design e Artesanato** e **Design e Território** para a dimensão econômica. Os trabalhos do 5º Simpósio de Design Sustentável tinham, portanto, que contribuir para uma reflexão e aprofundamento destas áreas, levando a uma melhor definição de quais são os conceitos e os limites de atuação destas no âmbito brasileiro. Não desconhecendo o valor dos artigos que teriam sido (e que foram) submetidos para Simpósio, a fim de alcançar este objetivo e os espaços de produção e troca científica

acima descritos, convidamos especialistas das seis áreas para participar de seis respectivas mesas redondas que aconteceram ao longo do SBDS 2015. Por um lado, queríamos saber e comunicar o que é feito no Brasil nestas áreas, pelo outro queríamos permitir aos pesquisadores que trabalham com estes assuntos de se encontrar, discutir e definir novos caminhos de pesquisa e colaboração.

Foi assim que convidamos mais de trinta pessoas, entre pesquisadores e profissionais, para integrar as mesas. A escolha de convidar não só pesquisadores encontra suas bases no acreditar na relevância da prática em design para pesquisa, assim como de fomentar as trocas entre âmbito acadêmico e âmbito profissional. Entre os convidados os seguintes confirmaram presença e participaram: profa. Virginia Cavalcante (UFPE); profa. Ana Queiroz de Andrade (UFPE); profa. Helena Sampaio (Unicamp); profa. Lia Monica Rossi; profa. Raquel Gomes Noronha (UFMA); profa. Rita de Castro Engler (UEMG); profa. Chiara Del Gaudio (Unisinos); profa. Lia Buarque Guimarães (UFRGS); profa. Rita Couto (PUC-Rio); profa. Vera Damazio (PUC-Rio); Renata Mattos; profa. Lia Krucken; Fernanda Martins; prof. Fernando Betim (PUC-Rio); prof. Paulo Reyes (UFRGS); prof. Rui Roda (Unisinos); Laura Cota; prof. Alfredo Oliveira (PUC-Rio); profa. Adriane Shibata (Univille); prof. Aguinaldo dos Santos (UFPR); prof. Júlio Cezar da Silva (INT); profa. Carla Cipolla (UFRJ); profa. Beany Guimarães (UFRJ); prof. Carlo Franzato (Unisinos); profa. Cyntia Malaguti (USP); profa. Karine Freire (Unisinos); profa. Zoy Anastassakis (UERJ); profa. Andrea Franco (UFMG); prof. Sebastião Roberto Soares (UFSC); profa. Suzana Gueiros (UFRJ); Fabien Brones. Alguns participaram com o papel simplesmente de palestrantes, outros também de coordenadores.

Cada um destes especialistas foi convidado tanto a desenvolver e apresentar reflexões sobre a temática da mesa, baseadas na própria experiência e, às vezes, na da instituição da qual participa (interessante neste sentido a variedade de instituições presentes), quanto a discutir publicamente suas ideias e as dos outros integrantes. Tratou-se de um rico momento para comunidade científica brasileira que pesquisa no âmbito do design sustentável: foram horas de troca e discussão entre os pesquisadores e com o público também.

Posteriormente, considerando o alto nível das contribuições e seu valor para comunidade científica brasileira, convidamos os participantes interessados em tornar a própria contribuição para mesa em um capítulo deste livro. De fato, identificamos a importância e a necessidade de disponibilizar um conhecimento que há muito tempo vem sendo desenvolvido no Brasil e que se “tangibilizou” no âmbito das mesas. Queríamos tornar isso disponível para todos os pesquisadores, alunos e profissionais interessados no design sustentável.

Muitos entre os participantes confirmaram e contribuíram para o presente livro. A partir das contribuições recebidas, a presente publicação é constituída

por cinco seções: Design Social; Inovação Social; Ecodesign e Análise do Ciclo de Vida (as duas áreas ambientais foram unificadas); Design e Artesanato; e Design e Território. Cada uma destas é por sua vez constituída por uma introdução escrita pelos mediadores das mesas e pelos capítulos escritos pelos integrantes delas.

Os trabalhos apresentados neste livro destacam a voz dos pesquisadores e designers brasileiros no âmbito das discussões que animam a comunidade do design ao respeito da relação entre design e sustentabilidade. No específico, não só destacam o interesse dos pesquisadores em participar destas discussões, mas também a apropriação e contextualização delas no âmbito brasileiro, assim como os avanços locais que tem promovido o desenvolvimento de conhecimentos próprios e contextuais.

De fato, ao apresentar a seção Inovação Social, Carla Cipolla chama atenção para como esta área que começou a ser pesquisada sobretudo a partir da influência de pesquisadores estrangeiros, em específico Ezio Manzini, tem depois sido articulada e desdobrada em pesquisas originais no Brasil. Destaca também como os pesquisadores nos próprios trabalhos querem sempre refletir mais criticamente sobre os conhecimentos estrangeiros, por meio dos conhecimentos acadêmicos e práticos desenvolvidos no passado no Brasil, e integrá-los, contribuindo assim para sua evolução. Quatro aspectos, finalmente, emergem entre todos os trabalhos: a relevância da experiência e dos conhecimentos desenvolvidos no passado no Brasil, como antecipado; a compreensão da dimensão sistêmica do design; o entendimento do desenvolvimento sustentável como de um valor central para sociedade e o design; finalmente a dimensão política da prática de design.

A relevância do conhecimento desenvolvido no Brasil no passado e no presente, capaz de tecer um diálogo entre experiências estrangeiras e locais e de evoluir o debate de forma original, emerge também na seção Design Social. Neste sentido, por exemplo, no âmbito da discussão sobre a ambiguidade da expressão “design social”, as contribuições mostram como, desde os anos 1980 no Brasil, tem-se o entendimento do “social” como uma característica do processo de design em si. Ao mesmo tempo, os trabalhos apresentam muitas experiências locais que chamam atenção para variedade de práticas e avanços originais locais.

A riqueza da prática é um elemento-chave também da seção Design e Artesanato. Virginia Cavalcanti, ao introduzir a seção, destaca como as contribuições presentes relatam experiências chave para o entendimento da relação entre design e artesanato no Brasil. Estas experiências representam o ponto de partida para refletir sobre a natureza de uma prática de design que interage com o artesanato no território brasileiro. Neste sentido, emergem questões fundamentais a serem ainda enfrentadas: o papel do designer, a detenção e a produção de conhecimentos, a dimensão relacional da prática.

Na perspectiva dos limites e desafios que precisam ser enfrentados, Lia Krucken, por exemplo, ao apresentar os trabalhos da seção Design e Território, destaca

os desafios-oportunidades para pesquisa em design que emerge: é necessário um maior diálogo entre pesquisa, projeto e ação; é necessário reconhecer e fortalecer a dimensão coletiva da pesquisa e do projeto; finalmente a necessidade de novas formas para identificar, descrever e falar sobre os aspectos intangíveis de projetos de design.

Finalmente, Andréa Franco, ao apresentar os trabalhos da seção Ecodesign e Análise do Ciclo de Vida, mostra como os trabalhos dos pesquisadores brasileiros desta seção evoluem e desdobram de forma local as mais recentes reflexões e evoluções do termo ecodesign que tem se transformado recentemente, tornando-se sempre mais abrangente. Neste sentido dialogam fortemente com os trabalhos e os pesquisadores das outras seções. Tanto consideram seja soluções para problemas urbanos seja as possibilidades de aplicação do método de ciclo de vida, e sobretudo consideram a questão ambiental de forma estratégica no desenvolvimento de produtos e serviços.

Gostaríamos de agradecer a todos os autores pela colaboração.

Seção 1
Design social

Ecovisões sobre Design Social

Chiara Del Gaudio

No âmbito de um Simpósio sobre design sustentável (SBDS 2015), que visava oferecer um espaço de reflexão e discussão sobre as dimensões ambiental, econômica e social de uma atuação de design voltada à sustentabilidade, foram definidas duas linhas para guiar a discussão dentro desta última dimensão citada: design social e design para inovação social. Tal escolha encontra-se motivada pelo desejo de apontar as diferenças entre design social e design para inovação social. E por que estas entre outras perspectivas possíveis foram selecionadas para discussão?

Em primeiro lugar, é necessário considerar que “design social” é uma expressão ambígua que não só abre para múltiplas e diferentes interpretações, mas que é – há tempos, principalmente nos últimos 10-15 anos, devido ao crescente interesse dos designers nas práticas de design para inovação social – objeto de um rico debate na comunidade do design. De fato, pode-se observar que pesquisadores em design e designers usam a expressão “design social” para descrever e categorizar práticas bem diferentes entre elas – a recente pesquisa “*Mapping Social Design: Research and Practice*” (ARMSTRONG et al., 2014) fornece uma visão geral da riqueza e variedade da atuação dos designers neste campo. As práticas de design no, assim definido, âmbito social vão de práticas de design para resolução de problemas sociais relevantes da sociedade com atitude assistencial a práticas relacionadas à inovação social.

Múltiplas são as vozes que animam e desenvolvem o debate assim como os focos da discussão. Alguns pesquisadores e designers, por exemplo, trazem reflexões sobre o significado da palavra “social”, outros se perguntam se ela se refere a características peculiares da prática ou ao objeto de design, outros ainda discutem as diferenças entre design social e design para inovação social etc. (ver, por exemplo, Tonkinwise, 2013 e Manzini, 2015).

Neste trabalho, as vozes e seus diferentes posicionamentos no debate não serão apresentados em detalhes, mas deseja-se destacar a sua riqueza e dinamismo a nível internacional, que levou os organizadores do Simpósio a se perguntarem: qual é o posicionamento dos pesquisadores em design atuantes no Brasil no âmbito deste debate? Como eles interpretam e/ou definem a expressão “design social”? Quais são as práticas que esta expressão engloba no Brasil? E quais desdobramentos locais o debate teve?

A partir disso, a expressão “design social” foi selecionada como temática para discussão sobre a dimensão social da prática de design. Sucessivamente foram convidados para discutir e refletir sobre o assunto algumas designers e pesquisadoras em design que atuam no Brasil: Lia Buarque Guimarães, Renata Mattos Eyer de Araujo, Rita Maria de Souza Couto e Vera Damazio. A autora da presente introdução, Chiara Del Gaudio, também participou do debate, além de ter o papel de coordenar a discussão antes, durante e depois do Simpósio. Estas pesquisadoras e designers foram convidadas, em primeiro lugar, a escrever sobre “design social”, depois, a discutir quanto a produção em uma mesa redonda no SBDS 2015 e, finalmente, com base nos insumos da discussão coletiva, a finalizar os trabalhos que o leitor pode encontrar publicados neste livro.

Decidiu-se também por não direcionar a discussão sobre “design social” pela proposição de subtemáticas, mas sim pelo desenvolvimento das contribuições individuais. Pediu-se apenas que escrevessem a partir da própria experiência enquanto designers e pesquisadores sobre “design social”. Esta decisão foi realizada com o objetivo de descobrir, de acordo com o apresentado acima, como se caracteriza e o que anima o debate no Brasil. O resultado foi muito rico: as contribuições destacaram a variedade de entendimentos, de práticas, de desdobramentos do debate e a presença nele de reflexões mais abrangentes sobre a relação entre design e sociedade. Especificamente, nas cinco contribuições recebidas e aqui disponibilizadas, é possível identificar cinco diferentes questões e subtemas:

- 1) Design social como empoderamento das pessoas pelo processo;
- 2) Design social como a lógica do usuário e da participação;
- 3) A ampliação do objeto da prática de design social;
- 4) Design sustentável como design social;
- 5) Os limites atuais e os desafios futuros da prática de design social.

Design social como empoderamento das pessoas pelo processo

Renata Mattos Eyer de Araujo em “Um olhar sobre o Design Social e a prática do Design em Parceria” discute a prática de design social a partir do caso

da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), percorrendo a trajetória do que hoje é chamado de “Design em Parceria”. Ao fazer isso, não só apresenta alguns dos momentos-chave da história e evolução do design social no Brasil, mas também escolhe dar relevância, no âmbito da presente discussão, a uma experiência de design que, de acordo com ela, pode ser considerada de design social tanto pelo objeto de design quanto pelas características processuais da prática. No caso específico, o objeto de design são as necessidades de faixas de população não consideradas pelo mercado; que por sua vez requerem uma nova abordagem e forma de interação. Esta última tem no seu cerne o ser humano e seu processo se desenvolve a partir da relação direta entre designer e pessoas. O objeto de design traz uma nova forma de projetar e é escolhido a partir deste novo entendimento do que seja fazer design. De acordo com Mattos, a dimensão social precisa ser inerente ao design e guiar a ação; e, em todo processo de design, existe esta dimensão social. Em tudo isso, destaca-se como, desde os primórdios, a prática de design social proposta e praticada pela PUC-Rio não foi assistencialista, mas, pelo contrário, focou na participação dos não designers no processo, e no seu empoderamento pela participação e não pelo resultado. No relato da história da PUC-Rio e do design em parceria percebe-se como influências e discussões internacionais foram recebidas e sobretudo contextualizadas e evoluídas no Brasil. O debate sobre o design social, portanto, não é recente no Brasil e na PUC-Rio, que por muito tempo tem sido centro propulsor desta prática, e desde o começo foi caracterizado pela compreensão da relevância de um processo participativo: o processo não é desenvolvido de alguém para alguém, mas pelo designer e pelas pessoas afetadas por uma determinada questão; a troca traz consigo aprendizagem e empoderamento mútuo.

Design social como a lógica do usuário e da participação

Rita Maria de Souza Couto, a qual compartilha a experiência de Mattos na PUC-Rio, apresenta em “O Design Social na PUC-Rio” algumas reflexões que se alinham em parte com o apresentado pela colega (Mattos). Porém, embora concorde com a afirmação de que todo design tem uma dimensão social, com a sua contribuição visa a destacar que existe uma prática de design voltada especificamente para questões sociais e que precisa apresentar características peculiares para isso. Trata-se de: princípios éticos que estão na sua base e que influenciam seu desenvolvimento; a relação próxima entre participantes e designers que visa permitir respostas para as reais necessidades e desejos da sociedade; a mudança do papel do usuário, de usuário a participante e seu empoderamento. A partici-

pação efetiva é o fator-chave do design social e o diferencia das outras práticas de design. Finalmente, no design social, a natureza das temáticas pode variar, o importante é que predomine a lógica do usuário. Tanto ela quanto Mattos destacam a participação como elemento-chave do design social, ou seja, suas características processuais, não o objeto de design. A participação caracteriza o processo e consequentemente o resultado.

A ampliação do objeto da prática de design social

A terceira contribuição que vem da PUC-Rio, “Design emocional para maiores de 60: contribuições para se viver mais e melhor”, escrito por Vera Damazio, Marília Ceccon e Fernanda Pina, apresenta uma perspectiva diferente. A experiência e a história do design social na instituição levam as autoras a superar a definição de design social e a construir uma projeção futura dele. De fato, é interessante observar que as autoras não apresentam uma discussão direta sobre design social, mas apresentam um caso (e sua relativa pesquisa) que consideram pertencer a este vasto âmbito de prática que é o design social: “PUC-Rio mais de 50”. Esta experiência se torna o ponto de partida para destacar 7 diferentes caracterizações do objeto, ou melhor, do propósito do design social: (1) Design para afirmação da identidade; (2) Design para a renovação da sociabilidade; (3) Design para a revitalização da cidadania; (4) Design para o bem-estar; (5) Design para o autocuidado (ou resiliência); (6) Design para a diversão; (7) Design para o aprendizado. Também neste caso, design social não é design assistencial ou para comunidades carentes, como frequentemente é considerado. Trata-se de uma prática que foca nas necessidades e nos desejos do ser humano e suas interações na sociedade. É isso e o propósito que fazem do design um design social.

Design sustentável como design social

O posicionamento de Lia Buarque Guimarães em “Revisitando o design social com foco no design para desenvolvimento sustentável” contrapõe-se em parte com o das outras autoras até então apresentadas. Ela concorda com a redundância da palavra social, ou seja, que todo design é social, mas também afirma a necessidade de uma prática que se distingue da de design que foca no mercado. Ao dizer isso, por meio de uma série de casos que ela apresenta, emerge a visão do design social como de uma prática para as comunidades carentes. Neste sentido, ao discutir a natureza do design social, ela afirma que um design sustentável é um design social; ou seja, que design social é, antes do que outras coisas, um design sustentável. Não tem um que não seja o outro. Neste sentido, ela apresenta uma forma de fazer design social, que é o design sociotécnico: um método para alcan-

çar benefícios sociais, econômicos, ambientais, considerando todas estas dimensões no processo de design. O design sociotécnico, e os casos de sua aplicação, se tornam relevantes para o leitor que queira conhecer mais sobre design social no Brasil porque são outra experiência especificamente brasileira.

Os limites atuais e os desafios futuros da prática de design social

Finalmente, eu aproveitei do espaço da escrita para trazer para discussão outra questão relevante da prática de design no âmbito social: as dificuldades da atuação do designer. Ao fazer isso, considerei tanto as práticas que querem promover novas formas sociais, quanto as que visam à resolução e à melhoria de questões problemáticas que afetam quem constitui a sociedade, considerando os dois propósitos inseparáveis. Não trouxe exemplos de práticas brasileiras, mas apresentei limites e desafios que são tão pouco discutidos, e suas implicações metodológicas. Depois de 40-50 anos, desde que a questão do design social tem sido introduzida, precisa-se refletir sobre quanto a prática tem evoluído para este tipo de aplicação e sobre os resultados alcançados. No texto, sugiro também algumas mudanças relativas ao processo e ao objeto de design que acredito serem necessárias para a evolução e a melhoria da prática de design neste campo.

O debate é amplo, mas o que se destacou nas contribuições é, além de importantes subsídios históricos, que no Brasil o pensamento relativo ao design social é mais relativo ao processo (participativo) do que ao objeto de design. Ainda, pôde-se perceber que tem havido neste país uma reflexão, caracterização e evolução constante da prática contextual.

Referências

ARMSTRONG, L.; BAILEY, J.; JULIER, G.; KIMBELL, L. Social Design Futures.

HEI Research and the AHRC. University of Brighton, London. 2014. Disponível em: <<https://mappingsocialdesign.files.wordpress.com/2014/10/socialdesign-report.pdf>>. Acesso em: 27 dez. 2014.

MANZINI, E. Design, When Everybody Designs. Cambridge, MA: MIT Press, 2015.

TONKINWISE, C. Is Social Design a Thing? 2013. Disponível em: <https://www.academia.edu/11623054/Is_Social_Design_a_Thing>. Acesso em: 27 dez. 2014.

Um olhar sobre o design social e a prática do design em parceria

Renata Mattos Eyer de Araujo

O Design Social tem sido discutido ao longo dos últimos, aproximadamente, quarenta anos. O entendimento desse conceito tem causado polêmica para uns, trazido conforto para outros e servido como motivação para outros tantos. O fato é que ao longo da história, assim como “Design Social”, alguns outros nomes têm sido associados à palavra “design” para conferir uma qualidade a cada área de atuação ou especificar determinados enfoques de projeto.

Design social, design para inclusão social, design para a sociedade e *user centered design* são alguns termos utilizados para nomear práticas que têm como marca uma preocupação com a função social do design e que dão especial atenção ao usuário do produto ou serviço. “Design social”, então, se refere ao tipo de questão que está sendo abordada pelo designer.

Por outro lado, alguns designers defendem a posição de que todo o design é social. Tal entendimento não reconheceria, portanto, esse tipo de abordagem diferenciada. Para essas pessoas surge a seguinte pergunta: por que falar de um design social se todo design é social? Neste sentido, ser social seria uma premissa do design.

Na tentativa de entender isso que pode parecer uma contradição entre algo que é – faz parte da natureza da atividade – e o que pode ser – a depender da abordagem empregada – surgem algumas suposições; entre elas, a que parece nesse momento fazer mais sentido é que os projetos de design têm diferentes aspectos a serem considerados, entre os quais está o aspecto social.

Uma análise histórica a respeito do que é design conduziria ao entendimento e à identificação de aspectos considerados nos projetos de design, como o social, o econômico e o ambiental, para depois defini-los e entender a forma como estão inseridos em cada projeto. Aqui caberia uma pausa e uma investigação, começando pelo significado da palavra *design*, em inglês, até a sua tradução para o

português, mostrando como se deu a construção de uma área de conhecimento e atuação profissional. No livro *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação* temos a contribuição de Vilém Flusser:

Em inglês, a palavra design funciona como substantivo e também como verbo (circunstância que caracteriza muito bem o espírito da língua inglesa). Como substantivo significa, entre outras coisas, “propósito”, “plano”, “intenção”, “meta”, “esquema maligno”, “conspiração”, “forma”, “estrutura básica”, e todos esses e outros significados estão relacionados a “astúcia” e a “fraude”. Na situação de verbo – *to design* – significa, entre outras coisas, “tramar algo”, “simular”, “projetar”, “esquematar”, “configurar”, ‘proceder de modo estratégico’. A palavra é de origem latina e contém em si o termo *signum*, que significa o mesmo que a palavra alemã *Zeichen* (“signo”, “desenho”). E tanto *signum* como *Zeichen* têm origem comum. Etimologicamente a palavra design significa algo assim como de-sagnar (*entzeichnen*) (FLUSSER, 2007, p. 181).

Essa investigação seria extensa, apontando para o significado da palavra e para o momento quando se começou a usá-la. Sendo um termo em inglês, esse percurso passaria pela tradução e compreensão da palavra em português, chegando ao uso e aplicação dela em nosso país. Estamos dizendo que a palavra design deve ser compreendida etimologicamente, com um entendimento histórico e, no caso do Brasil, uma adequação à língua portuguesa e apropriação para uma realidade, que envolve determinada situação geográfica, histórica, política, econômica, social e cultural.

Assim, podemos considerar que o design – ato de designar, projetar, configurar – está relacionado a um determinado contexto e dessa forma pode ser entendido como um conceito em constante evolução. Isso talvez justifique o surgimento frequente de novos termos, a partir da combinação da palavra design com outras, como ecodesign, design sustentável, design participativo, design emocional, design de território, design estratégico, design universal, design inclusivo, entre outras, e design social. O fato é que o design envolve muitas variáveis e não basta entender o “que” é, mas deve se reconhecer o “quando” e o “onde”, assim como também “quem” o faz e, sendo uma atividade prática, também o “como” se faz.

No Brasil, o design foi chamado em um primeiro momento de desenho industrial, estabelecendo-se assim uma associação direta com os sistemas produtivos que tinham por base os valores econômicos. A prática de projeto era realizada considerando os requisitos necessários para atender às demandas da produção industrial, associada a bens de consumo para uma parcela da população dotada de recursos financeiros para adquiri-los. Com isso, a atividade do designer estava

diretamente ligada a essa produção, por meio da qual se dividia o grupo social em dois: os que estavam dentro de um modelo padrão, com poder aquisitivo, e os excluídos dessa corrente principal, grupos de minorias e menos favorecidos economicamente.

No processo industrial o usuário nem sempre é o centro do projeto; neste caso o designer precisa, principalmente, atender aos interesses dos donos das empresas e do sistema industrial. São os aspectos econômicos e produtivos que norteiam o desenvolvimento dos projetos e produtos.

Nesse cenário surgiu o Design Social, que era entendido como uma abordagem de projeto para atender às necessidades de uma parcela da população à margem da sociedade, considerada menos favorecida econômica, social e culturalmente, caracterizada por grupos como o das pessoas com deficiência e de baixa renda, por exemplo. Os projetos, desenvolvidos normalmente fora da produção industrial, vinham atender às questões desses grupos em relação à melhoria de qualidade de vida, autoestima e aumento da renda.

Segundo Margolin e Margolin (2004), o objetivo primário de design para o mercado é criar produtos para venda, enquanto o objetivo central do Design Social é a satisfação das necessidades humanas.

O Design Social tratava do processo de interação social que se diferenciava da abordagem de design voltada para a indústria, tendo como característica a participação efetiva do usuário em praticamente todas as etapas do processo de produção dos objetos, como menciona COUTO (1992). Couto conclui ainda dizendo: “Essa prática favorece a geração de soluções apropriadas, que estarão sempre em consonância com os anseios e necessidades da população envolvida. Permite a construção de objetos que ganharão a aceitação do grupo” (COUTO, 1992, p. 13).

Na década de 1980, no Brasil, as ideias de Victor Papanek, apresentadas em sua obra *Design para um mundo real* (1977), encontraram ressonância e inspiraram um design que estivesse atento às questões reais da sociedade, deixando de olhar para o mercado e voltando-se para o indivíduo, a comunidade e seu entorno.

Muitos anos depois estamos ainda, ou novamente, trazendo o Design Social para a pauta; mas, ao longo desse tempo, muitas mudanças ocorreram. Nesse período tivemos um aumento significativo da população mundial, a ponto desse número ter dobrado. Em 1960 a população mundial era de cerca de 3 bilhões de pessoas, em 1999 de aproximadamente 6 bilhões e em 2015 somos mais de 7 bilhões de pessoas. Isso configura um cenário mundial nunca visto e o consumo agressivo se torna insustentável, gerando preocupação e a necessidade de uma nova configuração econômica e de desenvolvimento das nações. Surgem algumas alternativas com o desenvolvimento sustentável e o desenvolvimento inclusivo.

Não é à toa que os últimos anos evidenciaram uma mudança de olhar para a sociedade e a necessidade de se gerar alternativas para os meios de produção industrial que estejam em consonância com as possibilidades atuais, de forma a garantir o acesso das futuras gerações aos recursos naturais. A importância de um consumo consciente entra na pauta das discussões, impondo uma revisão dos processos produtivos e uma aproximação entre os aspectos sociais dos econômicos.

Talvez no momento histórico que vivemos seja possível redefinir valores, minimizar as barreiras sociais e trazer os interesses humanos para o centro das discussões. Neste sentido, as áreas de Humanas têm uma grande contribuição a dar e o design como área interdisciplinar de projeto – de dar forma e materialidade às ideias – se torna uma aposta. Só com uma abordagem com foco no ser humano será possível gerar a transformação necessária para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva.

A experiência com o ensino de design

Como já foi dito anteriormente, ao longo da história, foram muitas as discussões para entender o que é design e demarcar área de conhecimento compreendida entre ciência, tecnologia e arte, e sua forma de atuação. Na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), o curso de design está alocado no CTCH, Centro de Teologia e Ciências Humanas, o que mostra o lugar de onde o design está sendo visto e a partir de onde o curso foi construído nessa instituição.

Nos anos 1980, o ensino de design na PUC-Rio tomava um novo rumo provocado pela insatisfação de alguns professores, entre eles Ana Maria Branco e José Luiz Mendes Ripper, que buscavam, inspirados pelas ideias de Victor Papanek, uma nova forma de projetar. Papanek (1977) aponta que as escolas de design não ensinavam o ambiente ecológico, social, econômico e político em que o design acontece, e prega não ser mais possível um design desvinculado das necessidades dos seres humanos, do contexto sociológico, psicológico e ecológico. Um discurso pertinente e atual até os dias de hoje.

Diante desse movimento surge no Departamento de Artes & Design da PUC-Rio uma metodologia de projeto que propõe aos estudantes que saiam da sala de aula e vão para um ambiente real, onde é realizado por um profissional alguma atividade para que possam, a partir da observação dela no cotidiano do grupo envolvido, desenvolver seu projeto. Essa abordagem era dada nos projetos de início de curso e os alunos tinham a possibilidade de retomá-la em seu projeto de conclusão. Era chamada de Design Social e depois, com o andamento do trabalho e reflexão sobre ele, passou a ser chamada por alguns professores de design participativo.

O foco do projeto estava na interação do aluno, futuro designer, com uma determinada pessoa ou grupo social, escolhido por ele, no ambiente de trabalho dessa pessoa e grupo, onde o aluno estaria presente para conviver e acompanhar o que acontecia. Dessa relação seria desencadeado o processo de projeto. Essa pessoa foi identificada durante muitos anos como um interlocutor, depois como intercessor e, com as experiências e aprendizados adquiridos por um grupo de professores com essa prática de projeto e de ensino, esse indivíduo com quem o aluno convivia e a partir de sua realidade se estabelecia o projeto passou a ser identificado como parceiro. A metodologia é definida agora, por esses professores, como Design em Parceria.

Tratamos aqui de uma evolução ao longo da história, que diz respeito a um posicionamento do design diante das pessoas e como área de atuação. Diferente daquele design para a produção industrial, em que as pessoas eram consumidoras, estamos tratando de um caminho que desconstrói a figura do consumidor apenas, coloca a pessoa como um usuário, no centro do processo de design, e conduz ao entendimento de um design feito com as pessoas, em coautoria. Um design que tira o foco do sistema econômico e produtivo vigente e coloca atenção no humano, com uma interação direta entre o designer e as pessoas envolvidas, a partir da qual o processo de projeto se desenvolve. O modo de ser, de estar, de agir, de se manifestar das pessoas, assim como os desejos, valores, intenções de pessoas e grupos e as interações humanas, desencadeiam o processo de projeto.

Com a reforma curricular e a implantação de um novo currículo no ano de 2007, a metodologia de Design em Parceria foi consolidada como base para a disciplina DSG 1001 Projeto Básico Contexto e Conceito, de forma que todos os alunos no primeiro período vivenciam essa prática projetual. Uma abordagem social, que procura fugir do cunho assistencialista, com ações conjuntas entre as pessoas, e não de uma pessoa para a outra. Uma busca pelo trabalho cooperativo sem hierarquias. Um fazer “com” e não “para”.

O convite do **Design em Parceria** é para que esse processo com foco no ser humano seja compartilhado e parta da realidade vivida por um ou mais indivíduos. Que seja vivida também pelo designer, junto com o indivíduo ou um grupo, que deem sentido ao projetar. A solução de design é resultado e consequência desse processo.

Nesse sentido, o aspecto social é inerente ao design e conduz o fazer. Esse fazer deve se dar na convivência com o indivíduo e grupo, em uma situação constante de troca e experimentação. Os projetos de design devem partir do reconhecimento da singularidade das pessoas em determinados contextos, de uma determinada realidade, das relações que se formam entre as pessoas e da relação pessoa-objeto-ambiente. A maneira como o designer conduz o seu fazer é fruto do entendimento que ele tem do que é social, das suas crenças e valores. A maneira como se posiciona e realiza suas atividades de projeto define a abordagem de Design em Parceria, e isso pode se diferenciar de um entendimento do Design

Social à medida que a condução do projeto do Design em Parceria não foca e nem prioriza minorias ou grupos menos favorecidos, embora possa ser realizada com eles também.

A experiência no desenvolvimento de projetos de produtos

Com essa proposta, a PUC-Rio, por meio do corpo discente e docente, tem estado perto de diferentes grupos sociais e alguns dos professores do Departamento de Artes & Design estreitaram vínculos com algumas organizações, em parcerias que geraram desdobramentos fora do ambiente acadêmico. Uma das relações que levou para fora da universidade a metodologia de Design em Parceria se deu com uma organização liderada por pessoas com deficiência que atua nessa área.

Talvez por este grupo fazer parte das chamadas minorias, à margem da sociedade, sendo formado por pessoas que têm características distintas daquelas que representam o suposto homem médio padrão, para o qual eram produzidos os objetos em escala industrial, houve espaço para a continuação de um trabalho que começou no âmbito do ensino e da pesquisa, prosseguindo fora da universidade.

O Centro de Vida Independente do Rio de Janeiro (CVI-Rio) é uma organização sem fins lucrativos, que presta serviços na área da deficiência, e foi uma das parcerias que teve continuidade. Um dos serviços ofertados é a Oficina de Tecnologia Assistiva, fruto da parceria com o Departamento de Artes & Design da PUC-Rio, onde são desenvolvidos projetos de design com foco no humano, em uma metodologia de projeto que coloca a pessoa com deficiência como agente do processo de desenvolvimento do objeto junto com o designer. São dois os pontos centrais desse processo de projeto: **o encontro com a pessoa e a atitude experimental**. É no encontro com a pessoa que se dá a identificação do contexto no qual ocorrerá o processo projetual: a partir das características pessoais, das crenças, interesses, motivações, modo de realizar as atividades, desejos, necessidades, limites, ritmo e lugar de uso do objeto. A atitude experimental é o que permite desenvolver uma série de estudos, modelos e protótipos para experimentação junto às pessoas envolvidas, para a construção da forma do objeto.

Um dos princípios que norteiam o trabalho desenvolvido nessa organização é o reconhecimento de que cabe à pessoa com deficiência fazer as suas escolhas e gerir a sua própria vida. Com base nisso atua a Oficina de Tecnologia Assistiva, que tem como objetivo o desenvolvimento de projetos de design e a produção de objetos que favoreçam o uso das capacidades e a maximização dos potenciais dos indivíduos. Busca-se projetar recursos que gerem oportunidades mais igualitárias para as pessoas com deficiência, que historicamente

foram excluídas da sociedade e ainda encontram várias barreiras para exercer a sua cidadania. Nesse sentido os projetos são identificados também como Design Social.

O processo de projeto se dá junto à pessoa com deficiência, partindo do encontro dessa com o designer e, sempre que preciso, contando com uma equipe interdisciplinar. Passa-se pela concepção da forma, materialização de ideias e experimentações, até a entrega do produto à pessoa. Essa dinâmica aproxima o designer do indivíduo, usuário, e este do processo de produção, o que facilita o redesenho da forma, a manutenção do objeto e a continuidade de uso.

O objetivo do primeiro encontro é ouvir o desejo e a intenção da pessoa e identificar possibilidades. Com essas informações são gerados experimentos com possibilidade de uso, para que, a partir deles, possa ser definido, junto ao usuário, um caminho de projeto. As experimentações permitem que o designer tenha um retorno de informações baseado no uso. Essa etapa pode se repetir quantas vezes for necessária até a definição do objeto. A partir dessa definição, é feito o planejamento da produção até a construção do objeto que será entregue ao usuário. Com o objeto finalizado, uma nova experimentação é realizada e, se estiver tudo como esperado, o objeto é entregue ao usuário. A utilização do objeto pela pessoa no seu dia a dia pode gerar novas informações e/ou novas intenções em relação a outras atividades, novas oportunidades de projeto.

Os equipamentos permitem às pessoas com deficiência realizar determinada atividade e são desenvolvidos a partir da motivação pessoal, possibilitando uma melhoria na sua qualidade de vida, autonomia, uso das capacidades e fortalecimento pessoal, favorecendo a igualdade de oportunidades e a inclusão social.

Além de serem projetos desenvolvidos com a metodologia de Design em Parceria, esses projetos de produtos se encaixam como exemplos de Design Social, de acordo com a concepção apresentada no início deste ensaio, considerando que: destinam-se a um grupo que está à margem da sociedade; destinam-se a pessoas com deficiência; fogem das premissas da produção industrial; são produzidos com tecnologia local e visam uma melhoria de qualidade de vida.

Podemos afirmar que, do ponto de vista do processo de projeto e dos produtos desenvolvidos nesse contexto, temos um exemplo de Design Social e em Parceria. Todo Design em Parceria pode ser Social, porque inclui o indivíduo ou indivíduos e as interações humanas no processo de configuração da forma, mas nem todo Design Social é realizado com a convivência e a partir da relação direta entre o designer e o indivíduo ou indivíduos. Isso faz toda a diferença.

Caminhos e oportunidade

O design poderia ser essencialmente social, já que trata de dar forma e materialização a questões humanas, estando relacionado às pessoas e lidando com a relação pessoa-objeto. No entanto, historicamente esteve associado aos meios de produção e ao sistema econômico, e esses valores durante anos nortearam as ações dos designers. Além disso, são muitas as formas de entendimento sobre o que é social e, quando este conceito se associa aos processos de projeto em design, é possível identificar abordagens distintas que podem gerar resultados bem diferentes. Temos aqueles projetos nos quais o designer projeta com os indivíduos; há outros em que existe a relação com os indivíduos, mas é esporádica e de acordo com os interesses e necessidades do designer; e existem ainda os que projetam considerando que os resultados sejam úteis para os indivíduos, mas não necessariamente estabelecem uma relação direta com eles.

As experiências de processos de projeto aqui apresentadas estão baseadas na convivência e em uma relação de troca constante entre o designer e o indivíduo, ou indivíduos, que são agentes no processo. Isso gera um fortalecimento pessoal e a transformação dessas pessoas e, conseqüentemente, da sociedade. Trata-se de uma metodologia que privilegia a diversidade humana, o contexto social e a experimentação de modelos e protótipos para a construção da forma do objeto. Um processo de projeto de “design com”.

O empoderamento das pessoas, tendo em vista quem são e as suas ações, é uma das conseqüências desse processo. O avanço crescente da população mundial e, em especial, do grupo de pessoas acima de sessenta anos coloca a todos nós diante de um cenário nunca visto pela espécie humana. Evidenciam-se as nossas diferenças e a importância do reconhecimento da diversidade. A humanidade está diante das diferenças que se revelam ao longo do ciclo de vida das pessoas, percebidas por cada indivíduo, e não só das diferenças entre indivíduos. Estas, por sua vez, também são enfatizadas com o aumento da população.

Não é mais possível desconsiderar o ser humano; pelo contrário, o momento é de estarmos juntos, reconhecermos as nossas forças e fazer com. Não há mais espaço para o consumidor de ontem, que comprava desordenadamente. Não é mais cabível um consumo de massa – as pessoas querem ser diferenciadas, identificadas pelas suas particularidades, e a indústria já reconhece isso e traz possibilidades para esse novo momento. A produção industrial se reinventou, é outra, e procura atender ao pedido de individualização.

As tecnologias existentes hoje, como as impressoras 3D, podem ser mais uma contribuição do contexto atual para que os designers se aproximem das pessoas, usuárias dos produtos e serviços, e que possam com elas desenvolver seus projetos.

Talvez agora, com o aumento da população, a chamada para a atenção com o meio ambiente e as discussões sobre consumo consciente coloquem os interesses humanos e sociais à frente dos interesses econômicos. Talvez tenhamos chegado ao momento do social – do entendimento da força do indivíduo, das suas ações, das relações entre os indivíduos e grupos –, pode ser que tenha chegado a hora de o social determinar os interesses econômicos. Se é chegada essa época, que nós designers possamos estar preparados para projetar em consonância com o que é próprio e singular do ser humano, atendendo às demandas dos indivíduos e grupos e às realidades locais. Mais do que nunca, o convite é para se olhar para o ser humano.

Agora é chegada a hora de se trazer à tona as questões humanas e ambientais, de forma a se aproximar de um equilíbrio que seja pautado no ser humano e com responsabilidade por parte dos profissionais – designers – para que sejam alcançados o desenvolvimento sustentável e a inclusão social.

Referências

- BICKNELL, J.; MCQUISTON, L. (Ed.). **Design for Need: The social contribution of Design**. [Antologia do Symposium at the Royal College of Art]. London: ICSID, Pergamon Press, abr. 1976.
- BONSIEPE, G. **A Tecnologia da tecnologia**. São Paulo: Edgard Blucher, 1983.
- CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- COUTO, R. M. S. Reflexões sobre Design Social. In **Cadernos de Desenho Industrial**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, nov. 1992.
- FARBIARZ, J. L.; RIPPER, J. L. M. Design em parceria: visitando a metodologia sob a perspectiva do Laboratório de Investigação em Living Design da PUC-Rio. In WESTIN, D.; COELHO, L. A. L. (Org.). **Estudo e prática de metodologia em design nos cursos de pós-graduação**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2011.
- FORNASIER, C. B. R.; MARTINS, R. F. F.; MERINO, E. **Da responsabilidade social imposta ao design social movido pela razão**. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/1850>>. Acesso em: 10 outubro 2015.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa. *Design em Foco*, v. 1, n. 1, pp. 43-48, jul.-dez. 2004.

PAPANEK, V. *Disenar para el mundo real*. Madrid: H. Blume, 1977.

O design social na PUC-Rio

Rita Maria de Souza Couto

Coisas que se dizem antes

O Design é uma disciplina que está em permanente evolução, buscando linguagem própria e identidade. Disso decorre a necessidade de identificarmos mais e melhores instrumentos para explicá-lo como paradigma e fenômeno social.

Por mais interdisciplinar que seja o campo do Design e versáteis que sejam suas ferramentas, não se pode negar e nem ofuscar sua importância social, pois o Design não é imparcial, pelo contrário, é um campo marcado pelos entornos sociais que conformam sua metodologia e sua prática.

O Design possui um grande leque de tendências e visões que ora privilegiam aspectos puramente técnicos e tecnológicos da atividade, ora destacam aspectos sociais, econômicos e culturais. Encontra-se em permanente processo de questionamento sobre sua natureza e seus objetivos. Não é socialmente neutro, mas uma atividade que influencia e é influenciada pelo balanço de interesses entre diferentes grupos sociais que participam do seu processo e que lidam com objetos ou sistemas. O Design é basicamente um processo de integração social (COUTO, 1997).

Por meio do Design, o homem agrega experiências a seu universo subjetivo e, com isto, abre possibilidades e visões expansíveis sobre a realidade. Portanto, o Design pode levar o homem a uma reflexão que o conduzirá a inúmeros dilemas e facetas apresentados pelo mundo, justapondo sua capacidade de raciocínio e suas habilidades perceptivas, consentindo ao homem as expressões de agir, conhecer e transformar, mas, sobretudo a dimensão de dialogar com a realidade.

Ao discutir a função do Design nos idos dos anos 1970, Victor Papanek afirmava que, na era industrial e tecnológica, apresentava-se como uma necessidade fundamental analisar o compromisso social do designer, porque o usuário não deveria ser visto como autômato na engrenagem industrial, mas como um ser hu-

mano que tem necessidades e desejos e como tal deveria ser considerado. Com tal questionamento, o autor não tinha por objetivo colocar em dúvida a validade das inovações que facilitavam e traziam conforto ao cotidiano das pessoas. Questionava, apenas, por que tão poucos projetos e tão poucos produtos eram realmente aplicáveis a necessidades específicas das pessoas (PAPANЕК, 1991).

Papanek convocou, na época, os designers a usarem uma abordagem mais solidária, encorajando-os a abandonar a política de design pelo lucro e utilizar o projeto como uma ferramenta a favor do homem para moldar produtos e ambientes.

Passado quase meio século, continuamos a lidar com questionamentos semelhantes, tendo o compromisso social como elemento motivador que inspira o designer a assumir um contato direto com as pessoas, para procurar junto com elas soluções para problemas complexos.

Em princípio, qualquer demanda, desde que exista concretamente, é promissora para o trabalho do Design Social, pois sua potencialidade não depende da sua dimensão, da sua importância social ou econômica ou de qualquer outro valor a ela atribuído.

Problemas de Design – temas, metodologias, programas, estratégias de trabalho, propostas e soluções – são por natureza transdisciplinares, formados por campos de vinculação de complexidade diversa, que modificam sua aparência e limites permanentemente, uma vez que incluem uma teia de correlações formada, entre outros, por fenômenos físicos, biológicos e psicológicos; por aspectos sociais, econômicos e políticos.

No Design Social, inspiração para muitos trabalhos e diversas metodologias, prática que tem encontrado ressonância não somente no meio acadêmico e de pesquisa, mas também no âmbito profissional, existe um pressuposto básico que é a preservação do direito do designer de pesquisar no campo e, juntamente com as pessoas e a partir delas, contar com a sua sensibilidade para captar a realidade, por mais complexa e multifacetada que seja.

A complexidade que encerra a prática do Design Social pode ser percebida, por exemplo, a partir das palavras de Fernando Juez, ao definir a relação homem/design:

Este ser único [homem], capaz de concentrar sua atenção procurando o céu e perguntando-se por sua própria origem e finalidade, ao regressar seu olhar do horizonte, olha os outros e constrói propósitos, aponta para um determinado fim a configuração e o temperamento das coisas, imagina e manufatura objetos que são o espelho de sua idiossincrasia e empenho de sua memória. Este ser, capaz de projetar um meio que lhe causa assombro e medo, decide às vezes não temer, não duvidar dos outros que também olham para o céu; então, compreende, admite, respeita; então projeta

para aqueles que são como ele; e com deferência, aceita o projeto criado por outros, para outros que não são ele (JUEZ, 2002, p. 13).

Prossegue o autor dizendo que projetar somente para quem se conhece é um bom princípio, mas que os grandes projetos, aqueles que todos aceitam, são poucos e existem porque o designer dedicou-se a desvelar o desejo, as habilidades, as destrezas que em um momento dado nos fazem similares. Não são desenhos impostos. Não são objetos que nos vemos obrigados a usar por força de uma imposição. São como grandes projetos: objetos locais, comunitários, naqueles que a coletividade reconhece seus hábitos e capacidades; aqueles nos quais identifica suas crenças e pratica uma maneira particular de uso. Se um objeto nos satisfaz, se nos é útil, é porque de algum modo somos parte da comunidade para qual ele foi criado: em nossa mente ecoa o sentido de algumas das metáforas que ele encerra e podemos, também, adaptarmos sem maiores dificuldades a suas funções, utilizando-o como uma extensão de nós mesmos.

A natureza do Design perpassa três esferas distintas: o ser humano, a necessidade e o objeto, segundo Bonsiepe (1997). O ser humano é aquele que quer cumprir uma ação efetiva, já a necessidade é a tarefa que um indivíduo pretende desempenhar e, por fim, objeto é o instrumento que o indivíduo necessita para efetivar uma ação. Portanto, um ser humano se relaciona com os entornos do Design quando sente a necessidade de realizar algo por meio de um objeto.

O designer é um profissional que se preocupa com a compreensão sobre a forma de vida e com os projetos que desenvolve com e para o ser humano. Reconhece a diversidade, a identidade das pessoas, compreende seus limites e suas potencialidades. É um profissional que deve ser capaz de entender os diversos caminhos que podem tomar uma solução e de prever suas consequências em um ambiente natural e em um sistema cultural peculiar.

Um objeto, fruto de um projeto de Design, pode ser a reprodução de um antecedente, exclusivo ou de uso comum, exemplar único ou numeroso; pode ter sido inspirado em algum tema ou na natureza; surgir da mente de seu criador e da comunidade a qual pertence. Em qualquer circunstância, um objeto sempre será a expressão legítima de um modo de viver e ver o mundo do ser humano (JUEZ, 2002).

Manuel Castells (2000) defende a ideia de que o Design está a demandar redefinição em sua forma, função, processos e, principalmente valores, e um caminho para esta redefinição passa, necessariamente, pela discussão séria e comprometida sobre a sua função social.

Social, todo Design é, dizem alguns. É verdade. Mas o Design voltado para questões sociais é muito mais do que isto. Ele tem limites e, quando se trabalha

neste campo, é mandatório conhecer profundamente as pessoas com e para quem se está projetando, bem como atentar para suas reais necessidades e desejos.

No âmbito do Design Social, é preciso ter a habilidade de trocar com as pessoas sentimentos e experiências, colocando-se, na medida do possível, na mesma situação que elas, fazendo o que elas fazem e do modo como elas fazem. E, em todos os casos, é preciso ter uma visão holística das variáveis que compõem o problema de projeto.

Considerando as múltiplas variáveis e os múltiplos conhecimentos presentes no Design com vocação social, é imprescindível a composição de um corpo de conhecimentos transdisciplinar que forneça suporte teórico e fundamentação.

O Design Social é uma prática profissional ética, baseada em direitos humanos, que considera os princípios de igualdade e respeito pelas qualidades individuais. É sustentável por excelência e sua dimensão social só se realiza efetivamente quando guiada por estas questões.

Trajetória do design social na PUC-Rio

O Design Social foi adotado pelo Departamento de Artes e Design da PUC-Rio como um enfoque metodológico em disciplinas de projeto nos idos dos anos 1980, a partir da iniciativa de dois professores pesquisadores do curso – Ana Maria Branco e José Luiz Mendes Ripper.

Responsáveis desde então pela consolidação desta prática no meio acadêmico, os professores Ana Branco e Ripper ajudaram a formar um sem número de alunos identificados com a filosofia do Design Social, alunos estes que passaram a atuar como professores ou profissionais no mercado de trabalho.

Os currículos que foram implantados a partir dos anos 1980 ilustram vários desdobramentos desse enfoque metodológico e ajudaram a ampliar os contornos desta prática, contribuindo para que o curso de Design da PUC-Rio tenha no Design Social uma marca indelével, reconhecida nacionalmente.

A professora Ana Branco diz que, no início, o modelo do curso de Design da PUC-Rio foi bastante influenciado pelas ideias de um saber hierarquizado, baseado no modelo da primeira Escola Superior de Design do Rio de Janeiro, que sofreu, por sua vez, influência da Bauhaus.

Segundo essa visão, havia uma hierarquia de complexidade entre as formas dos objetos a serem projetados. Por detrás deste pensamento, estava a crença de que o aluno chegava à universidade vazio de conhecimentos, devendo ser alimentado de informações até que, ao completar o curso, tivesse conhecimentos suficientes que lhe permitissem operar. A transmissão de um saber hierarquizado concorreria, então, para a maturação progressiva do aluno.

Ana Branco lembra que, por não concordarem com estas ideias, um grupo de professores propôs modificações no curso de Design da PUC-Rio. Estas mudanças propiciaram a discussão sobre a posição do aluno ao ingressar na universidade e sobre o aproveitamento da bagagem de informações e experiências que ele trazia consigo.

Diz ainda essa professora que, no campo de projeto, por exemplo, era impossível não considerar a experiência que o aluno trazia, na medida em que, no seu dia a dia, realizava uma série de atividades e ações através das quais podiam ser identificados passos de um processo de projeto. Estas atividades e ações, uma vez organizadas, configurariam um método de projeto. À academia ficava assim, reservado o papel de organizadora da experiência empírica, para que esta pudesse virar objeto de estudo e reflexão e fazer parte da vida acadêmica.

Esta mudança de postura trouxe como consequência não somente a reavaliação e realocação das disciplinas de projeto na grade curricular, como também propiciou o surgimento de uma feição própria e peculiar para o curso de Design que a PUC-Rio passou a oferecer desde então.

Desde então, tem-se procurado incentivar os alunos a trabalhar com a realidade social, pois se acredita que a pesquisa direta, em um contexto real definido, contribui para estimular a criatividade, desenvolver o senso crítico e para favorecer a descoberta de valores humanos, sociais e culturais.

Segundo Ripper, a prática do Design Social levou ao desenvolvimento de projetos em sala de aula vinculados ao meio social, modificando a situação anterior em que a população-alvo era imaginada e as necessidades que geravam os produtos eram simuladas.

Esta abstração do contexto real gerava resultados sem significado social e era contraditória em um departamento pertencente a um Centro de Ciências Humanas, como é o caso do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio. Foi a aproximação empreendida com a realidade do meio extrauniversitário que começou a delinear a atividade do Design Social na PUC-Rio.

Esse modo de projetar não foi imposto. Surgiu naturalmente. Os alunos foram sendo orientados a procurar o seu tema de projeto fora do contexto da universidade, que já possuía uma tradição de trabalhos extramuros.

Mentores do Design Social na PUC-Rio, Ana Branco e José Luiz Ripper foram responsáveis por inúmeras reflexões sobre o tema, reflexões estas que ajudaram a nortear currículos, programas, metodologias; e foram decisivas para a formação de alunos e novos professores. À guisa de ilustração, trago aqui algumas das ideias fundadoras desta prática.

A atividade de idealizar e realizar objetos práticos e técnicos encontra-se disseminada em vasta e complexa trama. Assim, um sem-número de áreas tais como

arquitetura, design, engenharias em geral, artes plásticas, entre outras, atuam neste campo, cada uma a seu modo, sujeita a uma ordem global de produção e consumo.

No campo do Design Industrial, por exemplo, o pragmatismo inerente aos sistemas produtivos vinculados ao modelo industrial imprime um ritmo acelerado à produção de objetos novos que, por sua vez, acha-se em contínua mutação e expansão.

Tomando por base o modo de operar do Design Social, pode-se considerar que a principal diferença entre as duas práticas se encontra no modelo produtivo que o Design Industrial tem submetido à civilização urbana, em que existem sucessivas gerações de produtos que penetram na esfera do comum, apoiadas por técnicas de marketing sofisticadas, independentemente da situação socioeconômica e tecnológica da sociedade envolvida neste ciclo de produção e consumo. Os usuários são submissos a este ciclo, não participando das decisões sobre os produtos a eles dirigidos.

Em projetos realizados sob o enfoque do Design Social propõe-se uma inovação que consiste em introduzir em praticamente todas as etapas do processo de projeto, que objetiva produtos práticos, a participação efetiva de elementos da população-alvo, ou seja, dos usuários do produto. Com esta postura, o Design Social procura contornar a situação da população de usuários marginalizada em relação aos produtos a ela dirigidos e por ser esta atividade realizada em estreita relação com a população envolvida, tem-se oportunidade de descobrir temas autênticos e soluções apropriadas, sempre em consonância com os anseios e necessidades desta população.

O ato de projetar permitindo uma contínua participação dos indivíduos e a expressão de suas metas e dos seus desejos faz parte do modo de ver o objeto como fruto de um trabalho interativo entre o designer e o usuário. O processo de projeto de um objeto é composto de inúmeras etapas e pode, de acordo com o caminho escolhido, apresentar diferentes graus de complexidade. A escolha do caminho reflete o modo como o pesquisador ou designer organiza a sua vida, seus pensamentos, seus sentimentos. É ponto pacífico que qualquer objeto que seja fruto de um trabalho unilateral e de um pensamento solitário provoca interferências solitárias.

Não se justifica dizer que existem métodos específicos para o Design Social. O que existe é uma atitude que reforça ou enfatiza a interação entre o designer e a população-alvo. Assim sendo, as escolhas metodológicas, complexas e circunstanciais estão diretamente ligadas ao momento histórico, às circunstâncias do meio e do tempo e à personalidade da pessoa que está conduzindo o trabalho. Como em qualquer projeto no campo do Design, o método não deve ser imposto a um meio, mas adaptado às suas especificidades.

Na prática do Design Social, destaque especial é dado à observação do indivíduo ou grupo enquanto interage com o objeto que está sendo para ele projetado. Esta etapa do processo de projeto permite o entendimento amplo do efeito do objeto, que validado pela interação com o usuário, não se reduz a imagens e sons, através dos quais é vendido pela mídia. A observação do objeto em uso permite a crítica revitalizadora do processo de projeto e seu entendimento como algo em transformação, uma vez que o objeto só tem expressão quando incorporado a um contexto social, em funcionamento.

Sob esta perspectiva, pode-se afirmar que o Design Social tem como prioridade a lógica do usuário e não a lógica dos meios de produção. O ato de projetar e de construir pouco a pouco, permitindo uma contínua participação dos indivíduos e a expressão de seus desejos, faz parte do modo de ver o objeto como fruto de um trabalho interativo entre o designer e o usuário, permitindo a sua não mitificação.

O trabalho interativo só se efetua quando existe um compromisso social, que motiva o designer a assumir um contato direto com as populações para procurar junto com elas soluções para problemas determinados. Assim, antes de fazer o projeto, de responder a uma demanda, o designer deveria ver preservado seu direito de pesquisar no campo e, juntamente com as pessoas e a partir delas, contar com a sua sensibilidade para captar a realidade.

As demandas por projetos no âmbito do Design Social são inúmeras e de variadas naturezas. Podem estar direcionadas a um indivíduo ou a um grande grupo. A potencialidade do trabalho não depende da dimensão, da importância social, econômica, ou de qualquer outro valor a ele atribuído.

A princípio, qualquer ser humano e qualquer local, desde que exista concretamente, é promissor para o trabalho do Design Social.

Referências

- BONSIEPE, G. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.
- CASTELLS, M. **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura** (Vol. 1). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.
- COUTO, R. M. S. **O Ensino da Disciplina de Projeto Básico Sob o Enfoque do Design Social**. Dissertação – Departamento de Educação, PUC-Rio, 1991.
- _____. **Movimento interdisciplinar de designers brasileiros em busca de educação avançada**. Tese – Departamento de Educação, PUC-Rio, 1997

JUEZ, F. M. **Contribuciones para una antropologia del diseño**. Barcelona: Gedisa Mexicana, 2002.

PAPANECK, V. **Design for the real world**. New York: Pantheon, 1971.

Design emocional para maiores de 60: contribuições para se viver mais e melhor

Vera Damazio
Marília Ceccon

Fernanda Pina

O envelhecimento da população e a revolução da longevidade são fenômenos sem precedentes e irreversíveis. De acordo com projeções do Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA) e da Help Age International (2012), a cada segundo duas pessoas completam 60 anos, resultando em quase 58 milhões de novos sexagenários por ano. Neste ritmo, em 2050, o planeta contará pela primeira vez em sua existência com mais idosos do que crianças com menos de 15 anos, contabilizando um em cada cinco de seus habitantes com idade igual ou maior a 60 anos.¹

O envelhecimento pode ser entendido a partir de várias perspectivas. Sob o ponto de vista biológico, abrange as alterações fisiológicas, hormonais, anatómicas e bioquímicas do organismo, assim como questões referentes à herança genética e ao ambiente e, recorrentemente, ressaltam-se os aspectos negativos do processo. Já sob o ponto de vista antropológico, tanto o envelhecimento quanto as características atribuídas ao indivíduo considerado velho são entendidos como construções socioculturais e, ainda que mutáveis de acordo com as coordenadas históricas e geográficas em que se manifestam, também são comumente sobrecarregadas por aspectos negativos (BEAUVOIR, 1990; DEBERT, 1999; GOLDENBERG, 2013).

Seja qual for a perspectiva escolhida, muito frequentemente o envelhecimento é percebido como um processo marcado por perdas e aqueles que vivenciam a

1 UNFPA é o organismo da ONU que trata de assuntos populacionais e colabora com os países na utilização de dados para formular políticas públicas e programas governamentais. Ler mais em: <http://www.unfpa.org.br/novo/index.php/sobre-o-unfpa/missao>. Help Age International é uma organização não governamental que ajuda os idosos a levar uma vida digna, segura, saudável e ativa. Ler mais em: <http://www.helpage.org/who-we-are/>.

velhice – os velhos –, como indivíduos doentes, frágeis, dependentes, vulneráveis e inúteis. Esta visão se concretiza de forma clara e tangível no cenário contemporâneo: enquanto etapas da vida como a infância, a adolescência e a maturidade são atendidas por ambientes, produtos e serviços diversos e em constante renovação, a velhice é abreviada a poucas opções. Casas de repouso, fraldas geriátricas, bengalas, cadeiras de roda, aparelhos de surdez, assistência médica domiciliar ainda são os ambientes, produtos e serviços predominantemente idealizados para o público com mais de 60 anos e não apenas dão relevo aos aspectos negativos, como fazem crer que a população do planeta está vivendo mais, mas não necessariamente melhor. Mais recentemente, vêm sendo veiculadas aparentes exceções sob a forma de anúncios de colônias, produtos cosméticos, aplicativos para acessar contas bancárias, viagens, estadas em hotéis, gêneros alimentícios, entre outros produtos e serviços. O papel dos velhos representados, contudo, na maioria dos casos é o de avós risonhos, caseiros, brincando com os netos e em comunhão com uma imagem idealizada por muitos e que não corresponde a esta parcela crescente da população.

Nunca antes vivenciados e ainda pouco compreendidos, o envelhecimento da população e a revolução da longevidade estão dentre as maiores conquistas e desafios do século XXI e podem ser significativamente favorecidos a partir de uma revisão sobre o conceito de velhice.

No livro *A reinvenção da velhice*, a antropóloga Guita Grin Debert (1999) sugere que a velhice seja reformulada de forma inovadora e criativa. A antropóloga Miriam Goldenberg, por sua vez, e com base em 25 anos de estudo sobre envelhecimento e mais de 1.700 entrevistados, mostra os aspectos positivos e os ganhos do processo e demonstra que a velhice pode ser uma experiência marcada pela liberdade e felicidade. As autoras revelam que está em curso um processo de transformação, no qual a velhice passa a ser vivenciada como fase da vida não mais de perdas, mas principalmente de conquistas, realizações, novas experiências e projetos. E também que os indivíduos com mais de 60 anos são plurais e há diferentes, criativas e belas formas de envelhecer e ser velho.

A chamada revolução de longevidade pode ser especialmente bem-sucedida com a colaboração do Design. Para tanto é necessário conhecer seus protagonistas: os idosos e suas demandas.

Estudo de identificação de demandas de idosos moradores da Gávea

Nesta seção os leitores serão apresentados a um estudo de orientação etnográfica realizado junto a idosos com o objetivo de conhecer suas rotinas, suas histórias, como vivem, o que fazem, do que gostam, o que querem. Este estudo

foi realizado ao longo do 2º semestre de 2014, a partir de visitas à casa de nove moradores da Gávea, bairro da zona sul da cidade do Rio de Janeiro, de ambos os sexos, com idades entre 67 e 84 anos, e observou os seguintes aspectos: (1) ações mais realizadas diariamente; (2) ações que gostariam de realizar e não realizam, e por quais motivos; (3) lugares mais frequentados; (4) lugares de que gostariam de frequentar e não frequentam, e por quais motivos; (5) pessoas com as quais têm contato com maior frequência; (6) pessoas com as quais gostariam de ter mais contato e não têm, e por quais motivos e (7) do que gostam e do que não gostam na Gávea e arredores.

Para tanto, foram utilizadas técnicas qualitativas, como observação participante, entrevistas semiestruturadas e conversas e registros fotográficos sobre os espaços e objetos considerados mais significativos das casas visitadas. Foram criados, também, dois instrumentos de apoio à obtenção de informações: (1) *Diário Bipolar* – caderno no qual os participantes foram solicitados a registrar as principais situações positivas e negativas de seu cotidiano em caneta azul e vermelha respectivamente, ao longo de uma semana e (2) *Mapa Relacional*: mapa impresso do bairro da Gávea e arredores, no qual os participantes registraram seus principais trajetos, marcando locais de encontro com pessoas conhecidas com caneta verde, estabelecimentos mais frequentados com caneta azul e lugares percebidos como perigosos – por oferecer risco de assalto, queda, pouca acessibilidade etc.– com caneta vermelha.

Foram realizadas duas visitas à casa de cada participante, guiadas por entrevistas semiestruturadas, com a presença de dois a três pesquisadores, duração aproximada de duas horas, em horários pré-agendados e intervalos de cinco a sete dias. A primeira visita tinha como principal objetivo observar a relação do participante com sua casa e atividades ali realizadas. A conversa era norteadas por perguntas com foco nos objetos da casa e suas histórias e significados como “quais são as coisas mais importantes nesta casa e por quê?”. No final da visita, o participante recebia o *Diário Bipolar* descrito anteriormente e era convidado a registrar os momentos em que se sentiram bem e se sentiram desconfortáveis e os motivos.

A segunda visita tinha por fim conhecer a relação do participante com o bairro, as atividades realizadas fora de casa e pessoas conhecidas fora do círculo familiar e tomou como suporte o *Mapa Relacional*, acima descrito. A conversa também foi norteadas pelas histórias e significados dos objetos da casa que revelaram de passeios de bicicleta, entre outras atividades físicas, a viagens a lugares distantes. Nessa visita os participantes entregavam o *Diário Bipolar* e eram motivados a comentar as situações positivas e negativas ali registradas.

Perspectivas do design emocional para maiores de 60 anos

Os dados levantados nas visitas foram organizados por grandes temas e demandas emocionais e deram origem às seguintes perspectivas – ou diretrizes – do design emocional em prol da qualidade de vida do público com mais de 60 anos:

Design para afirmação da identidade

Constatou-se a importância para os informantes não apenas de continuar a fazer o que sempre fizeram e de ser o que sempre foram, mas também de experimentar novas formas de fazer e de ser. Muitos afirmaram que com o avançar da idade conseguiram encontrar tempo, coragem e disposição para fazer o que gostariam de ter feito quando jovens e, por razões variadas, não fizeram. Alguns revelaram ficar contrariados com a ingerência dos filhos em suas vidas. Dentre os desabafos ouvidos, vale destacar:

Todo mundo quer mandar no velho [...] Quem sabe o que é bom para mim, sou eu! Chegou a hora de fazer o que eu sempre quis fazer [...] Não quero morar com minha filha. Quero morar onde sempre morei, quero aprender a tocar piano, quero voar de asa delta e quero ver quem vai me segurar! (Sr. C., 84 anos).

Nesse sentido, a perspectiva do Design para afirmação da identidade engloba produtos e serviços que promovem a independência, a autonomia, a adaptação a novas realidades e oportunidades para os maiores de 60 anos se expressarem como indivíduos plurais e serem e fazerem o que bem desejarem.

Design para a renovação da sociabilidade

Observou-se que os informantes valorizam a convivência com a família e amigos, mas gostariam de construir novos laços afetivos. Todos demonstraram ter dificuldades, mas estarem dispostos a ampliar seus ciclos sociais. Alguns revelaram que se sentem sozinhos e gostariam de ter com quem conversar, viajar, passear, assistir a filmes e ir a eventos culturais:

Minhas amigas estão morrendo e é difícil conhecer pessoas na minha idade [...] Meu filho e minha nora ligam, mas é coisa rápida, só pra saber como estou. Eu entendo. Eles têm a vida deles [...] Gosto de passear, de

conversar, mas passo semanas sem ter ninguém para dar um bom-dia (Sra. M., 80 anos).

A perspectiva do Design para a renovação da sociabilidade inclui produtos e serviços que favorecem a ampliação do círculo de amizades, interações sociais e o fortalecimento de vínculos afetivos.

Design para a revitalização da cidadania

Constatou-se que os informantes se ressentem de serem percebidos como “um peso para a sociedade”, “cartas fora do baralho” e desconectados da realidade. Todos demonstraram participar da vida social, política, econômica e cultural do país, seja de forma voluntária ou remunerada. Alguns continuam trabalhando porque assim desejam. O temor de se sentir inútil se fez notar em depoimentos como o apresentado a seguir:

A velhice pode trazer um sentimento de inutilidade, de não servir mais pra nada... Tenho amigos que deprimiram depois de se aposentar, que se desconstruíram, se desligaram [...] Eu sempre gostei de trabalhar, de colaborar. Estou sempre participando de uma causa, ajudando alguém. [...] Não dá pra ficar parado... (Sr. A, 77 anos).

A perspectiva do Design para a revitalização da cidadania inclui produtos e serviços que criam oportunidades de trabalho remunerado e voluntário para os maiores de 60 anos, além de formas e meios de promover sua participação social, engajamento cívico e pleno exercício de seus direitos e deveres.

Design para o bem-estar

Observou-se que os informantes se preocupam com o seu bem-estar físico, mental e espiritual. Alguns revelaram que a idade lhes trouxe a consciência da existência de “algo maior”. Muitos contaram buscar atividades espirituais, além das físicas como meio de promover o bem-estar.

Nunca fui ligado a nenhuma religião, mas hoje vejo minha vida por outro ângulo [...] Estava desenganado e me curei inexplicavelmente [...] Hoje busco formas de vivenciar esta ligação com o que chamam de Deus e de me sentir bem, de bem viver e bem-estar (Sr. C., 84 anos).

A perspectiva do Design para o bem-estar inclui produtos e serviços que promovem estados e experiências de relaxamento, serenidade, contemplação, meditação e relação com o transcendental.

Design para o autocuidado (ou resiliência)

Os depoimentos dos informantes confirmaram a importância de três ações estreitamente relacionadas à prática de cuidar de si próprio e essenciais para o envelhecimento saudável: tomar consciência, aceitar e se adaptar às mudanças trazidas pelo avanço da idade. Muitos reconheceram ter demorado a perceber e a aceitar suas limitações e alguns revelaram ter chegado ao ponto de colocar em risco sua integridade física e financeira:

Demorei a perceber que não podia mais fazer certas coisas. Fui teimosa, irresponsável [...] Precisei levar muito tombo, bater de carro, ser roubada pra perceber que eu tinha mudado, que precisava me adaptar, ajeitar algumas coisas [...] Parar de dirigir foi o pior [...] mas acabei me acostumando e hoje me cuido direitinho (Sra. S., 79 anos).

A perspectiva de Design para o autocuidado envolve ações, produtos e serviços que favorecem a conscientização, a aceitação e a adaptação dos maiores de 60 anos a suas novas condições físicas e mentais.

Design para a diversão

Foi observado que encarar a vida com leveza e otimismo e saber rir de si mesmo e das situações adversas é considerado “um excelente remédio”, mesmo pelos informantes que se autodenominaram de “rabugentos”. Alguns relataram episódios em que o humor foi o ingrediente principal para contornar obstáculos e vivenciar momentos divertidos:

Mesmo as piores coisas da vida tem um lado bom. Mas pra ver, não pode mirar no lado ruim [...] Levei um baita tombo, caí de quatro no chão, bem na frente de um colégio, na hora da saída [...] Foi um Deus nos acuda! Doeu? Doeu. Mas todo mundo veio ajudar! [...] Passo muito ali e acabei virando a tia do tombo. Não é pra rir? (Sra. L. 67 anos).

A perspectiva do Design para a diversão envolve produtos e serviços que fazem rir, surpreendem, tornam a rotina mais divertida e criam oportunidades de entretenimento e descontração.

Design para o aprendizado

Constatou-se a relevância do conhecimento e o desejo de se manter informado e de aprender dos informantes. Declarações como “quero me aprofundar”, “quero conhecer melhor”, “faço aulas de”, “gostaria de saber mais” e “tenho interesse em” apareceram repetidamente e deixaram clara a relação entre “querer aprender” e o espírito de jovem.

Ser velho é um sentimento, não tem nada a ver com o corpo. Eu tenho espírito de jovem! Gosto de aprender, de mudar de opinião, de trocar minhas ideias por outras melhores. Velho é quem acha que sabe tudo e não quer mais aprender... (Sr. A, 77 anos).

A ação de frequentar cursos foi considerada um meio de conhecer pessoas, associando-se, portanto, à perspectiva do design para a renovação da sociabilidade:

Gosto de fazer cursos porque, além de aprender, eu quase sempre conheço pessoas novas, pessoas com os mesmos interesses [...] É difícil nesta idade, é raro, mas é muito bom quando acontece. [...] Sim, tenho um grupo de amigas do curso de cerâmica. São amigas mesmo, de viajar juntas (Sra. L., 67 anos).

A ação de aprender, por sua vez, foi considerada uma forma de atender interesses e desejos negligenciados ao longo da vida, relacionando-se à perspectiva do design para a afirmação da identidade:

Sempre quis aprender a cantar, sempre [...] Agora tenho tempo para aprender, para cantar, para ensaiar, para passar a tarde, o dia inteiro se quiser, cantando. [...] É lindo... Eu sinto como se um pedaço de mim estivesse acordando, um pedaço que estava vivo, mas adormecido, entende? (Sra. M., 80 anos).

A ação de aprender foi, ainda, considerada uma forma de experimentar novas atividades e ocupações, relacionando-se à perspectiva do design para a revitalização da cidadania:

Quase fiquei doido quando me aposentei. Aí fui trabalhar num restaurante [...] Aprende daqui, aprende de lá, até que o restaurante fechou. Mas tomei gosto, acabei entrando pro ramo e passei de empregado pra patrão. Vê só como o mundo dá voltas? (Sr. P., 72 anos).

O design para o aprendizado inclui produtos e serviços que promovem a troca, a aquisição e o aprofundamento de saberes, de preferência, favorecendo a convivência dos participantes.

PUC-Rio mais de 50: um exemplo de design emocional aplicado

O “PUC-Rio mais de 50” foi projetado com base nas perspectivas do design emocional acima apresentadas, nas demandas identificadas no estudo de campo e potencialidades da PUC-Rio e tomou a forma de um serviço abrangendo eventos, oficinas e cursos de curta duração. Apesar de concebido com base em dados levantados junto a maiores de 65 anos, o nome levou em conta a desconfiança de nossos informantes em relação aos produtos e serviços destinados ao público idoso em geral e a antipatia a termos como “terceira idade” e “melhor idade”, entre outros considerados estranhos, inadequados e pejorativos. Importante ressaltar a discordância observada entre os participantes do estudo em relação aos termos velho e idoso: há os que acham carinhoso e os que acham desrespeitoso ser chamado de velho. E há os que acham deprimente e os que acham atencioso ser chamado de idoso.

O projeto piloto “PUC-Rio mais de 50” contou com a colaboração de diversos setores e departamentos da universidade, valendo destacar a Coordenação Central de Extensão da PUC-Rio e seu propósito de estender suas ações de extensão universitárias para o público maior de 60 anos. Suas atividades foram oferecidas gratuitamente sob a forma de duas a quatro aulas de três horas com intervalos para café e biscoitos para socialização dos participantes.

Todas as atividades do projeto piloto atenderam as perspectivas “design para o aprendizado” e “design para a renovação da sociabilidade” e articularam os interesses dos informantes e dos professores e alunos de pós-graduação da universidade, organizando-se em torno dos seguintes domínios:

Atualidades e Conhecimentos Gerais: este domínio teve como base a perspectiva “design para a afirmação da identidade”; a recorrência de depoimentos como: “*Procuro estar sempre atualizado e aprofundar meus conhecimentos*” e o interesse de nossos informantes em entender com mais profundidade temas variados relacionados ao país, ao planeta, à história, às culturas e ao noticiário em geral. Este domínio ofereceu os seguintes cursos:

“Os Conflitos Atuais do Oriente Médio” ministrado pelo ex-reitor da PUC-Rio e grande estudioso do tema, em três aulas com duração de três horas;

“A Repercussão Gráfica da Passagem do Graf Zeppelin pelo Brasil”, objeto de estudo de aluna da pós-graduação em Design, em duas aulas com duração de três horas;

“Fenômenos Físicos Extraordinários da Natureza”, ministrado por professor do Departamento de Física, em duas aulas com duração de três horas.

Cultura Religiosa: este domínio teve como base a perspectiva “design para o bem-estar”; relatos sobre curas inexplicáveis e o interesse por histórias bíblicas, temas religiosos e relacionados à espiritualidade, ao transcendental e à dimensão do sagrado. A atividade oferecida foi o curso “Doenças, Curas e Medicina na Perspectiva da Bíblia”, ministrado pelo ex-reitor da PUC-Rio e professor do Departamento de Teologia, em duas aulas com duração de três horas.

Arte e Entretenimento: este domínio teve como base a perspectiva “design para a diversão” e o interesse demonstrado pelos informantes em se divertir, se entreter e aprender música, teatro, dança, entre outras manifestações artísticas e culturais. A atividade oferecida neste domínio foi o curso “The Beatles: História, Arte e Legado” ministrado por professor do Departamento de Ciências dos Materiais e grande conhecedor e estudioso da banda, em cinco aulas com duração de três horas.

Revitalização Profissional: este domínio teve como base a perspectiva “design para a revitalização da cidadania”; a recorrência de depoimentos como: “Sei fazer, mas não sei vender” e a constatação de que alguns informantes buscaram aprimoramento profissional ou novas competências e fontes de renda e prazer depois de aposentados. O domínio foi concebido com o objetivo de promover empreendimentos e novos projetos profissionais e foi inaugurado com o curso “Exposição e Comercialização de Produtos: potencializando seu negócio” ministrado por professora do Departamento de Artes & Design, em três aulas com duração de três horas.

Oficinas Digitais: este domínio teve como base a perspectiva “design para a revitalização da cidadania” e “design para sociabilidade” e foi criado com base no interesse dos informantes no mundo digital como meio de se manterem conectados com a realidade e também de fortalecer e criar novos vínculos sociais. Ele concentra atividades voltadas para o conhecimento, exploração e uso prático de ferramentas e serviços digitais e foi inaugurado com o curso “Vídeo chamadas por Skype”, ministrado por duas alunas da pós-graduação em Design, em três aulas com duração de três horas.

Por tratar-se de um protótipo e atividades oferecidas gratuitamente, a divulgação do projeto “PUC-Rio mais de 50” buscou atingir apenas os familiares de alunos, professores e funcionários da PUC-Rio e os ex-alunos da Coordenação Central de Extensão (CCE). Para tanto, foram distribuídos na Universidade cartazes e flyers com informações de cada curso. Foi enviado, também, e-mail marketing para alunos e ex-alunos do CCE e disponibilizada área no site com todas as informações das atividades oferecidas e opções de matrícula.

Apesar da divulgação discreta, o projeto reuniu um total de 160 pessoas e foi avaliado individualmente ao término de cada atividade e em dinâmica de grupo da qual participaram 18 alunos de cursos variados. Dentre os pontos considerados positivos foram mencionadas a pertinência dos temas, a competência e envolvimento dos professores, a oportunidade de adquirir conhecimentos gratuitamente em uma universidade de excelência e de conhecer pessoas novas. Dentre os pontos negativos, foram mencionados o reduzido número de aulas e a pouca divulgação do projeto. Grande parte dos participantes afirmou não ter encontrado pontos negativos e expressaram a gratidão por participar do projeto:

Não teve pontos negativos. Gostei de tudo, fiz amizades e aprendi muita coisa. O nome “PUC-Rio mais de 50” foi muito pertinente. Tenho 72 anos, mas não me sinto com mais de 60 e sim com mais de 50. Não me identifico com nada destinado à terceira idade. Participar deste projeto me faz honrada e feliz. Agradeço à PUC-Rio pela oportunidade e generosidade.

Considerações finais

Além de uma nova realidade, o envelhecimento da população e a revolução da longevidade nos coloca à frente do que podemos chamar de “novos velhos” e que bastante diferente do que sugerem os pictogramas de figuras frágeis curvadas sobre bengalas, buscam envelhecer de forma saudável e valorizam novas oportunidades e possibilidades de realizações e conquistas.

O Design tem o potencial de atender demandas de toda a ordem do público com mais de 60 anos e deve agir com urgência. Para tanto é crucial a combinação de técnicas de pesquisa qualitativas de modo a identificar o que busca esse público tão diverso e crescente. É crucial, também, consultá-los e envolvê-los na idealização, construção e avaliação de todas as etapas do processo projetual.

Esperamos que o projeto “PUC-Rio mais de 50” seja um dentre muitos outros exemplos de é possível tratar os desafios do envelhecimento e longevidade populacional com “formas” capazes de atender demandas de ordem emocional e transformar a vida depois dos 60 em tempos de novos encontros, amigos, trabalhos, conhecimentos, objetivos de vida e, sobretudo e principalmente, de reinvenção de si mesmo e possibilidades de se viver mais e melhor.

Em sua 5ª edição e norteado pelas perspectivas do design emocional, o “PUC-Rio mais de 50” já reuniu mais de 700 participantes maiores de 50 anos e vem sendo avaliado ao final de cada edição por todos os envolvidos – alunos, professores e colaboradores – a partir de questionários, conversas individuais e grupos focais. O “programa PUC-Rio mais de 50” vem se caracterizando como um processo de articulação dos interesses identificados junto aos alunos, professores e alunos de pós-graduação da PUC-Rio e dos objetivos definidos nos Estatutos da

Instituição que o abriga, e que inclui a definição de projetos que levem em conta os desafios lançados pela situação sócio-político-cultural do Brasil e a orientação de suas atividades para a construção de uma sociedade baseada no respeito e na promoção de todos, de modo especial, em nosso caso, os maiores de 50 anos!

Referências

BEAUVOIR, S. *A Velhice*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

CECCON, M. *Design & Envelhecimento: Técnicas para identificação de demandas dos maiores de 60 anos*. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

DEBERT, G. G. *A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento*. São Paulo: EdUSP, 1999.

GOLDENBERG, M. *A Bela Velhice*. Rio de Janeiro: Record, 2013.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE – OMS. *Envelhecimento ativo: uma política de saúde*. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2005.

FUNDO DE POPULAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. *Envelhecimento no Século XXI: Celebração e Desafio*. Nova York: HelpAge Internacional, 2012.

Revisitando o design social com foco no design para desenvolvimento sustentável

Lia Buarque de Macedo
Guimarães

Panorama geral

Design social não deixa de ser uma redundância, pois, como diz Redig (2011), todo design é para a sociedade. No entanto, design social vem sendo abordado como aquele distinto do design dirigido ao mercado consumidor, pois visa atender necessidades sociais de pessoas com baixa renda ou com deficiência devido à idade, saúde ou incapacidade (MARGOLIN; MARGOLIN, 2004).

Margolin e Margolin (2004) consideram que, comparado ao “modelo de mercado”, tem-se pouca teoria sobre um modelo de design de produto para necessidades sociais e pesquisas que demonstrem como um designer pode contribuir para o bem-estar humano. Neste ponto, os aliados dos designers são aqueles que atuam na saúde, educação, assistência social, geriatria e prevenção criminal.

O grupo interdisciplinar do MIT Age Lab (2014), desde 1999, desenvolve projetos para melhoria de transporte, saúde, vida comunitária e residências de idosos. Mais recentemente, algumas iniciativas com enfoque social vêm sendo desenvolvidas, principalmente em países desenvolvidos, que promovem o design de produtos/serviços simples, de baixo custo, para aquisição e uso em comunidades carentes de países em desenvolvimento ou ainda não desenvolvidos, principalmente na África e na Ásia. Basicamente, estas iniciativas envolvem a comunidade para elicitación da demanda, uma universidade para desenvolvimento de produtos e uma empresa parceira para produção. Exemplos são geradores de energia, lanternas, fogões, purificadores/filtros de água etc. propostas pela TU Delft University (2015); o computador de U\$10, dispositivos para prevenção de HIV, dosador de cloro para água, picador de mandioca etc., do International Development Innova-

tion Network (IDIN, 2015) do Massachusetts Institute of Technology – MIT; os absorventes higiênicos, sanitários, equipamento para limpeza de minas, cadeiras de rodas, kits educacionais etc., do Design Without Borders (2015); os projetos de lanche fortificado para minimizar má nutrição, organização social de empresa para empoderamento de mulheres etc., e as iniciativas de divulgação do design e inovação social, pelo Design Impact (2014), sediado em Cincinnati.

No Brasil, é difícil identificar os grupos desenvolvendo projetos na área de design social e inovação, porque as informações são esparsas e de difícil localização, e pela falta de bancos de dados estruturados e meios de divulgação das iniciativas. O que está sendo feito nas universidades, por exemplo, depende de uma busca no portal da CAPES, que não é direta. Exige a identificação de palavras-chave, uso de filtros, leitura de resumos para, enfim, construir o banco específico. A Fundação Banco do Brasil (FBB, 2015) mantém, desde 2001, o programa Banco de Tecnologias Sociais (BTS) com as iniciativas financiadas pelo banco. Ele compreende produtos, técnicas e métodos reaplicáveis, para soluções de transformação social, nas áreas de alimentação, educação, energia, habitação, renda, recursos hídricos, saúde, meio ambiente, dentre outras. Em 2000, a Rede de Tecnologia Social (RTS, 2015) organizou-se de forma proativa, coletiva e solidária, para inclusão social por geração de trabalho e renda por meio de negócios, integrando educação, saúde, participação e cultura, e focando o reconhecimento de tecnologias não direcionadas ao mercado, mas às necessidades humanas. A RTS abrange a Amazônia Legal, Semiárido/Sertão do São Francisco e Cerrado, periferias de grandes centros urbanos. Desde 2011, a RTS passou a atuar na replicação, difusão e desenvolvimento de tecnologias sociais de gestão sustentável de recursos hídricos e florestais; produção de energia limpa e eficiência energética; produção de alimentos saudáveis; produção de habitações e infraestruturas.

Existe a expectativa de que o conhecimento em design e tecnologia social venha auxiliar na formação de políticas públicas no Brasil. Desde 2004, a Secretaria de Ciência e Tecnologia para Inclusão Social, do Ministério de Ciência e Tecnologia (MCTI, 2015), vem investindo em projetos sociais na região do semiárido, prevenção de desastres naturais, segurança alimentar, educação, energia, habitação, geração de renda, saúde e ambiente, sendo que alguns já se transformaram em políticas públicas: o PAIS – Produção Agro ecológica Integrada e Sustentável, dirigido às necessidades de segurança alimentar (consumo local) e a geração de renda através da comercialização do excedente; o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), amparado pela Lei 11.947, de 16 de junho de 2009, que dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e estabelece que do total dos recursos financeiros repassados às escolas, no mínimo 30% deverão ser utilizados na compra de alimentos diretamente da agricultura familiar; o programa Articulação no Se-

miárido Brasileiro (ASA), com projetos como “Cisterna de Placas” e “Água Para Todos” que proporcionou a construção de 60 mil cisternas de placas em parceria com os movimentos sociais.

A inserção do design social e o desenvolvimento de inovações em tecnologias sociais estão diretamente relacionados com o desenvolvimento político, social e econômico de um país. Com base no que se lê nos jornais, e principalmente nos comentários de economistas sobre a crise econômica e política instalada, pode-se traçar o seguinte quadro da situação brasileira atual: o projeto do governo, nos últimos anos, foi tirar as pessoas da pobreza, de forma que pudessem subir na pirâmide social, e consumir (principalmente bens não duráveis e serviços). Para aumentar a renda disponível para consumo, a opção foi transferência de renda, elevação do salário mínimo, incentivo do emprego (desonerando a folha de pagamento de uma série de setores, por meio de renúncia fiscal) e subsídio de crédito, principalmente por meio do BNDES.

Para muitos economistas, a escolha de desenvolvimento pelo consumo foi equivocada, tanto que contribuiu para a crise atual: barateou a mão de obra, facilitou o consumo, mas o que faltava no país não era pessoal, mas investimento: em pessoal (educação e qualificação profissional) e cidadania, condições de trabalho, saúde, saneamento básico, transporte, e avanço tecnológico em geral, para citar alguns. As renúncias tributárias e os subsídios aumentaram as despesas, reduziram as receitas públicas e o conseqüente investimento em serviços públicos essenciais e infraestrutura. Isto aumenta os custos por atraso tecnológico e a perda de competitividade por ineficiência nas redes de suporte à atividade produtiva, o que compromete o desenvolvimento do país. “O estímulo focado no exagero do consumismo concentra os recursos financeiros, monetários e creditícios apenas na ponta do modelo: a compra final de bens e serviços. Com isso, as necessidades de elevar a capacidade de investimento para trás (na escala produtiva) e para frente (no tempo) ficam comprometidas” (Kliass, 2012).

Um exemplo elucidativo vem do setor de transportes: o governo subsidiou a compra de carros e a gasolina, mas a população reclamava dos preços e da qualidade dos trens e ônibus (lembrando as manifestações públicas de 2013). Conforme Romero (2014), “de que adianta estimular o consumo frenético de automóveis se a indústria automobilística não investe em parques mais modernos, com tecnologia de ponta? Ou se o país não oferece uma infraestrutura urbana ou de rodovias compatível? Ou se o conjunto do sistema educacional e de ciência & tecnologia não pesquisa alternativas de modelos de transporte que representem a substituição dessa opção que já se apresenta como inviável nos dias de hoje?” Além disso, o consumo não impulsionou a indústria brasileira, pois o que ocorreu foi o aumento da participação de produtos importados (principalmente da Ásia) no mercado. Em suma, os últimos governos apostaram na formação de consumidores pouco educados, esquecendo que deveriam formar cidadãos.

A estratégia de desenvolvimento pelo consumo difere da chinesa, por exemplo, que foi pelo investimento em educação e infraestrutura, para conseguir recuperar o “atraso” em relação às grandes potências e saltar do modelo baseado na agricultura para o da industrialização. Para tanto, a taxa de investimento da China tem sido de 48% do PIB, enquanto o Brasil investiu 18%. Apesar de se considerar que esta taxa chinesa é muito alta, talvez a brasileira seja baixa demais (dizem os economistas que o ideal é o balanceamento entre consumo e investimento), o exemplo chinês serve para mostrar que investimento é imprescindível. Em 1982, o Brasil era a oitava economia e a China era a décima-primeira do mundo. Em 2015, a China vem se mantendo como a segunda economia (atrás dos Estados Unidos), enquanto o Brasil ocupa a oitava posição (pois foi superado pela Índia), apesar de já ter ocupado a sexta posição em 2011 (Naime e Laporta, 2015).

No entanto, desenvolvimento não pode ser medido apenas pelo PIB, pois deve-se considerar o índice de desenvolvimento humano (IDH). Pelo relatório de Desenvolvimento Humano Global em 2014 (PNUD, 2015), os países mais desenvolvidos socialmente, a Noruega, Austrália, Suíça e Dinamarca, com IDH 0,944, 0,935, 0,930 e 0,923, respectivamente, têm PIB inferior ao brasileiro. Por outro lado, o IDH do Brasil é de 0,755, ocupando a posição 75 entre 188 países (a China vem na posição 90, com IDH de 0,727). O IDH médio da América Latina e do Caribe é 0,748, sendo os países de maior IDH a Argentina (0,836), Chile (0,832) e Uruguai (0,793).

A disparidade de renda e o baixo nível educacional colocam o país em uma posição ainda mais desfavorável quando se considera o IDH ajustado à desigualdade (IDHD), que é 0,557 (perda de 26,3% do IDH), inferior ao IDHD médio da América Latina e do Caribe (0,570). Neste cálculo, o Brasil perde 20 posições no ranking, tendo a maior desigualdade na renda, com 38,7% de diferença média entre ricos e pobres, seguida de uma desigualdade de 23,6% na educação e 14,5% no índice expectativa de vida. A Noruega é o país com menor desigualdade no mundo (PNUD, 2015).

Com tal IDHD, é mais razoável aceitar que o país está bem distante dos países desenvolvidos e tende a se afastar cada vez mais, em função da crise. Além da falta de visão governamental para um desenvolvimento em longo prazo, deve-se notar a falta de visão empresarial ou mesmo desinteresse por projetos dentro da realidade brasileira para gerar trabalho e renda e melhor condição de vida e, portanto, atender a necessidades locais.

Um exemplo recente (5 de novembro de 2015) é o caso do vazamento de 62 milhões de metros cúbicos de lama ferruginosa da barragem de Fundão da mineradora Samarco, controlada pela Vale e pela anglo-australiana BHP Billiton. Considerado o maior desastre socioambiental do Brasil, devastou o distrito de Bento Rodrigues, no município de Mariana, em Minas Gerais, com a morte de 17 pessoas, destruição de casas, lavoura, pesca, água, fauna e flora, e boa parte da biodiversidade, danificando

o Rio Doce, que corre também pelo estado do Espírito Santo em direção ao Oceano Atlântico. Aos impactos diretos podem ser acrescidos a perda econômica pelo esvaziamento do turismo e o prejuízo moral das comunidades atingidas em Minas Gerais e no Espírito Santo. Ainda não se sabe a extensão do dano, as causas ainda estão sendo investigadas, mas interessa a este estudo o fato de se armazenar dejetos que poderiam ter sido transformados em produtos, gerando emprego e uma outra fonte de renda para a região que depende basicamente da mineradora. Além dos estudos internacionais, existem pesquisas brasileiras, algumas inclusive fomentadas pela Samarco (ver em Esposito et al., 2014) para transformação da lama de minério de ferro como matéria-prima para produtos de construção civil, como aditivo para concreto e cimento, e fabricação de telhas, lajotas e tijolos. Apesar de seu alto impacto ambiental, muitas cidades, como é o caso de Bento Rodrigues, não abrem mão da atividade de mineração, pois não enxergam outras alternativas econômicas, e a empresa mineradora se mantém como a maior ou a única fonte de empregos e renda da região. Mas por que as mineradoras não pensam em desenvolver suas atividades de forma sustentável? Em vez de um risco em potencial, a utilização desta lama tóxica poderia ser considerada matéria-prima, uma oportunidade econômica para a região, mas este potencial é negligenciado pela empresa produtora e não é incentivado pelo governo. Não falta pesquisa ou conhecimento, falta vontade empresarial e política para implementação de soluções socioambientais.

Ressalta-se que situações como estas não são privilégio dos últimos governos, mas são características do Brasil em várias épocas, pois o país nunca perseguiu uma estratégia de desenvolvimento consistente, que valorizasse a cidadania, reduzisse as disparidades, contemplasse soluções endógenas para problemas nacionais. Talvez uma explicação para isso seja a característica de cordialidade dos brasileiros, que faz com que o individualismo, o patrimonialismo e o compadrio da esfera familiar se estenda para a esfera pública fazendo com que a política não contemple a sociedade, mas, sim, acoberte interesses privados, como foi apontado por Sergio Buarque de Holanda, já em 1936, em *Raízes do Brasil* (HOLANDA, 1977). Até o momento, o Brasil continua sendo o país do futuro, que nunca chega, porque espera-se, erroneamente, que o futuro seja traçado pelos governantes, apesar de ele depender, na realidade, de seus cidadãos. Considerando este quadro, pode-se refletir sobre como é possível impulsionar o design e qual sua contribuição, por menor que seja, para o desenvolvimento, mais sustentável do país.

Revisitando uma agenda para design social e desenvolvimento sustentável

Há mais de dez anos, Margolin e Margolin (2004) propuseram uma agenda de pesquisa para o design social, considerando questões como: qual o papel do

designer em um processo colaborativo de intervenção social? O que está sendo feito neste sentido e o que poderá ser feito? Como estabelecer uma imagem pública de um designer socialmente responsável? Como agências de fomento a projetos de bem-estar social e pesquisa podem entender o design como uma atividade socialmente responsável? Que tipos de produtos atendem às necessidades das populações vulneráveis?

Os autores consideraram que uma abordagem multifacetada poderia ser usada para explorar estas e outras questões e, como método, propuseram a observação participativa e o uso de questionários de pesquisa e entrevistas com profissionais de serviços humanos, designers e administradores de agências para reunir informações sobre percepções e atitudes, e solicitar sugestões para mudanças.

Hoje em dia, outras questões, como a econômica, a ecológica, a espacial e a cultural precisam ser consideradas, além da social, para atingir o desenvolvimento sustentável (ver Sachs, 1991). Portanto, mais do que social, o design precisa ser sustentável. O Brasil tem grande extensão territorial, grandes vantagens em função de sua diversidade biológica, humana, social e cultural, mas ao mesmo tempo tem grandes desvantagens, em função da disparidade socioeconômica, das condições atuais de seu parque industrial, do desprezo governamental por melhorias de infraestrutura, ensino e pesquisa, inclusive para projetos de impacto social. Neste quadro, como seria possível incentivar o design com foco no desenvolvimento sustentável?

Um método participativo denominado Design Sociotécnico (DS) (GUIMARÃES, 2010; 2012), utilizando entrevistas e questionários com diferentes atores para eliciação de demanda e alternativas projetuais, foi desenvolvido para estruturar e avaliar questões de cunho socioambiental ou, mais precisamente, sustentável. Isto porque tanto os recursos humanos quanto os materiais são fundamentais, e é mais viável partir para iniciativas que valorizem as vantagens do país e possa contornar as desvantagens.

O DS permite estruturar os parâmetros conceituais de um projeto, com 1) uma matriz de oportunidades, que cruza os recursos disponíveis e as possibilidades de atendimento a demandas prioritárias da sociedade; 2) incorporação das demandas do usuário (por meio da ferramenta participativa Design Macroergonômico –DM) (FOGLIATTO; GUIMARÃES, 1999), meio ambiente e dos três usuários humanos que participam do ciclo de vida do produto (usuário primário: extração e transformação/fabricação; usuário secundário: logística; usuário terciário: consumidor) nos três ciclos do produto (processo, uso e logística de entrega reversa); e 3) uma última matriz, de Sustentabilidade, Qualidade e Custo (SQC), que calcula as melhores alternativas projetuais nos itens de sustentabilidade (nos três ciclos do produto: processo, uso e logística), qualidade e custo.

Este método foi aplicado pelo Laboratório de Otimização de Produtos e Processos do Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (LOPP/PPGEP/UFRGS), ao longo de vários anos, com incentivo do CNPq e da Capes, no desenvolvimento de projetos, focando o design sustentável, a partir de recursos locais, principalmente aqueles considerados como resíduo. Estes projetos visaram à produção de bens que atendam necessidades básicas (transporte, alimentação, vestuário, educação, saúde, alimentação, moradia) ou mesmo bens de consumo (embalagens, objetos de pedras semipreciosas). Por exemplo, do gado ovino Texel, apenas a carne é utilizada (exportada). A lã e o couro são considerados de baixo valor comercial e, portanto, são descartados (enterrados). No entanto, as fêmeas produzem, em média, 3 kg e os machos 5 kg de lã por tosquia, e de 1 m (ovelhinha e pele com perdas) a 4 m de pele. A lã e a pele foram tratadas, e comprovou-se que podem ser usadas em vestuário, gerando trabalho e renda e fixação da população local. Este tipo de indústria de baixa tecnologia permite, principalmente, o empoderamento das mulheres.

Foram também desenvolvidos projetos mais diretamente ligados ao que se denomina design social. Um deles focou no saneamento básico tendo em vista que em torno de 50% da população brasileira não tem coleta de esgoto em casa (PORTAL BRASIL, 2016). Foi desenvolvido um sanitário seco, com dois compartimentos separados para dejetos líquidos e sólidos. O sanitário tem uma caixa coletora, para que os resíduos sejam armazenados e depois processados. O sistema prevê não o uso de água, mas o de serragem, palha, grama, folhas, casca de arroz etc. para ajudar na decomposição do resíduo sólido. O protótipo foi feito pela Deca, que alterou a parte interna de um de seus modelos de sanitário. Oito sanitários secos estão sendo testados na cidade de Feliz, RS.

Outro projeto visou ao apoio a comunidades em situações de crise, principalmente desastres naturais. O objetivo foi desenvolver um sistema informatizado de chamada de voluntários, vigilância e aviso de perigos iminentes para as comunidades em risco, de forma que as ações, junto a Defesa Civil, sejam tomadas antes da ocorrência dos eventos. Os voluntários e membros da comunidade em geral podem ser localizados (por geolocalização) e informados sobre as diversas situações, por meio de software compatível com dispositivos iOS (iPhone, iPad, iPod Touch). Para os elementos de mapa, localização e roteamento de situações emergenciais e voluntários, utilizou-se como referência o SDK do Google Maps. Foi prototipado um aplicativo (para celulares, tablets e computadores) que alerta sobre eventos, identifica e chama voluntários para atuação em situação de crise, mas ele ainda não foi testado porque depende da disponibilidade da Defesa Civil.

Os projetos que tiveram um maior detalhamento e fizeram parte da tese de Breier (2015) são apresentados na sequência.

Projeto embalagens de casca de arroz

A proposta insere-se na filosofia ZERI de produção (PAULI, 1996; 1998), que não aceita a ideia de resíduo, pois ele deve ser matéria-prima de uma outra indústria. O Brasil é o maior produtor de arroz das Américas, desperdiçando a casca que é composta principalmente por celulose. Portanto, há matéria-prima (casca) disponível em abundância, e sem uso, que pode ser aproveitada por outro setor, com alta demanda de celulose.

A polpa obtida pelo processo soda de polpeamento mostrou ser uma alternativa viável para produção de embalagens em larga escala, atendem aos requisitos da ABNT, são resistentes e podem ser reprocessadas no seu fim de vida, sem danos para o ser humano e meio ambiente. Uma embalagem berço-a-berço (MCDONOUGH; BRAUNGART, 1998; 2002) foi projetada para funcionar, em reuso, e sem nenhum processamento, no mínimo em 2 ciclos de vida, completando um terceiro ciclo (ou mais) ou no metabolismo biológico (volta como nutriente para a natureza) ou no técnico (volta para a manufatura).

Foi feita uma prospecção de possíveis clientes destas embalagens, tendo-se focado nas exigências da Empresa de Correios e Telégrafos (ECT), embora possam ser usadas no setor calçadista (em caixas e palmilhas de montagem), no de produção de ovos e outros.

A produção anual de casca de arroz no Brasil é superior ao necessário para atender a demanda da ECT, de grande parte (98%) da produção de embalagens para a indústria calçadista, de uma parte (21%) das embalagens de armazenamentos da produção de ovos brasileira, e toda a produção nacional de palmilhas para calçados. A celulose de casca de arroz pode atender aproximadamente 1% da demanda de papelão de embalagem do país, reduzindo o abate de aproximadamente 250 mil árvores.

Pelo que foi calculado, o custo de implantação do processo soda (R\$ 3.335.850,00) estaria sendo compensado em 47 meses com a venda de polpa de celulose, considerando o preço médio de R\$ 700,00/ton. Este modelo de produção de polpa pode ser adotado em todas as regiões beneficiadoras de arroz, pois o problema de resíduo é o mesmo. Ao instalar fábricas de polpa de papelão nas cooperativas beneficiadoras, não haveria o problema de transporte e deposição da maior parte de resíduos. Além disso, não teria o custo de ICMS que seria cobrado caso o resíduo saísse de uma fábrica para outra. Uma vez implantada a fábrica, os custos de produção do polpeamento é vantajoso, pois atende a dimensão ambiental, já que reduz o impacto de um resíduo da agroindústria (casca de arroz) e reduz o abate de árvores. A dimensão social da sustentabilidade também é atendida, pois a atividade de processamento da casca e fabricação de embalagens irá gerar emprego e renda em comunidades produtoras de arroz, que tendem a expulsar o trabalhador do campo, devido ao alto grau de

mecanização. As dimensões cultural e espacial também são atendidas, pois fixa-se as pessoas no seu lugar de origem.

Projeto resíduo de gemas semipreciosas

Este estudo focou o aproveitamento de resíduos da indústria de artefatos e joias semipreciosas, que são descartados em aterro industrial. Foi feita observação e análise das condições do processo produtivo de uma microempresa de artefatos em pedra, e foram propostas soluções. Uma delas foi a geração de botões a partir dos tarugos residuais de anéis que podem ser fabricados na própria empresa, sem alteração do processo produtivo. Estes tarugos não são resíduos, mas sim matéria-prima para um produto de fácil fabricação e comercialização. A produção de botões pode ser considerada eficiente, pois usa um mínimo de recursos e todo o resíduo (tarugos) de uma determinada etapa do processo produtivo de anéis, reduzindo em 10,5% o montante total de resíduos da empresa estudada.

Nos ensaios mecânicos, os botões apresentaram resistência superior a 200 N, podendo, portanto, ser utilizados em peças de vestuário. Além da qualidade técnica, os botões agregam valor estético-simbólico às peças da indústria de moda. A produção de botões a partir dos tarugos residuais, além de poder aumentar a eficiência do sistema em 10,5%, podem aumentar as receitas da empresa de 1.003% a 3.038%.

A fim de otimizar o aproveitamento dos demais resíduos e fomentar o segmento de gemas e joias, foi feita uma proposta de clusterização de várias empresas de 3 cidades próximas no Rio Grande do Sul, para a produção de novos produtos a partir de lascas e pó de pedras. Assim, em vez de cada empresa pagar pela retirada do material e várias prefeituras pagarem pelo aterro, várias empresas e prefeituras estariam pagando para levar, para um único local (que não os aterros), onde seriam reprocessados. O custo de implantação da beneficiadora que processaria os resíduos de pedras foi estimado em R\$ 325.850,00. O volume de 4,29 toneladas de resíduos de retalhos de pedras gera uma receita de R\$ 21.500,00/ano para cada empresa, portanto, a receita do cluster seria de R\$ 10.525.200,00/ano. Desta forma, a instalação da fábrica pagar-se-ia em 15 dias. Os lucros seriam, então, divididos entre os consorciados e prefeituras.

Dentro da filosofia ZERI, e com base na literatura, a massa residual do polimento pode ser reutilizada em outros processos produtivos, por exemplo, como componente de massa de cerâmica vermelha para o segmento de revestimentos ou como petrofertilizante para o segmento de fertilizantes químicos. Caso a pasta não possa ser reprocessada no cluster, existem estudos para a reutilização da pasta oleosa em outras cadeias produtivas, por exemplo, como revestimentos cerâmicos na indústria de cerâmica e como petrofertilizante na indústria de fertilizantes.

A venda da pasta pode gerar uma receita de R\$ 61.250,00/mês para as empresas e prefeituras envolvidas.

Importante ressaltar que as soluções foram baseadas na ideia limitada de ecoeficiência, que foca no resíduo gerado. Alternativas melhores, mais eficazes, poderiam advir da revisão do sistema como um todo, a fim de que não fossem gerados resíduos, ou que eles fossem limitados a um mínimo. Por exemplo, pode-se minimizar a entrega de matéria-prima não aproveitável pela empresa e, principalmente, a quantidade de peças defeituosas fabricadas, com o aprimoramento e melhor manutenção de máquinas, e com a capacitação de pessoal, o que já vem sendo foco de atenção do governo, universidades e órgãos setoriais.

Tendo em vista a dificuldade de ação individual nas microempresas produtoras de artefatos, é necessária uma articulação com a Arranjo Produtivo Local de Gemas e Joias do Rio Grande do Sul – APLGJ-RS e órgãos governamentais de fomento para implantação de uma unidade de processamento de resíduos de gemas no município de Guaporé-RS., uma das 3 cidades consideradas no cluster proposto.

Projeto resíduo de lixo doméstico

Foram feitos estudo e propostas para a coleta seletiva de resíduos focada em pequenas cidades. Ambas se calcam na conscientização e educação das pessoas para que os resíduos domiciliares sejam segregados de maneira correta para eliminar o trabalho de separação nas usinas de triagem. Essas usinas ou galpões em geral apresentam ambientes insalubres para as pessoas que ali têm que exercer suas atividades para sustentar suas famílias. Os cidadãos seriam pagos para separar os materiais recicláveis (papel, plástico, metais, vidro, óleo de cozinha e material orgânico) que serão armazenados, processados e vendidos. O sucesso da coleta seletiva depende de educação do descarte correto dos resíduos e da otimização dos custos envolvidos. Estes podem ser compensados com a otimização da coleta e a venda dos recicláveis.

Na primeira proposta, a cidade coleta, armazena e processa os materiais para a venda. No entanto, isto aumenta a área de armazenamento, que é um problema no sistema de coleta seletiva. Na segunda proposta, este problema é minimizado pelos agrupamentos de cidades. Como os custos de transportes na coleta seletiva e a falta de espaços para armazenamento dos resíduos coletados são os principais fatores para seu insucesso, a formação de conglomerados municipais é uma forma de minimização destes custos e solução para a falta de espaços para o armazenamento e processamento dos resíduos. Cada cidade fica responsável pelo armazenamento, processamento e venda de um tipo de recicláveis, e o lucro total de todas é dividido entre as cidades. O material orgânico, no entanto, produzido

em cada cidade é reutilizado ali mesmo, como adubo na permacultura e plantio de árvores.

O agrupamento considerou 27 municípios de pequeno porte que compõem a região metropolitana de Porto Alegre e que possuem coleta seletiva de resíduos, mas a análise de cluster pode ser facilmente reproduzida em todas as demais regiões brasileiras. Com o uso dessa técnica, há a possibilidade de agrupar os municípios de forma que gerem mais fontes de renda através de resíduos, em escala, até o momento visto como ônus financeiro. Além disso, a indústria se beneficia diretamente, pois passa a contar com matéria-prima em quantidade para seu desenvolvimento. Os clusters teriam um lucro de até R\$ 14,15/hab, mas considerando que a ideia é processar os insumos para agregar valor, pode-se estimar que os ganhos aumentariam em 40%. É claro que se deve considerar o investimento necessário para instalar estas unidades processadoras, ou seja, máquinas de pelletização de plásticos, de polpimento de papel, picagem de metais, forno para fábrica de vidro, equipamento para processamento de óleo de cozinha etc. Estes custos de investimento seriam divididos entre as prefeituras das cidades parceiras. Os lucros dessa comercialização seriam usados para pagar as despesas gerais do cluster e então divididos entre os municípios como forma de geração de renda e para investimentos em benfeitorias sustentáveis em suas cidades. Com base nisso, as empresas que são cada vez mais obrigadas, por leis, a usarem matéria-prima reciclada em seus processos poderiam ter em oferta, fornecedores em quantidade e qualidade.

As duas propostas de coleta seletiva de resíduos reforçam que é possível separar os resíduos urbanos adequadamente nos lares brasileiros e esta ação permite garantir a integridade dos materiais coletados, gera trabalho e renda e minimiza os impactos ambientais causados pelas implementações de aterros ou vazadouros de resíduos. Elas focam na melhoria das condições de trabalho das pessoas envolvidas com o lixo das cidades e, além da geração de renda, prevê a capacitação e inclusão social de pessoas que estão marginalizadas nas sociedades dessas cidades. As propostas de cadeias produtivas podem auxiliar na gestão participativa de recursos regionais.

Lições aprendidas e algumas propostas

Os projetos apresentados englobam a atuação do designer, mas dependem de articulação com outros atores, como engenheiros, administradores, empresários e políticos. Em todos foram desenvolvidos protótipos, e chegou-se inclusive a calcular os custos e benefícios para que fossem implementados. Isto porque a maioria dos empresários e políticos querem, antes de mais nada, saber “quanto vão ter que pagar, quanto vão lucrar, e em quanto tempo”. Mas mesmo que as

condições sejam as mais favoráveis, esbarra-se, sempre, em obstáculos que acabam inviabilizando a implementação. Voltando à discussão da Seção 1, falta visão de futuro e vontade política para investir, e o investimento não é só econômico, mas principalmente cultural, pois não é fácil mudar cabeças, quebrar ranços etc.

Enfim, apesar de viáveis, as propostas de solução não tiveram a inserção que deveriam ter talvez por serem “inovadoras” demais e existir uma resistência a mudanças; ou por falta de planejamento estratégico e visão sistêmica; ou porque a prioridade recai na solução dos problemas imediatos e não nas causas; ou por ausência de uma cultura voltada para a sociedade como um todo; ou talvez por exigir um esforço de união entre o setor privado (empresas) e governamental (prefeituras), que não é usual, e por não haver a cultura de investimento e parceria.

Do lado do usuário, a maioria da população carente não carece apenas de atendimento a necessidades básicas, mas de perspectiva no futuro, pois sua falta contribui para a estagnação do país. Em vez de assistencialismo de políticas populistas, é necessário incentivo em médio e longo prazos, e mostrar que mudanças são possíveis e viáveis, que os brasileiros têm capacidade de se educar e inovar e, portanto, de transformar, e o designer tem seu papel desenvolvendo soluções em equipes multidisciplinares.

Por mais que pareça difícil colocar em prática algumas propostas, por serem inovadoras demais e fora da “vocação” das empresas e municípios, é importante chamar a atenção para o fato de que o “novo” pode assustar e mudanças são difíceis, mas, ao mesmo tempo, matérias-primas estão cada vez mais escassas, e resíduos são gerados e representam custos, mas podem deixar de sê-los, se for considerado que, se o material residual não serve para uma determinada cadeia, pode servir para outra, o que é o mote da iniciativa ZERI. É preciso que tanto o governo quanto o empresariado entendam que, para otimizar seus municípios e suas empresas, é necessário investir, já que, sem investimento social, cultural e financeiro, não há retorno. Neste sentido, o papel do designer e pesquisadores nas mais diferentes áreas deve ser de proatividade, trabalhando de forma integrada para contribuir para a mudança.

Cabe acrescentar que o momento atual é propício para a inovação socioambiental tendo em vista os esforços mundiais em prol do meio ambiente e o papel crucial que o Brasil pode ter nestas mudanças, já que é o país com uma das maiores biodiversidades do mundo. Além disso, iniciativas como as apresentadas atendem ao Plano Brasil Maior (Brasil, 2011) e a Política Nacional de Resíduos Sólidos – PNRS (Brasil, 2010) regulamentada pela Lei nº 12.305/10, de 2 de agosto de 2010. Ela incentiva as empresas e prefeituras a darem um destino “ambientalmente correto” a tudo que é gerado como resíduo, e se a lei fosse cumprida (o que geralmente não ocorre), vultosas multas seriam pagas no caso de crimes ambientais. Mais que atender ao meio ambiente, inovações sustentáveis têm impacto social e econômico, pois geram trabalho e renda, têm impacto espacial pois

mantêm as pessoas em seu local de origem minimizando o êxodo, e impacto cultural, pois viabilizam a produção de bens locais, com materiais e tradições locais.

Respondendo às questões de Margolin e Margolin (2004), o papel do designer é ser proativo, se fazer mais evidente, trabalhar em equipes multidisciplinares evidenciando sua participação nos projetos. A forma de mostrar o que está sendo feito e o que pode ser feito, estabelecendo assim uma imagem pública de um designer socialmente responsável, é divulgando os projetos e/ou as intenções de projetos para as agências de fomento, esferas governamentais, empresariais, e a sociedade civil. A experiência aponta que é importante identificar e difundir alternativas de soluções endógenas para vários problemas, a fim de contribuir para o desenvolvimento sustentável do país. Para tanto, pode-se:

- 1) incentivar os designers em formação nas diversas universidades em todo território nacional a buscarem, de forma sistêmica, as potenciais oportunidades de projeto de cunho sustentável;
- 2) fazer um levantamento, no banco da CAPES entre outros, sobre a produção científica em design social e sustentável, organizar a informação e disponibilizar em uma plataforma na internet;
- 3) disponibilizar a plataforma, que inclui o *crowdsourcing*, para promover a interação entre os vários atores no desenvolvimento de projetos: a sociedade (que demanda), os designers e a academia (que projetam), os empresários (que produzem) e as instâncias políticas, municipais, estaduais e federais (que podem viabilizar as ações necessárias para implementação). Nesta plataforma, que está sendo desenvolvida no âmbito de um projeto com apoio do CNPq, podem figurar, como exemplos, as soluções já identificadas, e que podem ser de interesse em várias regiões do país ou, no mínimo, despertar o interesse de atores que podem contribuir para uma sociedade mais sustentável.

Agradecimentos

A Deca, que se interessou pelo projeto de sanitários secos e entende que pode ser uma alternativa viável, em curto prazo, para remediar os problemas que advêm da falta de saneamento no país.

Este artigo foi desenvolvido no âmbito da bolsa de produtividade em pesquisa 310536/2015-4 do CNPq.

Referências

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Política Nacional de Resíduos Sólidos**. 2010. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/pol%C3%ADtica-de-res%C3%ADduos-sólidos>>. Acesso em: 4 maio 2016.

- _____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Plano Brasil Maior: inovar para competir, competir para crescer, PIB 2011-14**. 2011. Disponível em: <http://www.brasilmaior.mdic.gov.br/wpcontent/uploads/cartilha_brasilmaior.pdf>. Acesso em: 4 maio 2016.
- _____. Ministério de Ciência e Tecnologia. **Apoio à Pesquisa, à Inovação e à Extensão Tecnológica para o Desenvolvimento Social**. 2015. Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/78535/Objetivos.html>>. Acesso em: 4 maio 2016.
- BREIER, G. P. **Abordagens ecoinovadoras para o desenvolvimento de novos produtos**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, 2015.
- DESIGN IMPACT. **Improve Society by Design**. 2014. Disponível em: <<http://www.d-impact.org>>. Acesso em: 4 maio 2016.
- DESIGN WITHOUT BORDERS. 2015. Disponível em: <<http://designwithoutborders.com/projects>>. Acesso em: 4 maio 2016.
- ESPOSITO, T.; MANTILLA, J. N. R.; CARRASCO, E. V. M.; MOREIRA, L. E. **Utilização de rejeito de minério para a fabricação de Tijolos de Rejeito-Cimento – TRC**. XVII Congresso Brasileiro de Mecânica dos Solos e Engenharia Geotécnica, 2014. Disponível em: <<http://www.cobramseg2014.com.br/anais/2014/arquivos/2014.47.pdf>>. Acesso em: 4 maio 2016.
- FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL – FBB. **Tecnologia Social**. 2015. Disponível em: <<http://www.fbb.org.br/tecnologiasocial/>>. Acesso em: 4 maio 2016.
- FOGLIATTO, F. S.; GUIMARÃES, L. B. M. Design Macroergonômico: uma proposta metodológica para projeto de produto. **Produto & Produção**, Porto Alegre, v. 3, n. 3, p. 1-15, 1999.
- GUIMARÃES, L. B. M. Design Sociotécnico para o Desenvolvimento Sustentável. In _____. (Org.). **Design/Desenvolvimento de Produto**. Porto Alegre: FEENG, 2010. p. 1-83.
- _____. Sociotechnical design for a sustainable world. **Theoretical Issues in Ergonomics Science**, v. 13, n. 2, p. 240-269, 2012.
- HOLANDA, S. B. **Raízes do Brasil**. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

INTERNATIONAL DEVELOPMENT INNOVATION NETWORK – IDIN. 2015. Disponível em: <<https://www.idin.org/idds>>. Acesso em: 4 maio 2016.

KLIASS, P. **Consumismo ou investimento: qual a melhor estratégia?** 2012. Disponível em: <<http://cartamaior.com.br/?/Coluna/Consumismo-ou-investimento-qual-a-melhor-estrategia-/26823>>. Acesso em: 4 maio 2016.

MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. Um “modelo social” de Design: questões de prática e pesquisa. **Revista Design em Foco**, v. 1, n. 1, p. 43-48, 2004.

MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY – MIT. **MIT AgeLab**. 2014. Disponível em: <<http://agelab.mit.edu>>. Acesso em: 4 maio 2016.

McDONOUGH, W.; BRAUNGART, M. The next industrial revolution. **The Atlantic Monthly**, 1998. Disponível em: <<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1998/10/the-next-industrial-revolution/304695/>>. Acesso em: 4 maio 2016.

_____. **Cradle to cradle**, Remaking the way we make things. Farrar, Straus, Giroux: North Point Press, 2002.

NAIME, T.; LAPORTA, T. **Brasil deve cair para 8ª posição em ranking de maiores PIBs, mostra FMI**. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/05/brasil-deve-cair-para-8-posicao-em-ranking-de-maiores-pibs-mostra-fmi.html>>. Acesso em: 4 maio 2016.

PAULI, G. **Emissão Zero**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996.

_____. **Upsizing: Como gerar mais renda e criar mais postos de trabalho e eliminar a poluição**. Porto Alegre: Fundação Zeri Brasil, L&PM, 1998.

PORTAL BRASIL. 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2016/02/rede-de-coleta-de-esgoto-cresceu-30-no-brasil-em-dez-anos>>. Acesso em: 4 maio 2016.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO – PNUD. **Relatórios de Desenvolvimento Humano Globais, 2014**. 2015. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/hdr/Relatorios-Desenvolvimento-Humano-Globais.aspx?indiceAccordion=2&li=li_RDHGlobais#2014>. Acesso em: 4 maio 2016.

REDE DE TECNOLOGIA SOCIAL – RTS. 2015. Disponível em: <<http://rts.ibict.br>>. Acesso em: 4 maio 2016.

REDIG, J. Design: responsabilidade social no horário do expediente. In BRAGA, M. C. (Org.). **O papel social do design gráfico: história, conceitos e atuação profissional**. São Paulo: Senac, 2011. p. 87-113.

ROMERO, C. **Governo do PT: opção pelo consumo foi um erro**. 2014. Disponível em: <<http://www.jogodopoder.com/blog/economia/governo-do-pt-opcao-pelo-consumo-foi-um-erro/#ixzz3qROQUeW>>. Acesso em: 4 maio 2016.

SACHS, I. **The Next 40 years: transition strategies to the virtuous green path**. 1991. Disponível em: <unesdoc.unesco.org/images/0009/000902/090217eb.pdf>. Acesso em: 4 maio 2016.

TU DELFT UNIVERSITY. 2015. Disponível em: <<http://www.io.tudelft.nl/en/research/research-programmes/technology-transformation/design-for-sustainability-emerging-markets/sub-theme-3-emerging-markets/>>. Acesso em: 4 maio 2016.

Os desafios para o design no âmbito social e as perspectivas futuras: o conceito de infraestruturação e a redefinição do papel do designer

Chiara Del Gaudio

Atuação do designer no âmbito social: entre potencialidades e limites

Desde os anos 1970, vem se discutindo a aplicação de competências de design no âmbito social (ver, por exemplo, Cross, 1972 e Bicknell e Mcquiston, 1977). O debate passou por fases de maior ou menor intensidade, tomou várias formas, e diferentes caminhos foram apontados. Nesse sentido, observa-se que, nos últimos 15 anos, o interesse neste assunto tem ganhado força. Entre as diferentes motivações lembra-se aqui: a ampliação do objeto de projeto para âmbitos diferentes dos mais tradicionais e a compreensão do designer como construtor de sentidos (KRIPPENDORFF, 1989) e ator crítico na sociedade. Estas estão na base da construção de um entendimento mais amplo das possibilidades de ação do designer no âmbito social. Manzini (2015) afirma que no âmbito social a ação do designer pode estar relacionada tanto à melhoria de problemáticas sociais relevantes não solucionadas pelo Estado nem pelo mercado, quanto a mudanças na organização social em uma perspectiva de sustentabilidade e resiliência (MANZINI; TILL, 2015). Estes dois vieses de atuação se baseiam em um diferente entendimento da palavra “social”, mas, de acordo com o autor, acabam se sobrepondo sempre mais. De fato, atualmente é difícil imaginar uma prática de design deste tipo cujas ações e resultados não considerem e afetem em ambas as direções.

Estas múltiplas possibilidades têm sido divulgadas e têm obtido amplo sucesso entre numerosos designers e pesquisadores em design (EMILSON; SERAVALLI; HILLGREEN; 2011). Diferentes fatos participaram deste processo, por exemplo:

o desenvolvimento e a divulgação de abordagens e ferramentas para suportar a ação social do designer; a iniciativa de numerosos centros de ensino em design de introduzir nos próprios currículos disciplinas formativas para uma prática de design social; e a organização de eventos e debates por parte de membros da comunidade do design. A este cenário otimista sobre uma prática de design social, porém, opõe-se outro, menos positivo, constituído por reflexões provocadas pelas problemáticas emergentes até então do desenvolvimento de projetos neste âmbito (HARRISON, 2010; EMILSON; SERAVALLI; HILLGREEN; 2011; HUSSAIN; SANDERS; STEINERT, 2012). Com efeito, no meio do descrito entusiasmo geral, algumas vezes têm levantado os desafios encontrados no desenvolvimento destes projetos que a disciplina do design precisa enfrentar e solucionar para atuar neste âmbito (ARMSTRONG et al., 2014); os principais limites dos projetos desenvolvidos (MULGAN, 2014); e, por consequência, a falta de um olhar crítico pela comunidade do design com relação às potencialidades dos profissionais e das ferramentas no âmbito social.

Ao aprofundar as múltiplas e diferentes razões na base das problemáticas emergentes nos projetos e da exiguidade dos resultados por eles alcançados, parece que tais razões estejam relacionadas ao fato do designer lidar com um território de ação diferente do mais tradicional à disciplina – ou seja, o do mercado. Isso se torna evidente ao observar as causas identificadas por vários pesquisadores nas próprias pesquisas: a falta de competências econômicas e organizacionais dos designers; as dificuldades em conduzir o processo de implementação; o custo dos projetos; a falta de engajamento no longo prazo dos designers; o insuficiente nível de inovação dos projetos baseados em um inadequado conhecimento do contexto por parte dos designers; os obstáculos institucionais e burocráticos; a falta de habilidade necessária quando desenvolvidos no âmbito acadêmico; a dificuldade dos projetos de se tornarem soluções concretas etc. (MULGAN, 2009; EMILSON; SERAVALLI; HILLGREEN; 2011; MANZINI; STASZOWSKI, 2013; AMATULLO, 2014).

É possível identificar, no meio de todas estas questões, uma que vem sendo apontada entre as mais determinantes para o sucesso dos projetos: a falta de redes sociais sólidas – baseadas em relações de forte engajamento dos atores – que permitam sua implementação e sustentação no longo prazo (BØDKER, 1996; GÄRTNER; WAGNER, 1996; SUCHMAN, 2002; CARROLL; ROSSON, 2007; MULGAN, 2009; BOSSEN; DINDLER; IVERSEN, 2010, 2012; SCHULMAN, 2010; WINSCHIERS-THEOPHILUS; BIDWELL; BLAKE, 2010; BJÖRGVISON; EHN; HILLGREN, 2012; LIGHT; AKAMA, 2012; MULGAN, 2012; DI-SALVO; CLEMENT; PIPEK, 2013). As abordagens, técnicas e ferramentas mais tradicionais e divulgadas para prática de design no âmbito social, porém, parecem não ser suficientes para solucionar esta questão.

A abordagem tradicional: a prática baseada no projeto, seus métodos e ferramentas

Desde os primeiros questionamentos sobre as possibilidades e a necessidade dos designers atuarem para responder também às exigências das faixas da população normalmente não atendidas, e para solucionar problemáticas sociais, numerosas abordagens, técnicas e ferramentas foram desenvolvidas com o fim de suportar a ação do designer no âmbito social, tanto pelo âmbito acadêmico quanto pelo do mercado (EMILSON; SERAVALLI; HILLGREEN, 2011). Lembra-se, por exemplo, do surgimento da abordagem do design participativo nos anos 1970, com as relativas técnicas e ferramentas, assim como a mais recente do codesign (RIZZO, 2009).

Embora cada proposta desenvolvida tenha peculiaridades que a diferenciam das outras, em geral todas apresentam uma visão similar sobre o papel do designer, o fim da sua ação e a dimensão temporal e espacial dos projetos. Por esta motivação são consideradas aqui no seu conjunto como a forma mais tradicional e difusa dos designers atuarem no âmbito social. Ao fim de descrever e discutir algumas características base do tipo de atuação por elas promovido, serão aprofundados aqui no específico os manuais elaborados para suportar o desenvolvimento de processos de design.

Entre as diferentes tipologias de propostas, a escolha de considerar os manuais está ligada tanto a eles proporem conjuntos de procedimentos, técnicas e ferramentas para gerar soluções para a melhoria social, quanto ao papel fundamental que tiveram em divulgar as ideias entre os designers interessados. Alguns dos mais conhecidos são: *Social Innovation Lab for Kent Method Deck* por Engine (2007); *Design for Social Impact* por IDEO (2008); *Human Centered Design toolkit* por IDEO (2009); *Prototyping Framework* por ThinkPublic e NESTA (2011); *Collective Action Toolkit* por Frog (2012); *Social Business Model Canvas* pela Young Foundation (2012); *Design with Intent* por Dan Lockton (2010); *Methods Cards* por MindLab (2010); *Convivial Toolbox* por Sanders e Stappers (2013); *Co-designing Thriving Solutions* por The Australian Centre for Social Innovation (2011); *Social Design Methods Menu* por Lucy Kimbell e Joe Julier (2012); *Designing Policy Toolkit* por Laura Forlano e Anijo Mathew (2013). Entre estes, focara-se agora a título exemplificativo no *Human Centered Design toolkit (HCD toolkit)* elaborado por IDEO¹ pela grande difusão que teve entre designers e aspirantes designers.²

1 IDEO é uma empresa internacional de Design que vem usando há anos a abordagem de *Human Centred Design* para promover a inovação e o crescimento de organizações públicas e privadas.

2 De acordo com IDEO (<https://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>, 2015), o *toolkit* foi adquirido, de forma digital e impressa, mais de 150 mil vezes nos últimos anos.

O *HCD toolkit* consiste em um conjunto de ferramentas destinado a ONG e empresas sociais que operam em países do hemisfério Sul para melhorar as condições de vida das pessoas na base da pirâmide (IDEO, 2009). Redigido em forma de um manual, foi pensado para guiar uma pessoa interessada em promover e orientar um processo compartilhado de inovação dentro de uma ONG. Este indivíduo pode ser um membro da organização ou uma pessoa de fora, como um designer. Para alcançar este objetivo, no manual são descritas as diferentes fases e as atividades que compõem o processo de inovação. Cada atividade é detalhada e recomendações são fornecidas para a sua implementação. Ao mesmo tempo, são apresentadas várias ferramentas de design que visam facilitar as operações, o diálogo, a compreensão e a explicitação dos conceitos por meio da representação gráfica. O *HCD toolkit*, como vários outros manuais, apresenta também informações como a quantidade de tempo necessário para cada ação, o contexto físico em que agir, a tipologia e a quantidade de participantes adequada.

A primeira característica da abordagem tradicional que emerge a partir de uma leitura do *HCD toolkit* é a visão da ação do designer direcionada ao desenvolvimento de *iniciativas de design*. Ao falar de “iniciativas de design”, refere-se a “projetos que são claramente definidos do ponto de vista do intervalo temporal e da modalidade de execução e que são concebidos e desenvolvidos por entidades igualmente bem definidas” (MANZINI, 2015, p. 51, tradução livre). Ou seja, na abordagem tradicional, a ação do designer é caracterizada por estar *baseada no projeto* e por visar à *resolução de um problema*. De fato, embora aconteça que na introdução dos manuais seja apresentada a possibilidade de amplos cenários de mudança, normalmente na descrição do processo e das atividades relacionadas, o foco é no desenvolvimento de um projeto que visa à elaboração de uma solução para um problema específico. Ou seja, os designers agem para desenvolver um projeto bem definido. Por exemplo, no *HCD toolkit*: “O Human-Centered Design (HCD) é, ao mesmo tempo, um processo e um kit de ferramentas que têm como objetivo gerar soluções novas para o mundo, incluindo produtos, serviços, ambientes, organizações e modos de interação” (IDEO, 2009, p. 5). Os manuais guiam no processo de desenvolvimento deste projeto específico apresentando e explicando métodos e ferramentas adequados. É importante, porém, salientar que, por apresentar linhas guias para o desenvolvimento, permitem que haja um determinado nível de flexibilidade e que sejam consideradas algumas variáveis contextuais.

Outra característica é a visão do *processo* de design como *linear e fechado* do ponto de vista temporal: ou seja, o processo de design acontece, como antecipado, em um intervalo de tempo definido e tem um início, um momento intermediário de desenvolvimento e um fim. No *HCD toolkit*, por exemplo:

O processo de Estratégia Centrado no Ser Humano (Human-Centered Design) começa com um Desafio Estratégico específico e continua por três fases principais: Ouvir (Hear), Criar (Create) e Implementar (Deliver). Durante o processo a sua equipe alternará do pensamento concreto ao abstrato, identificando temas e oportunidades e, mais tarde, de volta ao concreto com soluções e protótipos (IDEO, 2009, p. 7).

E ainda: “A maioria das pessoas trabalha melhor com prazos de entrega concretos. Da mesma forma, um projeto de inovação com início, meio e fim claramente estabelecidos tem maiores chances de manter uma equipe focalizada e motivada” (IDEO, 2009, p. 11).

A ideia do processo de design como de um processo caracterizado por início, desenvolvimento e fim traz consigo a ideia de evolução e progresso de uma questão inicial a ser enfrentada e da relativa solução. Neste sentido é explicativo o gráfico (Figura 1) apresentado no *HCD toolkit*, a fim de descrever a evolução do projeto.

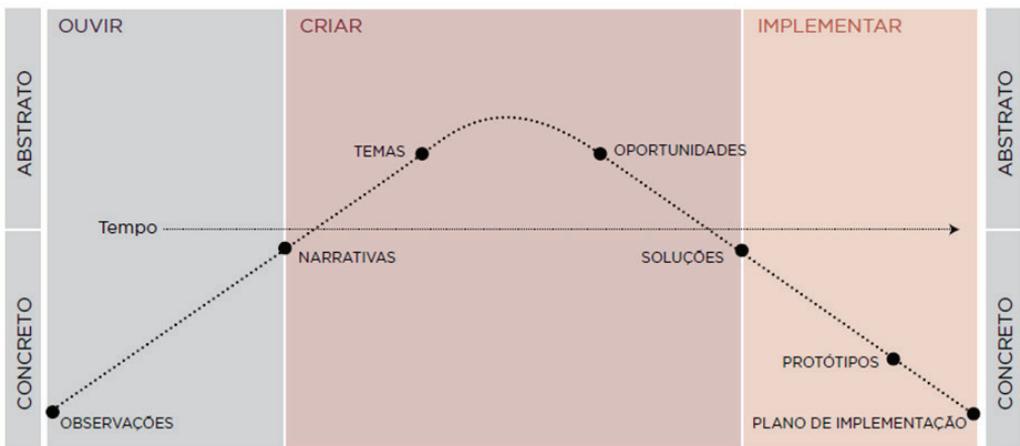


Figura 1 O processo HCD (Design Centrado no ser Humano).

Fonte: IDEO (2009).

A partir disso, outra característica emerge: o *resultado como fim* da ação do designer. Todo projeto termina com um resultado que é a explicitação máxima do projeto desenvolvido e que, ao mesmo tempo, é o fator que permite medir o desempenho do projeto.

Finalmente, a última característica que se quer aqui apresentar está relacionada aos não designers envolvidos – definidos, dependendo do caso, de usuários, comunidade etc. Normalmente, são envolvidos no processo pelo designer e sua

participação é mais ou menos ativa dependendo do caso: às vezes são uma fonte de informação, em outras detentores de conhecimento específico, já em outras o envolvimento é a forma pela qual os resultados serão mais adequados e em outras, ainda, são envolvidos por estimular uma ligação com a solução também depois do projeto. Em geral, sua *participação* está *ligada à previsão do futuro*.

A abordagem de infraestruturação

A partir do entendimento da relevância da existência de redes sociais sólidas – baseadas em relações de forte engajamento dos atores – que permitam a implementação e sustentação no longo prazo de projetos de design no âmbito social, recentemente alguns pesquisadores têm proposto um tipo de ação do designer diferente da mais difundida e tradicional. Esta é resumida no conceito, e relativa abordagem, de *infraestruturação* (*infrastructuring*) proposto por Hillgren, Seravalli e Emilson (2011).

A abordagem de infraestruturação surge no âmbito da discussão sobre o papel político do designer (MOUFFE, 1993, 2000; DISALVO, 2010, 2012). Nesta, recentemente, foi apontada a necessidade de uma ação do designer mais abrangente e focada em promover espaços democráticos e abertos (HILLGREN; SERAVALLI; EMILSON, 2011). Hillgren, Seravalli e Emilson (2011) e Björgvisson, Ehn e Hillgren (2012) afirmam que estes espaços precisam ser **espaços públicos agônicos**: ou seja, espaços públicos onde é permitida a expressão de vozes diferentes e perspectivas conflitantes; e onde é promovido o desenvolvimento de atividades que mediam, mitigam e solucionam controvérsias. Essas características fazem com que este tipo de situação contextual tenha o potencial de contribuir para uma sociedade mais resiliente, e de desfiar e mudar o sistema vigente. Para esses autores, de fato, processos sociais e soluções democráticas acontecem não pela homogeneização de posicionamentos diferentes, mas por meio do diálogo e de uma diferente articulação dos atores existentes.

Ao considerar que o fim da ação do design no âmbito social seja contribuir para o processo de constituição destes espaços (HILLGREN; SERAVALLI; EMILSON, 2011; DISALVO, 2010), torna-se, porém, importante observar que diferentes processos interligados permitem que estes sejam constituídos e constantemente alimentados. Entre eles, encontra-se o de constituição e renovação da sua *infraestrutura relacional*. Com infraestrutura relacional refere-se ao conjunto de relações entre os diferentes atores que está na base e permite a existência destes espaços. Considerando que um dos fatores-chave destes espaços é permitir, favorecer e hospedar a interação entre atores com visões afins e diferentes em uma perspectiva de promover a melhoria local, entende-se que a infraestrutura relacional é o elemento constitutivo mais relevante desses espaços, se não até o

espaço mesmo. Dindler e Iversen (2014), pela importância que a infraestrutura relacional tem, afirmam que é necessário desenvolvê-la e alimentá-la por meio do processo de design. Ou seja, definido que o fim último do designer é o de contribuir para promover espaços democráticos e abertos, ele tem que direcionar as próprias ações para constituir e evoluir uma infraestrutura relacional adequada. Para que neles sejam permitidos processos democráticos e abertos e fornecidas respostas para os desafios e necessidades da sociedade, esta infraestrutura não pode ser fixa, mas precisa ser flexível e em constante redefinição. É nesse sentido que Hillgren, Seravalli e Emilson (2011) afirmam que o designer tem que focar no processo de infraestruturação.

Eles definem de *infraestruturação* o processo contínuo e aberto de construção de relações entre diferentes atores e perspectivas (feito com tempo e recursos variáveis) que visa a favorecer o surgimento de possibilidades de design, sem prazos e objetivos específicos, e que tem como fim último o de constituir e alimentar estes espaços (HILLGREN; SERAVALLI; EMILSON, 2011). Em síntese, isso significa que o processo de infraestruturação gera e alimenta estes espaços por alimentar e renovar a infraestrutura relacional flexível que está na base destes.

Emerge, então, que a ação do designer não visa a um resultado específico: o designer age para promover uma mudança contextual, ou seja, os espaços acima descritos. Portanto, o designer não atua mais (ou não só) no nível do projeto, mas no do processo de constituição e evolução de um determinado contexto por meio de ações relativas à dimensão relacional. Ou seja, uma primeira e fundamental característica deste tipo de abordagem é a visão da ação do designer *focada no processo*.

Focando no processo para promover a mudança contextual e para alimentá-la, o designer desenvolve ações que favoreçam o emergir de oportunidades de projetos cujo desenvolvimento e resultado colaborem nesta direção: “Esta abordagem mais orgânica facilita o emergir de possibilidades ao longo do percurso e novas oportunidades de design podem evoluir por meio de um processo contínuo de combinação e alinhamento” (HILLGREN; SERAVALLI; EMILSON, 2011, p. 180, tradução livre). As palavras “facilita” e “oportunidades” apontam para outra questão fundamental desta abordagem: as ações dos designers são desenvolvidas para *tornar um resultado mais possível*, promovê-lo e estimulá-lo, não na perspectiva de planejá-lo e determiná-lo. O designer é provocador de relações e facilitador de uma mudança contextual.

Ao mesmo tempo, a expressão “processo contínuo de combinação e alinhamento” expressa o diálogo constante que está na base deste tipo de atuação em que não só a ação é constantemente atualizada, mas também a mesma direção da ação. Isso porque a ação do designer é aberta e influenciada por toda a realidade ao seu redor: ou seja, não só o designer não considera e trabalha com uma ques-

tão específica, mas lida constantemente com todos os elementos e as questões que compõem um contexto. Assim sendo, esse tipo de atuação não tem regras, *não pode ser planejada* e não pode ser ensinada na forma de um processo predefinido (HILLGREN; SERAVALLI; EMILSON, 2011).

Tudo quanto apresentado até então – a natureza processual, o replanejamento constante, a ausência de um resultado como fim da ação do designer, o contribuir à mudança de um contexto – está na base de outras duas características fundamentais: o processo de desenvolvimento do processo *não acontece da forma linear*, ou seja, não tem início, desenvolvimento, fim; e é um processo aberto do ponto de vista temporal, ou seja, não tem previsão de término da ação do designer.

Finalmente, com relação à **participação** do usuário na ação do designer, esta é **tanto um meio quanto objetivo** da mesma ação. De fato, a participação do usuário no processo é fundamental porque no processo e pelo processo encontram-se as bases da participação futura das pessoas, que é um dos pontos-chave deste tipo de ação. De fato o objetivo é que tenha participação em toda possível situação de projeto futura, e que esta seja possivelmente identificada e acionada pelas próprias pessoas (BJÖRGVISSON; EHN; HILLGREN, 2012). O designer age para gerar relações que levem os diferentes atores a participar. Esta participação acontece por engajamento – provocado pelo designer – e gera engajamento futuro e de outras pessoas. O designer pode fazer isso porque possui e usa – ao longo do processo – uma habilidade relacional para o desenvolvimento e a transformação de relações pessoais e profissionais entre os diferentes atores envolvidos (DINDLER; IVERSEN, 2014).

Infraestruturando o social

O apresentado na seção anterior mostra como a abordagem de infraestruturação tem a potencialidade de solucionar umas das problemáticas mais relevantes no âmbito de uma prática de design social: a existência de redes sociais sólidas que permitam que projetos de design se sustentem no longo prazo. A partir desta compreensão, surgem algumas perguntas: quais são as principais diferenças entre uma ação de design no âmbito social baseada na abordagem mais tradicional e uma na de infraestruturação? Quais as implicações? Como muda a atuação dos designers no âmbito social? Qual o papel do profissional de design? Como os designers podem ser formados para este tipo de atuação? Tentaremos aqui refletir sobre estas perguntas.

Em primeiro lugar observam-se quatro grandes diferenças entre as duas abordagens:

- 1) a passagem de uma ação baseada no projeto a uma baseada no processo que por consequência muda o entendimento do processo de design no seu todo e do foco da ação do designer;

- 2) a passagem de um processo linear caracterizado por fases distintas com funções diferentes a serem desenvolvidas em uma determinada ordem e em um intervalo de tempo mais ou menos definido, a um processo não linear em que a direção da ação pode ser redefinida em qualquer momento de acordo com um objetivo mais amplo;
- 3) a passagem de uma temporalidade predeterminada a uma aberta;
- 4) a passagem da participação dos não designers para antecipar o futuro e tornar as soluções mais adequadas e eficazes à participação deles como meio e fim da ação do designer.

A partir do entendimento destas diferenças, é possível identificar múltiplas implicações para práticas ligadas à adoção da abordagem de infraestruturação.

Em primeiro lugar, esta última traz uma visão mais ampla da prática de design no âmbito social. O designer não é chamado, aciona-se e atua para a resolução e/ou a melhoria de uma questão específica. Ele olha para o contexto e age para uma mudança deste no seu todo. Como visto, ao ampliar o foco, amplia-se – e indefine-se – também o intervalo temporal, que se torna dependente do replanejamento constante de ação e processo. A primeira consequência é que tudo isso pede para uma prolongada proximidade entre designer e contexto. Difícil imaginar que um designer externo ao contexto, chegue nele, atue por um período de tempo breve e limitado, e que desta forma consiga promover as mudanças contextuais desejadas. Diferentes são as possibilidades para favorecer esta proximidade, entre elas, por exemplo, pode-se imaginar que ou o designer já pertença ao contexto, ou comece a integrá-lo. De fato, isso não tem que ser radicalizado, porque enquanto a sua presença parece ser fundamental em um primeiro momento, para a criação de relações e a catalisação de dinâmicas de renovação, sucessivamente múltiplas poderiam ser as possibilidades para esta atuação prolongada do projetista: por exemplo, a presença constante; o desenvolvimento de dispositivos e plataformas para que o processo evolua sem a sua presença no longo prazo; a existência conjunta de dispositivos e da sua presença pontual, entre outros.

A proximidade prolongada tem implicações diretas nas dinâmicas processuais, mas não é o único fator de influencia e mudança no processo. Se, como antecipado, no âmbito da infraestruturação o designer trabalha para constituição de um cenário futuro geral de natureza relacional e caracterizado pelo protagonismo dos não designers, o nível de complexidade da sua tarefa e de imprevisibilidade dos acontecimentos aumenta. Por consequência o designer precisa atuar no desenvolvimento de cenários intermediários e focar nas características relacionais e de interação deles por meio de práticas criativas e projetuais, conforme sua formação e profissão. Ou seja, atuar por meio de várias e diferentes instâncias específicas, definidas como iniciativas ou projetos. De fato, uma atuação baseada no processo, não implica que o designer não desenvolva mais projetos, mas, neste

caso, eles são pensados pelo designer como meio para atuar a nível processual. Nesse sentido podem configurar-se tanto como iniciativas que focam na elaboração de uma solução específica a um problema social relevante, quanto como ações que visam promover novas formas sociais.

É importante salientar que cada uma dessas iniciativas tem seu próprio processo, no qual o designer age e planeja. Isso aponta para outra relevante implicação: no âmbito de uma abordagem de infraestruturação, a ação do designer sobre o processo de infraestruturação do espaço e sobre o processo das “iniciativas” se sobrepõe em seus intuitos e efeitos. De fato, ao agir no processo destes projetos, o designer age também no processo de infraestruturação do contexto. Ou seja, para alcançar um espaço democrático e resiliente, o projetista desenvolve ações para projetos pontuais sobre questões específicas que agem ao mesmo tempo no processo de infraestruturação relacional do contexto. A sobreposição destes dois processos adiciona complexidade à atuação do designer, que precisa considerá-los constantemente. Lembra-se, também, que por estar atuando em um contexto social que muda e que, no mudar, influencia constantemente as suas ações, o designer re-planeja constantemente a própria ação. Este fato, como explicitado anteriormente, influencia os dois processos.

A abordagem tradicional, como foi visto, baseia-se na ideia de que a um projeto de design corresponde um resultado de melhoria social. Uma ideia, esta, que não é em si muito diferente e distante da ideia de determinismo tecnológico difundido nos anos 1970, ou seja, o acreditar na possibilidade de resolução tecnológica dos problemas sociais. A tecnologia, no caso da abordagem considerada, são os manuais, com os seus procedimentos, técnicas e ferramentas. Traz, em síntese, a ideia que as ações do designer e o projeto desenvolvido tenham o poder de determinar a realidade social. Já que isso pode acontecer por meio de determinadas ferramentas e um processo fornecido ao designer, pode-se afirmar que este é considerado um especialista e técnico da mudança social. A abordagem de infraestruturação se opõe a essa visão: o designer não tem poder de determinar uma mudança, não pode planejar o processo, o projeto e a mudança, e precisa redefinir constantemente a sua atuação. Isso levanta algumas questões fundamentais.

Em primeiro lugar, como seria possível, portanto, formar futuros designers para atuar neste âmbito? De acordo com uma tradição da disciplina que por muito tempo tem tentado codificar e sistematizar o processo de design, os manuais, as técnicas e as ferramentas foram elaboradas com este intuito. Porém, como visto, a visão da disciplina e de uma prática por ferramentas aparece limitada e ineficaz. Tirando agora esta possibilidade, a formação de futuros designers que atuem no âmbito social, assim como um mais aprofundado entendimento do tipo de atuação a fim de melhorá-lo, torna-se um ponto chave para reflexão sobre a ação do designer no âmbito social.

A segunda questão fundamental é entender, então, qual é o possível papel, e então imagem, reconhecimento e potencialidades de ação, do designer neste âmbito, já que ele não pode projetar a mudança. A abordagem de infraestruturação traz claramente a visão do designer como um profissional que age a partir de uma bagagem de competências e experiências e que é capaz de definir seu processo, seu método e suas ferramentas em cada situação. Nessa atitude reflexiva, abrangente e de pesquisa com relação ao contexto com o qual ele encontra-se a lidar, está o grande potencial da infraestruturação. Porém, para que isso seja possível, precisa-se agora que a comunidade do design se envolva em uma análise crítica das próprias competências, em uma troca dialógica com o social para entender a forma pela qual ele se desenvolve e como estas competências podem influenciar o social. Promovendo-se, assim, um processo construtivo interno à disciplina, de desdobramento e evolução das competências mais do que de formulação de novas ferramentas.

Referências

- AMATULLO, M. The most wicked problem of all: implementation. **Design for All**, p. 30-31, 2014.
- ARMSTRONG, L.; BAILEY, J.; JULIER, G.; KIMBELL, L. **Social Design Futures. HEI Research and the AHRC**. University of Brighton, London. 2014. Disponível em: <<https://mappingsocialdesign.files.wordpress.com/2014/10/social-design-report.pdf>>. Acesso em: 27 dez. 2014.
- AUSTRALIAN CENTRE FOR SOCIAL INNOVATION. **Co-designing Thriving Solutions**. 2011. Disponível em: <<http://www.archive.tacsi.org.au/assets/Uploads/Co-designingThrivingSolutions.pdf>>. Acesso em: 27 dez. 2014.
- BICKNELL, J.; MCQUISTON, L. (Ed.). **Design for need: the social contribution of design**. An anthology of papers presented to the Symposium at the Royal College of art. Londres: Pergamon Press, 1976.
- BJÖRGVISSON, E.; EHN, P.; HILLGREN, P.A. Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges. **Design Issues**, v. 28, n. 3, 2012.
- BOSSEN, C.; DINDLER, C.; IVERSEN, O.S. User gains and PD aims: assessment from a participatory design project. In: PARTICIPATORY DESIGN CONFERENCE, 11, 2010, Sydney, Australia. **Proceedings...** Sydney: ACM Press, 2010. p. 141-150.

- BOSSEN, C.; DINDLER, C.; IVERSEN, O. S. Impediments to user gains: experiences from a critical participatory design project. In: PARTICIPATORY DESIGN CONFERENCE, 12, 2012, Roskilde, Denmark. **Proceedings...** Roskilde: ACM Press, 2012. p. 31-40.
- BØDKER, S. Creating conditions for participation: Conflicts and resources in systems development. **Human-Computer Interaction**, n. 11, p. 215-236, 1996.
- CARROLL, J. M.; ROSSON, M. B. Participatory Design in Community Informatics. **Design Studies**, v. 28, p. 243-26, 2007.
- CROSS, N. **Design participation**. London: Academy Editions, 1972.
- DINDLER, C.; IVERSEN, O. S., Relational expertise in participatory design. In: PARTICIPATORY DESIGN CONFERENCE, 14, 2014, Windhoek, Namibia. **Proceedings...** Windhoek: ACM Press, 2014. p. 41-50.
- DISALVO, C. Design, democracy and agonistic pluralism. In: DESIGN RESEARCH SOCIETY INTERNATIONAL CONFERENCE, 2010, Université de Montréal, Montreal, Canada. **DRS Proceedings... Design & Complexity**, Montreal: Université de Montréal, 2010.
- DISALVO, C. **Adversarial design**. Cambridge, MA: MIT Press, 2012.
- DISALVO, C.; CLEMENT, A.; PIPEK, V. Communities: Participatory Design for, with and by communities. In SIMONSEN, J.; ROBERTSON, T. (Ed.). **Routledge International Handbook of Participatory Design**. London: Routledge, 2013.
- EMILSON, A.; SERAVALLI, A.; HILLGREEN, P-A. Dealing with dilemmas: Participatory approaches in Design for Social Innovation. **Swedish Design Research Journal**, v. 1, p. 23-29, 2011.
- ENGINE. **Social Innovation Lab for Kent Method Deck**. 2007. Disponível em: <<http://socialinnovation.typepad.com/silk/tools/>>. Acesso em: 22 jan. 2015.
- FORLANO, L.; ANIJO, M. **Designing Policy Toolkit**. 2013. Disponível em: <<https://designingpolicytoolkit.files.wordpress.com/2013/07/designing-policy-toolkit-final.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

- FROG. **Frog collective action toolkit**. Groups make change. Frog, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.frogdesign.com/work/frog-collective-action-toolkit.html>>. Acesso em: 23 dez. 2013.
- GARTNER, J.; WAGNER, I. Mapping actors and agendas: Political frameworks of systems design and participation. **Human-Computer Interaction**, v. 11, n. 3, p. 187-214, 1996.
- HARRISON, Z. Design, A Viable Tool for Social Innovation? An interview with William Drenttel of Winterhouse. **Center for Cross-Cultural Design**, 16 set. 2010. Disponível em: <<http://www.centercrosscultural.org/2010/09/16/design-a-viable-tool-for-social-innovation>>. Acesso em: 26 dez. 2014.
- HILLGREN, P.-A.; SERAVALLI, A.; EMILSON, A. Prototyping and infrastructuring in design for social innovation. **CoDesign**, v. 7, n. 3-4, p. 169-183, 2011.
- HUSSAIN, S.; SANDERS, E. B.-N.; STEINERT, M. Participatory design with marginalized people in developing countries: Challenges and opportunities experienced in a field study in Cambodia. **International Journal of Design**, v. 6, n. 2, p. 91-109, 2012.
- IDEO. **Design for Social Impact**. 2008. Disponível em: <<http://www.ideo.com/work/design-for-social-impact-workbook-and-toolkit>>. Acesso em: 22 jan. 2015.
- _____. **Human-centered Design toolkit**. A free innovation guide for social enterprises and NGOs worldwide. 2009. Disponível em: <<http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit>>. Acesso em: 23 dez. 2013.
- KIMBELL, L.; JULIER, J. The Social Design Methods Menu. In **Perpetual Beta**. 2012. Disponível em: <http://www.lucykimbell.com/stuff/Fieldstudio_SocialDesignMethodsMenu.pdf>. Acesso em: 23 dez. 2013.
- KRIPPENDORFF, K. On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition That “Design Is Making Sens (of Things)”. **Design Issue**, v. 5, n. 2, p. 9-38, 1989.
- LIGHT, A.; AKAMA, Y. The Human Touch: participatory practice and the role of facilitation in designing with communities. In: PARTICIPATORY DESIGN CONFERENCE, 12, 2012, Roskilde, Denmark. **Proceedings...** Roskilde: ACM Press, 2012. p. 61-70.

LOCKTON, D. **Design with Intent**. 2010. Disponível em: <http://www.danlockton.com/dwi/Main_Page> Acesso em: 22 jan. 2015.

MANZINI, E. **Design, When Everybody Designs**. Cambridge, MA: MIT Press, 2015.

MANZINI, E.; STASZOWSKI, E. **Public and Collaborative. Exploring the intersection of design, social innovation and public policy**. DESIS Network (2013) [online]. Disponível em: <<http://nyc.pubcollab.org/portfolio/public-collaborative/>> Acesso em: 13 mar. 2015.

MANZINI, E.; TILL, J. (Ed.). The cultures of resilience base text. In **Cultures of Resilience**. Ideas. A Project from across the University of the Arts London. London: Hato Press, 2015. p. 11-13.

MINDLAB. **Methods Cards**. 2010. Disponível em: <<http://mind-lab.dk/en/category/methods/>> Acesso em: 19 nov. 2013.

MOUFFE, C. **The return of the political**. London: Verso, 1993.

_____. **The democratic paradox**. London: Verso, 2000.

MULGAN, G. Strengths, weaknesses and a way forward? [on-line]. *Social Innovation Exchange*. 2009. Disponível em: <<http://www.socialinnovationexchange.org/designforsi/blog?page¼1>>. Acesso em: 26 jan. 2011.

_____. **Social Innovation: What is it, why it matters and how it can be accelerated**, Said Business School, Oxford. 2012. No prelo.

_____. Design in public and social innovation. What works and what could work better. NESTA, London, 2014. Disponível em: <http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/design_in_public_and_social_innovation.pdf>. Acesso em: 26 dez. 2014.

RIZZO, F. **Strategie di co-design**. Teorie, metodi e strumenti per progettare con gli utenti. Milano: Francoangeli, 2009.

SANDERS, E. B.; STAPPERS, P. J. **Convivial Toolbox: Generative Research for the Front End of Design**. Amsterdam: BIS, 2013.

SCHULMAN, S. **Design thinking is not enough**. 2010. Disponível em: <<http://www.inwithfor.org/2010/01/design-thinking-is-not-enough/>> Acesso em: 27 jan. 2011.

SUCHMAN, L. Located accountabilities in technology production. **Scandinavian Journal of Information Systems**, Special Issue on Ethnography and Intervention, v. 14, n. 2, p. 91-105, 2002.

THINKPUBLIC; NESTA. **Prototyping Framework**. 2011. Disponível em: <<http://www.nesta.org.uk/publications/prototyping-framework>>. Acesso em: 22 jan. 2015.

WINSCHIERS-THEOPHILUS, H.; BIDWELL, N. J.; BLAKE, E. Design beyond participation. **Design Issues**, v. 28, n. 3, p. 89-100, 2012.

YOUNG FOUNDATION. **Social Business Model Canvas**. 2012. Disponível em: <<http://growingsocialventures.org/en/course-content/social-business-model-canvas>>. Acesso em: 23 dez. 2013.

Seção 2

Inovação Social

Ecovisões sobre Design para inovação social

Carla Cipolla

A trajetória histórica do design para a inovação social no contexto brasileiro tem um de seus pontos de destaque na vinda de um de seus principais teóricos, o prof. Ezio Manzini, ao Brasil entre 2007 e 2008 para o curso “Design, Inovação Social e Desenvolvimento Sustentável” (DESIGN.ISDS) financiado pelo programa Escola de Altos Estudos da Capes e promovido pelo Programa de Engenharia de Produção da COPPE-UFRJ com transmissão e interação on-line para universidades de todo o país. Tal visita constituiu uma oportunidade de encontro e interação sobre o tema para diversos pesquisadores e designers no Brasil.

Neste momento, a rede Design para a Inovação Social e Sustentabilidade – DESIS (<http://www.desis-network.org>) estava em seus primórdios. Nascia a partir das experiências acumuladas em projetos anteriores, como *Emerging Users Demands for Sustainable Solutions* – EMUDE (2004-2006), que visava entender o papel das inovações sociais na transição para a sustentabilidade no contexto europeu, e o *Creative Communities for Sustainable Lifestyles* – CCSL, que realizou a mesma pesquisa no contexto africano, brasileiro, chinês e indiano. Ambos os projetos reconheceram a importância de uma atuação em rede para o desenvolvimento e promoção da inovação social pelo design e a necessidade de refletir sobre o papel da prática profissional do designer, bem como seu quadro teórico, diante do reconhecimento do valor de soluções auto-organizadas pelos cidadãos que questionavam os modos hegemônicos de produção e consumo. Tais soluções, consideradas promissoras na transição para a sustentabilidade, traziam no seu bojo o reconhecimento de uma criatividade difusa e, conseqüentemente, o reconhecimento das habilidades de design por não designers. Longe de questionar a necessidade e o papel dos designers profissionais, propunha-se, e propõe-se ainda hoje na rede DESIS, a repensar o papel destes em um grande processo de apren-

dizagem social e distribuída, reconhecendo a organização em rede e o emergir de um novo conhecimento em design capaz de interpretar e fomentar tais processos.

Os autores reunidos na seção “Design para a Inovação Social e Sustentabilidade” neste livro manifestam, articulam e desdobram o tema no Brasil. Contribuíram e contribuem com o processo de constituição desta atividade e também da rede DESIS em seus vários momentos históricos, a começar pelo encontro de alguns no curso DESIGN.ISDS em 2007 e 2008, onde houve posteriormente uma primeira articulação em um grupo de pesquisa no tema fundado em 2008 (o qual constituiu uma primeira articulação brasileira da futura rede DESIS), até incluir a constituição de DESIS Labs em cinco universidades no nosso país (UFRJ, UFSC, UEMG, UFPR, Unisinos), onde alguns dos autores encontram-se atualmente sediados.

Cynthia Malaguti lembra que a ideia da função social do design e de seu papel na promoção de mudanças em direção a uma sociedade mais justa e em harmonia com a natureza não é nova. Autores como Victor Papanek, Tomas Maldonado e Gui Bonsiepe já indicavam tal perspectiva nos anos 1970. Indica também que a abordagem do design associada à inovação social, embora integre alguns aspectos considerados por estes e outros autores precursores, compreende peculiaridades e propõe diretrizes para a prática do design não contempladas por eles. Ressalta, porém, através de sua própria prática, que temos no Brasil experiências passadas que poderiam oferecer *insights* para a prática de design para inovação social e sustentabilidade atuais, inclusive em termos teóricos e metodológicos.

Observa-se nos autores desta seção o foco em uma definição de inovação social que se manifesta não apenas em serviços ou sistemas produto-serviço, mas também em processos de governo, de organização e de transformação que ocorrem no seio da sociedade, como ressalta Carlos Franzato, ou empreendimentos, organizações públicas ou sociais que tenham o desenvolvimento sustentável da sociedade como valor central, tal como apontado por Karine Freire.

Todas as contribuições ressaltam o papel do design e a apresentação e análise de abordagens teóricas e metodológicas orientadas a facilitar e permitir novas interações sociais, relações e colaborações sociais capazes de facilitar, desenvolver e promover a inovação social.

Beany Monteiro coloca seu foco na extensão universitária. A autora delinea, a partir de sua própria prática, os contornos do exercício do design para a inovação social no contexto universitário: uma atividade que se desdobra em uma interação ativa e mutuamente transformadora com a sociedade. O designer é apresentado pela autora como articulador de um novo conhecimento, autônomo, formado transversal e assimetricamente, em um processo de aprendizagem social que articula e conecta diversos atores. O design como elemento promotor da inovação social é apresentado como um processo que se desvenda em diálogos e

encontros, o que coloca importantes desafios em termos de métodos, relacionados à um procedimento dialogal.

Carlos Franzato coloca seu foco no papel das redes de projeto. Segundo o autor, o designer nos processos de inovação social para a sustentabilidade torna-se o protagonista e articulador de uma ampla rede de atores que contribuem direta ou indiretamente para o desenvolvimento de estratégias, para a difusão, transformação e reinterpretação contextual de ideias inovadoras na perspectiva da sustentabilidade, incluindo os membros e *stakeholders* de organizações, de comunidades, os usuários, os cidadãos e as pessoas em geral. Cita aqui também o termo diálogo e a importância da construção coletiva e colaboração como partes fundamentais deste processo, para que este não resulte amorfo e inerte. Esta prática projetual de relações é posta como centro da consideração estratégica do design que se apoia na sociedade da informação e do conhecimento para promover um amplo processo de aprendizagem social. É destacado neste processo o importante papel dos processos de design participativo, codesign e design aberto.

Karine Freire parte dos pilares colocados por Franzato, em que o design estratégico é entendido como um processo de diálogo e construção coletiva de estratégias organizacionais desenvolvido por uma ampla rede de atores. Baseando-se no termo “coalizões de design” cunhado por Ezio Manzini e de “intérpretes” cunhado por Roberto Verganti, a autora indica como os designers podem estimular o percurso projetual dos intérpretes integrando-os em “coalizões” e trazendo seu ponto de vista para promover uma mudança de paradigma para o futuro em termos de sustentabilidade. Além da articulação em rede, a inovação social dirigida pelo design necessita de espaços que ativem a rede de intérpretes da cultura contemporânea para responder aos desafios da contemporaneidade: os laboratórios de inovação social. Laboratórios são definidos como espaços de aprendizagem coletiva, adequados para criar, desenvolver e incubar novos empreendimentos que gerem mudanças sistêmicas na sociedade em direção ao bem-estar coletivo, nos quais a experimentação é central para a produção de conhecimento e soluções. A autora define não somente as características destes espaços, mas os processos e os possíveis papéis dos designers neste desenvolvimento.

Cynthia Malaguti desenvolve reflexões originadas em questionamentos decorrentes de três experiências pessoais vivenciadas na condução de projetos de design. O valor de sua contribuição é a de fazer uma retrospectiva, analisando projetos em que esteve envolvida e nos quais reconhece princípios que hoje são definidos como design para a inovação social. Analisa tais práticas a partir de alguns parâmetros norteadores: a estratégia de gestão, a definição do escopo do projeto e o protagonismo dos atores envolvidos em cada situação e o tempo. Realiza uma interessante revisão da literatura no seu intento de definir inovação social e articulá-la com o design, descrevendo as características das inovações

sociais quanto à sua natureza, estímulos geradores, recursos e dinâmicas, agentes, meio ou lugar e as condições para uma expressividade criativa. Quanto à dinâmica entre os agentes, de particular interesse é a relação entre hegemonia e resistência, isto é, a capacidade de inovar entre agentes “fracos”, ou vulneráveis à exclusão, e os hegemônicos. Nisso a autora tem o mérito de problematizar e trazer à tona o aspecto político e as tensões inerentes aos processos de inovação social, e o papel que o designer pode ter de mediador, construindo uma ponte para um diálogo mais igualitário entre os atores. A autora observa também o papel do designer como facilitador, e não de líder, na condução dos processos, além de constatar a importância da construção de laços de confiança, da escuta atenta e da disponibilidade e imersão na vida da comunidade em que atua. Neste sentido, a autora ressalta que as abordagens da psicologia humanista, da antropologia e das pedagogias emancipatórias podem dar uma importante contribuição ao processo de gestão das inovações sociais por meio do design.

Esta própria autora, Carla Cipolla, compartilha uma reflexão sobre as convergências e divergências entre os termos, e práticas associadas, do design social e do design para a inovação social. Conclui que, independentemente do termo utilizado ou de classificações rígidas para tais definições, ambas configuram os extremos de um espectro de possibilidades e podem ser utilizadas para a compreensão e posicionamento da orientação estratégica das práticas, considerando o quanto estas podem contribuir para a redução de um estado de restrição ou carência de recursos e possibilidades, ou o quanto podem contribuir para processos amplos de mudança social. Esta última inclui, em uma perspectiva de longo alcance, o modo mesmo como a sociedade é organizada, suas instituições e modos de vida, segundo uma determinada orientação qualitativa (como a sustentabilidade, por exemplo).

Há diversos outros designers e autores que seriam muito bem-vindos nesta seção do livro, e espera-se que muitos outros sejam realizados sobre o tema. Diante do convite de articular as palavras design, inovação social e sustentabilidade, os autores das próximas páginas desenvolveram capítulos que contribuem para um mapeamento, ainda que não exaustivo, da situação teórica e prática atual do design para a inovação social e sustentabilidade no contexto brasileiro.

Design, inovação social e extensão universitária

Beany Guimarães Monteiro

O design exposto, de nenhum modo é uma camisa de força, com a qual se aprisiona a realidade, pelo contrário, é um auxílio para sistematização e o ordenamento da multiplicidade de aspectos que apresenta e que devem ser apreendidos em seu conjunto.

João Bosco Guedes Pinto. *Metodologia, Teoria do Conhecimento e Pesquisa-Ação*. Textos Seleccionados e Apresentados, 2014. p. 129.

Design, Inovação Social e Extensão Universitária são aspectos que constituem o campo de atuação da autora na Universidade Federal do Rio de Janeiro. A atuação direcionada para a Inovação Social e a Extensão Universitária, como docente do curso de Desenho Industrial, iniciou-se com a implantação do Laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade (LABDIS/EBA/UFRJ), em 2006, com apoio do Edital Primeiros Projetos, da FAPERJ. Mais tarde, à frente da Coordenação de Extensão da Escola de Belas Artes (EBA), esse campo adquiriu novos contornos, considerando a meta de implementar a extensão nos currículos dos cursos de graduação da UFRJ.¹

O objetivo deste capítulo é apresentar os aspectos constituintes desse campo de atuação utilizando como referência projetos de extensão desenvolvidos pela autora entre 2006 e 2015. Um destes projetos trata da concepção de uma rede entre as Escolas participantes do projeto Pegada nas Escolas, denominada Rede Autônoma de Educação em Design. O Pegada nas Escolas foi desenvolvido com apoio do CNPq, Edital Jovens Pesquisadores, em 2009 (lidis.ufrj.br). Outro, intitulado Extensão Sem Fronteiras – ESF EBA 200, foi motivado pelos problemas

1 O convite para participar da Mesa Redonda sobre Inovação Social do 5º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, em 2015, foi uma oportunidade para discutir essas novas perspectivas de ação.

observados na etapa de mapeamento realizada preliminarmente à implementação da Extensão nos cursos de graduação da EBA. Concebido como ação interinstitucional,² o EsF EBA 200 objetiva a concepção de uma rede que integra as ações extensionistas de forma interinstitucional e permite expandir seus horizontes de atuação no sentido de sua internacionalização (RAZZERA; HOFMANN; RAMOS, 2015).

O capítulo está organizado em dois tópicos. No primeiro discute-se Design e Inovação Social, e o segundo trata da Extensão Universitária, considerando as políticas para a educação pública de nível superior, que orientaram o processo de implantação da Extensão nos cursos de graduação da UFRJ.

Conclui-se com indicações de demandas e perspectivas para a interseção entre os conhecimentos no campo do Design, adquiridos e refletidos no curso de sua ação profissional, com estruturas de conhecimento distintas das acadêmicas, inerentes às ações extensionistas.

Design e inovação social

Articulado ao tema Inovações em Educação do Projeto Pegada nas Escolas e, em termos de metodológicos, à fase de sedimentação e continuidade dos projetos realizados pelo Laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade (LABDIS/EBA/UFRJ), foi idealizada uma rede para que as Escolas participantes do Pegada pudessem trocar entre si as soluções desenvolvidas por cada uma, a partir das oficinas realizadas com a equipe do projeto. Essa rede desdobrou-se em um projeto denominado Rede Autônoma de Educação em Design.³

Com o projeto da Rede Autônoma pretendeu-se dar visibilidade às iniciativas produzidas no cotidiano dos atores sociais com os quais a Universidade interage, no âmbito da extensão universitária, traduzir, em linguagem visual, essas interações, favorecer a sua comunicação e transformação em inovações potenciais, além de tornar acessível o uso do design como ferramenta, de forma autônoma, por esses atores.

Entende-se a autonomia como um ponto central para a inovação social, tanto do ponto de vista da modelagem de soluções quanto para sua multiplicação e transformação em novos modelos de inovação. A metodologia utilizada para desenhar a Rede Autônoma teve como referência a pesquisa-ação, com uma abordagem participativa de transformação do problema (ARAÚJO FILHO; THIOLLENT, 2008; MONTEIRO, 2011).

2 As instituições envolvidas inicialmente são a UFRJ, a UNIGRANRIO, a ESDI e a UNISINOS.

3 O projeto da Rede Autônoma foi realizado com apoio dos editais do CNPq (Bolsa de longa duração DT-2; da FAPERJ- EXTPESQ, e do PROEXT, em 2015).

O princípio de autonomia da Rede é entendido à luz da metodologia da pesquisa-ação no campo das Ciências Sociais (LIU, 1997). Considerando a inserção do Design como área de conhecimento, de pesquisa e de ação transformadores, entende-se a autonomia como um ponto central para a concepção e implementação dessa plataforma.

A identificação de premissas afirmativas sobre a identidade das metodologias participativas no campo da educação com as práticas da educação popular e com o uso da pesquisa-ação demonstra que a dinâmica da realidade é interdependente, ou seja, a realidade é a síntese entre sujeito e objeto, e não algo externo. O que é verdadeiro é explicitado na prática e na reflexão sobre a ação, sendo os objetivos norteadores das metodologias participativas em educação o comprometimento com as especificidades culturais e as identidades dos grupos sociais; a formação de uma consciência crítica; o apoio e o estímulo à transmissão e recriação do patrimônio cultural; e, a vinculação dos processos educativos às atividades econômicas e políticas (DUQUE-ARRAZOLA; THIOLENT, 2014; LOUREIRO, 2004).

Se a realidade é entendida como um processo ou conjunto de processos, cuja essência está dada pelas relações e cuja dinâmica é produzida pelas contradições que fazem parte essencial desses processos, então a verdade, como algo necessariamente ligado a esta realidade em movimento, não será jamais algo terminado e absoluto. Senão algo relativo, porque processual, histórica e dependente do grau segundo o qual a consciência reflita adequadamente às leis do movimento da realidade objetiva (contraditória), ou até mesmo do momento no qual se encontra o processo de desenvolvimento material (GUEDES PINTO apud DUQUE-ARRAZOLA; THIOLENT, 2014, p. 51-53).

O design apresenta-se como um processo que se desvenda em diálogos e encontros, o que coloca importantes desafios em termos de métodos igualmente, mas que apresenta novos desafios, antes desconhecidos desta área, relacionados a um procedimento dialogal. É sobre a base desta abertura dialógica e deste enraizamento situacional que a ação do designer pode ser entendida como um processo de inovação social, no sentido de Geoff Mulgan (2006). Para Mulgan (2006) este processo não se restringe às atividades e serviços inovadores, dirigidos ao atendimento de uma necessidade social. Mais do que isso, refere-se à identificação de princípios de solução vivenciados por grupos sociais.

Para Manzini (2007) o designer assume um papel de mediador e de tradutor entre o resultado como articulador de um novo conhecimento, autônomo, formado transversal e assimetricamente, em um processo de aprendizagem social. Esse processo ultrapassa o escopo de resposta a um problema e o designer passa a

atuar como um mediador entre as condições internas e externas da transformação social, resultado de uma inovação social. Ele é ora coautor dessas transformações e ora projetista, que habilita e facilita as experiências locais e a emergência de conhecimentos e possibilidades inovadoras, provenientes dessas experiências em outros contextos.

É identificado por Manzini (2007) que novos papéis integram a dimensão projetual e permitem a antecipação de novas situações com o uso de novos artefatos, produtos e objetos, gerados de forma participativa e transformadora. Para o autor atuação nestes novos contextos apresenta-se na forma de duas modalidades de ação, que na prática estão misturadas, mas que podem ser conceitualmente distinguidas sob dois aspectos. O primeiro quando o papel do designer é promover e facilitar um processo de codesign específico, contribuindo para facilitar a convergência em torno de ideias compartilhadas e soluções potenciais. E o segundo quando o papel do designer é criar condições para estimular, desenvolver e regenerar a habilidade e a competência dos que vão utilizar um sistema habilitador (MANZINI, 2008).

Na definição de sistema habilitador, o sentido da palavra designer é revisto: todos os participantes do processo de concepção, desenvolvimento e uso desses sistemas são designers. Portanto a definição de designer passa a abranger todos os atores sociais como coautores da solução e não mais os especialistas em particular. Um papel inovador é exercido pelas iniciativas locais que, pelas suas próprias características, são sinais de novos comportamentos e novos modos de pensar. Ou seja, são “descontinuidades sistêmicas”, segundo Manzini (2008).

A investigação da prática da inovação social e suas implicações na promoção de uma vida cotidiana mais sustentável em contextos urbanos e de novos estilos de vida sustentáveis foi o principal foco do projeto Creative Communities for Sustainable Lifestyles (CCSL), (PENIN, JÉGOU, GIRARDI, 2008). Comunidades Criativas são desenvolvidas dentro de empresas sociais implementadas e assumem formas organizacionais diferentes destas. O CCSL coletou estudos de caso em países emergentes – em particular Brasil, Índia e China - e traçou um quadro comparativo entre esses países e casos previamente identificados no contexto europeu. O estudo focalizou três aspectos em particular nessa comparação. O primeiro refere-se à natureza dos grupos de pessoas que geram essas inovações (as comunidades criativas); o segundo ao seu papel na promoção de novos estilos de vida sustentáveis (os casos promissores); e o terceiro à possibilidade de fazer com que esses casos promissores sejam mais acessíveis, efetivos e passíveis de serem reproduzidos, através de iniciativas e medidas apropriadas (os sistemas habilitantes).

Segundo Penin, Jégou e Girardi (2008) e Manzini (2007), os casos promissores de inovação social mostram que eles representam estágios diferentes da emergência e expansão de novas ideias (protótipos de solução) para soluções relativa-

mente consolidadas (soluções trabalhadas), até a implementação dessas soluções. As soluções protótipo correspondem à concepção e à colocação e prática de uma ideia. As soluções trabalhadas são aquelas que, colocadas em prática, funcionam como uma inspiração para outros grupos desenvolverem algo similar. As soluções implementadas correspondem a plataformas habilitadoras (MONTEIRO, 2008).

No estágio atual do seu desenvolvimento, a plataforma habilitadora desenvolvida a partir do projeto da Rede Autônoma apresenta-se na forma de um aplicativo chamado REDEsign, que está disponível para uso pelos atores sociais participantes dos projetos de extensão realizados pelo LABDIS/UFRJ. Esse aplicativo foi lançado em um evento de comemoração dos 10 anos de atuação do Laboratório, em setembro de 2016. O projeto da Rede Autônoma foi realizado com apoios dos seguintes Editais: Bolsa de Longa Duração do CNPq (DT-2) entre 2009 e 2012; FAPERJ EXTPESQ (2012) e PROEXT 2015.

Extensão universitária

O mapeamento, realizado pela Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ nas etapas iniciais do processo de implantação da extensão dos cursos de graduação da Universidade foi o fator que motivou a concepção do projeto Extensão Sem Fronteiras – EsF EBA 200. Em seguida, tendo em vista o ano em que a Escola de Belas Artes completa seu segundo século de existência, a proposta inseriu-se nas ações da Escola em resposta às demandas da sociedade, relativas às Artes Visuais e ao Design, com inserção na Linha de Extensão de Educação e na área temática de Cultura.

Seu objetivo é promover uma maior integração entre as ações de extensão da EBA, de forma interinstitucional, preservando a autonomia das ações e propiciando sua organicidade, identidades, princípios e referenciais culturais. O projeto tem como meta criar e implementar um laboratório internacional que permita estabelecer uma cooperação entre as instituições parceiras nos níveis do ensino, da pesquisa e da extensão universitária. As bases para elaboração desse laboratório são o Programa Ciência Sem Fronteiras, relativos ao ensino e à pesquisa.

A partir desse referencial, e considerando os princípios e políticas públicas da Extensão apresentados adiante, as etapas seguidas para a elaboração desse projeto foram a concepção e a implementação do Laboratório Internacional de Extensão Universitária; a organização de encontros, oficinas e palestras para deflagração das ações do Laboratório; e a avaliação e proposição para o funcionamento do Laboratório, a partir das demandas identificadas nas ações de extensão das instituições, grupos e comunidades parceiros da ação.

O projeto pretende proporcionar um espaço que potencialize as atividades de extensão a partir de vivências sociais e educativas que fortaleçam e gerem

políticas Públicas para Extensão Universitária. Essa proposta foi inicialmente pensada como uma incubadora para as ações de extensão da Escola de Belas Artes, mas a ideia de incubação mostrou-se incompatível com a proposta de implementação do laboratório internacional, que mais tarde avançou para a ideia de um laboratório itinerante (RAZZERA; HOFMANN; RAMOS, 2015).

Além das questões características da EBA como Unidade acadêmica, a definição da Extensão Universitária “como uma atividade acadêmica que integra o ensino e a pesquisa aos diferentes atores sociais/culturais em uma ação transformadora, recíproca e muitas vezes assimétrica”, que os relaciona está referenciada pelo princípio constitucional, no artigo 207, caput, e regulada pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação e no Plano Nacional de Educação (PNE) (RODRIGUES; MONTEIRO, 2014, p. 148). A UFRJ adota o conceito de extensão universitária, definido pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras:

A Extensão Universitária, sob o princípio constitucional da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, é um processo interdisciplinar educativo, cultural, científico e político que promove a interação transformadora entre universidade e outros setores da sociedade”. Manter uma visão crítica diante das metodologias participativas na extensão universitária é central para não cair numa retórica que facilite a aprovação de projetos nesse campo, mas que não garanta nem uma efetiva participação dos interessados, tampouco “a produção de um conhecimento emancipatório, adequado para esse tipo de objetivo (FORPROEX, 2012).

Segundo o Fórum de Pró-Reitores de Extensão, a diretriz⁴ que deve orientar a formulação e a implementação das ações de Extensão Universitária é a interação dialógica, que pressupõe uma ação recíproca caracterizada como de “mão dupla”, o que exige a aplicação de metodologias participativas que integrem a contribuição dos atores sociais para os quais as ações extensionistas são direcionadas. Essa diretriz, por situar-se no campo das relações, “atinge o cerne da dimensão ética dos processos Extensão Universitária”.

A interdisciplinaridade e a interprofissionalidade são as diretrizes que buscam superar a dicotomia entre as visões holistas, que procuram dar conta do fato social como um todo complexo, mas tendem a ser generalistas, e a visão especializada, que parcela esse todo para tratar o problema de forma unidirecional. Elas

4 Essas diretrizes e suas definições estão disponíveis em: <http://www.pr5.ufrj.br/index.php/o-que-e-extensao/conceito>.

procuram combinar essas visões para imprimir às ações de extensão universitária a “consistência teórica e operacional de que sua efetividade depende”.

A diretriz que trata da indissociabilidade entre Ensino – Pesquisa – Extensão, reafirma a extensão como um processo acadêmico pressupondo que a formação (ensino) e a geração de conhecimento (pesquisa) vinculam-se de forma indissociável. O impacto na formação do estudante, que orienta a participação dos estudantes nas ações extensionistas e viabiliza sua integração na forma de créditos curriculares, flexibilizando a estrutura curricular no nível do ensino. E o impacto e a transformação social, tendo em vista a transformação da própria universidade e não somente para fora dela.

As diretrizes de interação dialógica, interdisciplinaridade, interprofissionalidade e indissociabilidade entre ensino-pesquisa-extensão potencializam o processo transformador do contexto sobre o qual se atua, relacionado aos três aspectos dessa atuação (ensino-pesquisa-extensão).

De acordo com o Fórum de Pró-Reitores de Extensão, na Carta de Gramado,⁵ o cumprimento da estratégia 7, meta 12, do Plano Nacional de Educação (PNE), que trata da implementação nos Projetos Pedagógicos dos cursos de graduação das Instituições Públicas de Ensino Superior, este deve ser norteado por seis eixos que têm, cada um, diferentes orientações. São seis eixos que orientam a busca pela legitimidade e reconhecimento da extensão na gestão da universidade; norteiam a inserção da extensão nos currículos dos cursos de graduação a partir do mapeamento das ações já existentes nas diferentes Unidades Acadêmicas; buscam a validação da extensão, com a criação de grupos de extensão e pesquisa junto ao Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq); orientam a necessidade da internacionalização da extensão universitária, e a produção de avaliação de indicadores, tanto quantitativos quanto qualitativos, adequados à natureza da extensão. E, finalmente, balizam a busca do fortalecimento das publicações sobre reflexões teórico-metodológicas acerca das práticas e saberes advindos da Extensão (Carta de Gramado – FORPROEX, 2015).

Para organizar as ações extensionistas e possibilitar uma melhor articulação entre seus atores, a Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ criou programas, aos quais as ações de extensão da UFRJ podem integrar-se, propiciando seu fortalecimento. O Extensão sem Fronteiras, que inicialmente seria um programa que iria articular as ações de extensão da Escola de Belas Artes, foi reorganizado para articular-se a um desses programas propostos pela UFRJ. Considerando o público-alvo do projeto: Museus, Escolas, Espaços de Ciência, Espaços de Arte, Movimentos So-

5 XXXVII Encontro Nacional do FORPROEX – Carta de Gramado – RS, 20 e 22 de maio de 2015.

ciais, Instituições Governamentais e imigrantes, o projeto articulou-se ao Programa MEMÓRIA CULTURAL, SOCIAL E DA TERRA, que define seu foco como

(o) resgate, a construção, a referência e a visibilidade dos diferentes passados que habitam a sociedade presente constituem-se em uma tarefa necessária para reparar e impedir a propagação de injustiças sociais e promover uma sociedade socialmente justa e que recusa a suposta desigualdade da humanidade [...] (RUA, 2016, p. 6-7).

Uma direção norteadora dessa ação é a sistematização e o ordenamento dos aspectos da realidade, geradores de conhecimentos constituídos pela ação, e a geração de soluções a partir da antecipação de problemas e, portanto, da apresentação de um repertório de conhecimentos existentes para tratá-los. No Extensão sem Fronteiras, observa-se a força dessas estratégias políticas à luz da Teoria do Conhecimento apresentada por Guedes Pinto, segundo a qual, se a realidade é definida como algo imutável, a consciência dessa realidade também será considerada como tal e, portanto, igualmente serão os critérios de validação do conhecimento (DUQUE-ARRAZOLA; THIOLENT, 2014).

O aporte do Design ao EsF dá-se no sentido da concepção de ferramentas pedagógicas que possibilitem contextualizar esses conhecimentos, relacionando-os às práticas projetuais, às ações extensionistas e ao papel dos atores sociais geradores destas ações. Essa contribuição tem como referenciais os projetos Pegada nas Escolas e Rede Autônoma de Educação em Design (MONTEIRO, 2008; MONTEIRO, 2011).

Demandas e perspectivas

Com a pesquisa-ação emerge um novo paradigma que avança no sentido de modificar o tipo de problema estudado e de transformar as instituições de pesquisa e a natureza das disciplinas, de forma transversal, enquanto que a pesquisa aplicada se realiza a partir do objetivo de atender a um problema prático vivido por um “cliente”⁶ (LIU, 1997).

Os casos de inovação social, apresentados por Penin, Jégou, Girardi (2008), incluem atividades produtivas baseadas em recursos e competências locais. Estas atividades, através das comunidades criativas, dos casos promissores e das plataformas habilitadoras, são promotoras das potencialidades socioeconômicas e

6 O termo cliente está entre aspas por ser uma tradução livre do francês *commanditaire*, cujo significado está associado aos sócios responsáveis pelos fundos da sociedade, enquanto outros sócios são responsáveis pelas gestão/administração desses fundos.

culturais e permitem que estas sejam visualizadas, valorizadas e multiplicadas. Esses casos são resultados dos empreendimentos e das habilidades de comunidades criativas, que têm um saber-fazer e pensar diferentes e de formas, também diferentes, de organização das soluções para resolver problemas cotidianos.

Os casos promissores de inovação social mostram que eles representam estágios diferentes da emergência e expansão de novas ideias (protótipos de solução) para soluções relativamente consolidadas (soluções trabalhadas), até a implementação dessas soluções. As soluções protótipo correspondem a concepção e a colocação em prática de uma ideia. As soluções trabalhadas são aquelas que, colocadas em prática, funcionam como uma inspiração para outros grupos desenvolverem algo similar. As soluções implementadas correspondem às plataformas habilitadoras (MONTEIRO, 2008).

As plataformas habilitadoras funcionam como uma rede para que as soluções desenvolvidas em um contexto possam ser identificadas como promissoras para outras situações.

Nesse capítulo procurou-se relacionar design, inovação social e extensão universitária aos seus contextos de ação, tomando como referência três projetos de extensão: Pegada nas Escolas, Rede Autônoma de Educação em Design e Extensão sem Fronteiras EsF EBA 200. A concepção dessas ações foi motivada pela compreensão de que existe uma demanda por soluções referentes aos problemas da realidade cotidiana, mas que passa pelo desenvolvimento de reflexões, de propostas e de cenários promotores da qualidade das relações interpessoais. Diante dessa demanda, design, inovação social e extensão universitária desempenham novos papéis, e desenharam novos contornos ao campo de atuação docente, relativos à concepção de instrumentos pedagógicos, que favoreça o ensino da extensão, na forma de Requisito Curricular Suplementar (RCS); à concepção de laboratórios itinerantes, que permitam articular as ações extensionistas de forma interinstitucional, nos níveis nacional e internacional; e à prática extensionista com base na inovação social, instruída pelas demandas dos povos, das comunidades locais e dos seus atores sociais.

Referências

ARAÚJO FILHO, T.; THIOLENT, M. J-M (Org.). **Metodologia para Projetos de Extensão: Apresentação e Discussão**. Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). São Carlos: Cubo Multimídia, 2008.

DUQUE-ARRAZOLA, L. S.; THIOLENT, M. J.-M. (Org.). **João Bosco Guedes Pinto: Metodologia, teoria do conhecimento e pesquisa-ação**. Textos selecionados e apresentados. Belém, UFPA, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR BRASILEIRAS – FORPROEX. **Política Nacional de Extensão Universitária**. Porto Alegre: Gráfica da UFRGS, 2012. (Coleção Extensão Universitária, v. 7).

_____. **Carta de Gramado**. 2015. Disponível em: <https://www.ufmg.br/proex/renex/index.php?option=com_content&view=article&id=160:carta-gramado&catid=1:noticias>. Acesso em: 20 ago. 2016.

LIU, M. **Fondements et pratiques de la recherche-action**. Paris: L'Harmattan, 1997.

LOUREIRO, C. F. B. Educação Ambiental Transformadora. In: BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Diretoria de Educação Ambiental. **Identidades da educação ambiental brasileira**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2004.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**. Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

_____. **Design, social innovation and sustainable ways of living. Creative communities and diffused social enterprise in the transition towards a sustainable network society**. ago.-set. 2007, p. 48-60. Disponível em <<http://www.producao.ufrj.br/design.isds/docs/Ezio-Manzini-DESIGN.ISDS-v.2.pdf>>. Acesso em: 19 ago. 2016.

MONTEIRO, B. G. Design & Inovação Social. Práticas de atuação e uso do Design em contextos locais. In: ARAÚJO FILHO, T.; THIOLENT, M. J.-M. **Metodologia para Projetos de Extensão: Apresentação e Discussão**. Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). São Carlos: Cubo Multimídia, 2008.

_____. Conhecimentos autônomos em Design: assimetrias de um campo de ação. **Revista Interfaces**, ano 17, n. 14, p. 138-144, jan.-jun. 2011.

MULGAN, G. The process of Social Innovation. **Innovations**, v. 1, n. 2, p. 145-162, Primavera, 2006

PENIN, L.; JÉGOU, F.; GIRARDI, S. Creative Communities for Sustainable Lifestyles, Visions of sustainable ways of living in Brazil, India, China and Europe. **Changing the Change design research conference**, Torino, 2008.

RAZZERA, G.; HOFMANN, P.; RAMOS, A. O projeto Imagine e os desafios da Extensão Sem Fronteiras. **Revista Eletrônica de Extensão**, Universidade Federal de Santa Catarina, Pró-Reitoria de Extensão, v. 12, n. 19, jan.-jul. 2015.

RODRIGUES, C. A.; MONTEIRO, B. G. Extensão Universitária – Canal aberto para relacionamento entre Universidade e Sociedade – primeiras linhas. In TERRA, C. (Org.). **Arquivos da Escola de Belas Artes**, n. 24, p. 147-156, 2014.

Registro Único das Ações de Extensão – RUA. **Edital**. Disponível em: <http://extensao.ufrj.br/images/stories/Edital_RUA/RUA-UFRJ%202016.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2016.

Redes de projeto: formas de organização do design contemporâneo em direção à sustentabilidade

Carlo Franzato

Design para a sustentabilidade no horizonte do futuro

Os conceitos de design e sustentabilidade entrelaçam-se no horizonte do futuro.

Nos trabalhos do grupo de pesquisa em design estratégico para a inovação cultural e social da UNISINOS, definimos o design “como processo criativo que visa ao desenvolvimento de dispositivos sociotécnicos para a transformação do mundo” (FRANZATO et al., 2015, p. 179). Procedemos com a identificação de quatro princípios constituintes do processo de design: criatividade, imanência, transitividade e prospectividade. O processo de design é expressão da capacidade humana de criar, ou seja, de imaginar alternativas ao *status quo*, ousadas ou até subversivas, e de trabalhar para torná-las possíveis. Esta criatividade, porém, não se realiza diretamente em ações transformadoras, mas fica imanente na dimensão metaprojetual. Assim, a transformação do mundo é potencial e, ademais, para que ocorra é necessário o desenvolvimento de dispositivos sociotécnicos interpostos, através dos quais o projeto transita, estendendo suas potencialidades transformadoras à realidade. Portanto, o processo de design é projetado para o futuro, prospectando dispositivos sociotécnicos e, conseqüentemente, a transformação do mundo.

Também o conceito de sustentabilidade é ligado à transformação do mundo e orientado para o futuro. Segundo a declaração do Rio, essa é a característica desses processos de desenvolvimento que, ao mesmo tempo em que possibilitam às gerações presentes o alcance de seus objetivos, garantem às gerações futuras

as mesmas oportunidades. Nesse sentido, “o direito ao desenvolvimento deve ser exercido de modo a permitir que sejam atendidas equitativamente as necessidades de desenvolvimento e de meio ambiente das gerações presentes e futuras” (UNCED, 1992, p. 2).

Assim, a expressão *design para a sustentabilidade* demanda aos designers um ulterior exercício prospectivo em direção ao futuro: ao desenvolvimento de dispositivos sociotécnicos consegue a transformação do mundo e a esta deve conseguir a conservação e a criação de condições favoráveis para que haja a possibilidade de novas transformações. Esquemáticamente, é possível distribuir no eixo temporal podemos distribuir o processo de design, a produção de dispositivos sociotécnicos, a transformação do mundo, a conservação e a criação de condições favoráveis para novos processos de transformação (FRANZATO, 2009, p. 2-3).

Conseqüentemente, os processos de design que apenas seguem os princípios dos assim ditos 3 R da sustentabilidade (Reduzir, Reutilizar e Reciclar), sem buscar profundas transformações nos nossos processos de produção e consumo, resultam em dispositivos sociotécnicos apenas *mais* sustentáveis do que as alternativas disponíveis, não propriamente sustentáveis. Portanto, esta contribuição procura repensar o processo de design nessa expansão de seus horizontes temporais, permitindo seu entrelaçamento com uma sustentabilidade verdadeira. Recuperando a definição inicial, o enfoque não cai nas possibilidades do design de desenvolver dispositivos sociotécnicos, mas de transformar o mundo em um ambiente fértil para futuras transformações.

Design para a sustentabilidade e inovação social

O design para a sustentabilidade está historicamente ligado ao desenvolvimento de produtos (UNEP, 1992), serviços e sistemas produto-serviço (MANZINI; VEZZOLI, 2003), cujos processos de produção e consumo tenham um impacto ambiental minimizado. É um âmbito de estudo interdisciplinar para o qual convergem especialistas do design, da engenharia, da administração e de outras áreas.

O conceito de dispositivo sociotécnico introduzido na seção anterior, porém, permite acolher também métodos, processos e técnicas não necessariamente ligados ao desenvolvimento de produtos, serviços e sistemas produto-serviço. Também as tecnologias sociais podem ser consideradas dispositivos sociotécnicos e devem ser incluídas no discurso sobre o design para sustentabilidade. Revisando o conceito de tecnologias sociais, Leibetseder (2011) evidencia que, na perspectiva das ciências sociais, ele corresponde à aplicação de conhecimentos científicos para propósitos específicos. Na perspectiva tecnológica e orga-

nizacional, corresponde à aplicação de tecnologias para propósitos sociais. De qualquer maneira, o conceito de tecnologias sociais remete aos processos de governo, organização e transformação que ocorrem na, para e/ou pela sociedade. Nesta direção e de acordo com a definição da Young Foundation, chamamos de inovação social a ideação, o desenvolvimento e a aplicação de dispositivos sociotécnicos (produtos, serviços, sistema produto-serviço ou tecnologias sociais) que “satisfazem as necessidades sociais e simultaneamente criam novas relações ou colaborações sociais. Em outras palavras, são inovações boas para a sociedade e que aumentam a capacidade de agir da sociedade” (MURRAY et al., 2010, p. 3).

Na visão da rede de laboratórios DESIS (*Design for Social Innovation towards Sustainability*, <http://www.desis-network.org/>), a inovação social é condição estrutural para alcançar a sustentabilidade. Na abordagem projetual praticada pelos membros dessa rede, inovação social e sustentabilidade convergem para os objetivos do design. Segundo o fundador e atual presidente da rede, Ezio Manzini (2008), o caminho rumo à sustentabilidade requer uma “descontinuidade sistêmica” que mude nossa ideia de desenvolvimento e de bem-estar. Requer a passagem desta sociedade que associa seu bem-estar ao crescimento contínuo de sua capacidade de produção e consumo, para uma sociedade que se desenvolva “simultaneamente melhorando a qualidade de todo o ambiente social e físico” (2008, p. 19). Desenvolvimento e bem-estar devem ser compreendidos de modo articulado e procurados na complexidade ecossistêmica em que vivemos. Para tanto, é necessário começar um processo de aprendizagem e inovação social difícil, provavelmente demorado, mas inexorável.

Trata-se de uma descontinuidade sistêmica que não se limita a uma mudança radical da nossa organização socioeconômica, mas afeta sensivelmente nossa noção de ser-no-mundo e de ser-com-os-outros. Como em *A metamorfose* de Franz Kafka (1915), quando Gregor Samsa se encontra em sua cama metamorfoseado em inseto monstruoso, não somente se depara com a transformação de seu corpo, de suas costas duras como couraça, de seu ventre abaulado, marrom e dividido por nervuras arqueadas e de suas pernas lastimavelmente finas. Logo percebe que mudaram também seus gostos e, do leite com pedacinhos de pão, passa a preferir hortaliças velhas e meio podres, molho branco solidificado e, acima de tudo, queijo estragado. O design para a sustentabilidade e a inovação social deve procurar a descontinuidade sistêmica e fazer com que esta não resulte em um pesadelo kafkiano, mas em uma mudança congruente com uma nova ideia de bem-estar amplamente compartilhada pela sociedade. Caso contrário, em que haja uma descontinuidade sistêmica não atraente para a sociedade, há o risco de um final triste como o da novela.

Redes de design estratégico para a sustentabilidade e a inovação social

Na primeira seção, definimos o design como processo criativo que visa ao desenvolvimento de dispositivos sociotécnicos para a transformação do mundo e, nos escopos do design para a sustentabilidade, compreendemos a necessidade que essa transformação do mundo conserve e crie condições favoráveis para que haja possibilidades de novas transformações no futuro. Na segunda seção, entre os dispositivos sociotécnicos desenvolvidos pelo design para a sustentabilidade, incluímos tecnologias sociais para auxiliar os processos de governo, de organização e transformação, que ocorrem na, para e/ou pela sociedade. Assim, articulamos a convergência entre sustentabilidade e inovação social e os objetivos do design, no âmbito de um processo de aprendizagem social que leve a uma nova ideia de bem-estar.

Nesta terceira seção, recuperaremos princípios de design estratégico que possam apoiar a ação projetual no caminho rumo à sustentabilidade. Na trajetória que foi delineada, de fato, o enfoque do design desloca-se do projeto de dispositivos sociotécnicos para o enredo do processo projetual com os demais processos que concorrem à aprendizagem e à inovação social, especialmente com processos ligados à organização em rede dos indivíduos (MURRAY, 2010, p. 6-7; MANZINI, 2008, cap. IV). Neste sentido, Hillgren et al. (2011) sugerem que o deslocamento vise a um processo de infraestruturação de relações e colaborações contínuo e de longo prazo.

De acordo com as premissas do já citado grupo de pesquisa em design estratégico para a inovação cultural e social (FRANZATO et al., 2015, p. 173-174), o design estratégico concentra-se nas estratégias elaboradas pelo design para orientar a ação projetual e, sobretudo, a ação organizacional, em direção à inovação e à sustentabilidade (ver também CELASCHI, DESERTI, 2007; ZURLO, 2010; FRANZATO, 2010). Essas estratégias são elaboradas por um processo que envolve todo o seu ecossistema de atuação: o meio organizacional (escritórios de design, empresas e demais organizações), o mercado, a sociedade e o meio ambiente. Assim, o processo de design é considerado e desenvolvido no âmbito das múltiplas relações ecossistêmicas instauradas na ação projetual (ver também MERONI, 2008).

O designer torna-se o protagonista de uma ampla rede de atores que contribuem direta ou indiretamente para o desenvolvimento das estratégias organizacionais, incluindo os *stakeholders* da organização, os membros das diversas comunidades ligadas à organização, os usuários, os cidadãos e as pessoas em geral. Nesse processo, as competências técnicas de design transformam-se em plataforma transdisciplinar que sustenta a convergência dos especialistas e dos

demais atores que integram essa produtiva rede de colaboração. Para tanto, é determinante a capacidade de compartilhar as estratégias entre todos os envolvidos, de maneira a promover o diálogo e a construção coletiva. Os artefatos resultantes são interpretados criticamente pela inovação que produzem e são avaliados pela sua sustentabilidade.

Dessa forma, o processo de design estratégico resulta em um percurso para elaborar, exercitar e, então, fazer evoluir as estratégias organizacionais. De acordo com a lição de Morin (2008), é na ação projetual que o design estratégico lida com a instabilidade de seu ecossistema, traço decorrente de sua constante em evolução. Nesse sentido, a capacidade de leitura e interpretação dos sinais emitidos pelo ecossistema, aliada à projeção por cenários, é o cerne dos processos de design, uma vez que permite considerar o possível regular e evidente, mas também o imprevisível, o acaso, a deriva ou o erro.

No cenário da sociedade da informação e da economia do conhecimento, a prática projetual de relações não é mais uma oportunidade acessória para o processo de design estratégico, mas se transfere para seu cerne. Nesse sentido, a organização em rede não descreve o processo de projeto apenas estruturalmente (redes de projeto: o sistema aberto e dinâmico dos atores e das relações que intercorrem entre eles), mas também processualmente (projeto em rede: a prática projetual dessas relações). Portanto, o design estratégico promove uma mudança metodológica em direção a permitir e promover os processos de estruturação de relações ecossistêmicas e de sua prática projetual.

Assim compreendido, o efeito mais significativo do design estratégico é a organização e a contínua reorganização das relações e das atividades que são desenvolvidas no ecossistema das empresas públicas e privadas, das ONG e das demais organizações. E este tipo de trabalho torna-se essencial no design para a sustentabilidade, uma vez que é contextualizado nos processos de aprendizagem e de inovação social, constituindo a base para a infraestruturação de oportunidades projetuais e sua efetivação por meio de processos de design participativo (HILLGREN et al., 2011), codesign (SANDERS, STAPPERS, 2008), bem como de design aberto (VAN ABEL, 2011). Além disso, este tipo de trabalho permite que ideias inovadoras se difundam globalmente, como já ocorreu no caso dos projetos de *cohousing* e *coworking*, de carona colaborativa, dos presídios alimentares, dos laboratórios criativos como os fab labs, os living labs e os DESIS labs etc. Projetos como estes se difundem de maneira rizomática, seguindo a metáfora de Deleuze e Guattari (1987), ou seja, explorando as conexões na rede global de colaborações projetuais entre indivíduos e organizações, esses projetos são elaborados em um contexto e replicados em inúmeras variantes em outros contextos. Chamamos de sementeira (*seeding*) essa dinâmica de difusão projetual que gera inovação: ideias inovadoras se difundem de um contexto para outros através das redes de projeto,

são praticadas por meio de processos de projeto em rede e assim são reinterpretadas, transformadas e renovadas para que possam ser finalmente implementadas nos diversos contextos. E para que, assim, continuem difundindo-se.

Processos de design participativo, codesign e design aberto

Os processos de design devem convergir para processos de aprendizagem e inovação social, de forma a promover essa descontinuidade sistêmica que é necessária para alcançar a sustentabilidade. Como vimos na seção anterior, o design estratégico e a organização em rede oferecem uma oportunidade para esta convergência. À luz dessa oportunidade, nesta seção aprofundaremos os processos de design participativo, codesign e design aberto, propondo-os como base para a ação projetual em uma perspectiva ecossistêmica.

A partir da segunda metade do século passado, em um processo de recíproca influência e propulsão entre as novas tecnologias da informação e da comunicação e o contexto socioeconômico, a rede se tornou um paradigma indispensável para descrever um número cada vez maior de relações macroeconômicas, organizacionais e profissionais (CASTELLS, 2009).

Também no design ocorreu uma multiplicação das relações de colaboração no desenvolvimento dos processos projetuais. Justamente no âmbito da informatização dos ambientes de trabalho que iniciou nos anos 1970, principalmente na Escandinávia, os designers começaram a procurar a participação dos funcionários na reconfiguração dos espaços ocupados, dos equipamentos utilizados e das atividades operadas (BØDKER *et al.*, 2004; MORAES, SANTA ROSA, 2012). Assim, demonstrou-se que a abertura do processo projetual para os funcionários fomenta sua inclusão e empoderamento no meio organizacional e na sociedade, sua aprendizagem e crescimento como trabalhador e como cidadão. Os processos de design participativo, em que são recolhidos os conjuntos de conhecimentos e competências assim constituídos, foram logo aplicados em comunidades de cidadãos, de artesões e em outros tipos de comunidades (MANZINI, 2008). Processos similares aconteceram, também no Brasil, com as experiências pioneiras de “design em parceria” que foram promovidas na PUC-Rio nos anos oitenta (COUTO, 1991; DEL GAUDIO, 2014).

Nesta direção, reconhecendo o potencial criador e inovador que é ínsito no uso dos artefatos tangíveis (produtos) ou intangíveis (serviços e técnicas) (VON HIPPEL, 2005), as organizações procuraram abrir seus processos de design para a colaboração com os usuários. Os processos de codesign diferenciam-se das abordagens centradas no usuário justamente por incluir o usuário no cerne do proces-

so de design (SANDERS; STAPPERS, 2008). Nesta colaboração reside um grande potencial de aprendizagem recíproca entre os diversos atores a qual se realiza por meio da atividade projetual.

A tradição do design participativo é amplamente usada no codesign e Scrivener, no editorial do primeiro número da revista *CoDesign* (2005), inclui o design participativo nos processos de codesign. Porém, é possível evidenciar que o design participativo se refere a processos que ocorrem em contextos comunitários coerentes, enquanto o codesign refere-se a processo que ocorrem entre atores heterogêneos. Sanders e Stappers, de fato, definem codesign como a criatividade resultante da colaboração entre designers e pessoas não treinadas em design, no desenvolvimento de processos projetuais (2008, p. 6).

Por meio do design participativo e do codesign, o processo de design se abriu para relações colaborativas entre designers e os usuários ou as comunidades de usuários que, finalmente, experienciam os artefatos projetados. Contemporaneamente, porém, o processo de design abriu-se na direção dos fornecedores de materiais, tecnologias e outros insumos, de instituições, de organizações parceiras ou até concorrentes. As estratégias organizacionais, inclusive as estratégias específicas de design, passaram a desdobrar-se em inúmeras relações ao longo de toda a cadeia de valor. A interatividade dessas relações – que permite uma recíproca influência entre todos os atores envolvidos no processo de produção do valor – faz com que a metáfora da cadeia de valor (PORTER, 1990) possa ser substituída pela metáfora da constelação de valor (NORMANN, RAMÍREZ, 1993). Dessa forma, a produção de valor não ocorre mais linearmente, mas em rede. Como vimos, se antes o design era interpretado como um elo para mediar a difícil relação entre o sistema de produção e o sistema de consumo (MALDONADO, 1999, p. 11-20), discretamente separados e independentes, o design estratégico procura a estruturação de relações ecossistêmicas e sua prática projetual (MERONI, 2008; ZURLO, 2010; FRANZATO et al., 2015).

No desenvolvimento destes processos de design, os papéis dos atores envolvidos, antes definidos claramente, se mesclam. Assim, mesclam-se suas culturas disciplinares, funcionais e organizacionais, ou seja, seus conhecimentos, suas linguagens e seus *modus operandi* no trabalho. Para que esta mescla não resulte amorfa e inerte, é necessário permitir e promover o diálogo, a troca e a colaboração entre os atores, a abertura de seus processos para que sejam inteligíveis e interagíveis. Segundo Thackara (2011):

Em breve, a abertura é mais do que uma questão comercial e cultural. É uma questão de sobrevivência. Os desafios sistêmicos como a mudança climática ou o exaurimento dos recursos – esses “problemas de falência moral” – não podem ser resolvidos usando as mesmas técnicas que os

causaram inicialmente. Pesquisa, governança e design aberto são precondições para a modalidade social, colaborativa e contínua de investigação e ação que são necessárias.

Para aprofundar o conceito de design aberto, antes se deve introduzir o de software livre. A Free Software Foundation (FSF, 2015) define com este termo “aquele software que respeita a liberdade e senso de comunidade dos usuários”, do momento que “os usuários possuem a liberdade de executar, copiar, distribuir, estudar, mudar e melhorar o software”, bem como a liberdade de redistribuir as cópias modificadas para os benefícios dos demais usuários. Para tanto, a abertura do código fonte é um pré-requisito necessário. Neste sentido, segundo a fundação (2015), os adjetivos livre e aberto são parecidos, se não idênticos. A fundação prefere o primeiro, por uma postura ética que privilegia evocar o conceito de liberdade. A fórmula software aberto, porém, continua sendo usada, remetendo mais explicitamente à abertura dos processos de projeto e desenvolvimento de softwares, bem como à implementação dos projetos que a suportam, como no caso da Wikipédia. Mais do que a liberdade de acesso e intervenção em artefatos, o adjetivo aberto evoca a colaboração em processos.

Dessa forma, o adjetivo aberto passa a ser usado também no âmbito do design, para distinguir os processos projetuais que, similarmente ao que acontece no software livre/aberto, se abrem para múltiplas colaborações de projeto, desenvolvimento e implementação entre designers, fabricantes e usuários. Assim, os limites entre design, fabricação e uso tornam-se mais vagos.

Em *As tecnologias da inteligência*, Levy pergunta:

O que é o uso? O prolongamento de tendências já delineadas pelas interpretações anteriores; ou, pelo contrário, a construção de novos ordenamentos de sentido. Não há uso sem torção semântica, seja ela minúscula ou capital. [...] Toda a concepção corresponde a utilizar de uma maneira original elementos que já existem. Ao descobrir novas possibilidades, toda a utilização criativa atinge o plano da concepção. [...] Concepção e uso são, de fato, dimensões complementares de uma mesma operação elementar de conexão, com os seus efeitos de reinterpretação e de construção de novas significações (1992, p. 74).

Levy associa ao progresso científico e tecnológico, um intenso processo coletivo de concepção, produção, uso interpretativo, bricolagem e desvios inesperados. Uma inovação nunca é determinada *a priori*, mas deve ser posta à prova “pelo coletivo heterogêneo, pela rede complexa onde deverá circular e que, eventualmente, será capaz de reorganizar” (1992, p. 239).

Nesse sentido, os processos de design aberto podem potencializar a difusão da atitude faça-você-mesmo e das tecnologias de fabricação digital (GERSHENFELD, 2005; ANDERSON, 2012; MARSH, 2012; FOEGE, 2013; MICELLI, 2014), servindo como base para a aprendizagem social destas possibilidades tecnológicas. Essa aliança promove formas de criação e autoprodução, de uso interpretativo e consumo consciente, que desafiam a ideia de desenvolvimento centrada na produção seriada em massa e no consumismo. Os artefatos autoproduzidos são concebidos e feitos com carinho e sob medida, minimizando os gastos energéticos e os descartes materiais da produção industrial e da distribuição. São usados com a atenção de quem experienciou diretamente o custo de seu desenvolvimento e, se forem danificados, serão reparados. Ainda, a sabedoria que deriva desses processos é compartilhada para que outras pessoas possam aprender e fazer. Assim, como evidencia Micelli (2014), recuperam-se e renovam-se os valores, os conhecimentos e as competências pré-industriais do artesanato ou, em linha com Sennett (2008), do artífice.

Abertura, pluralidade de atores e horizontalidade de relações pela organização em rede, colaboração e diálogo na diversidade e compartilhamento e aprendizagem são características comuns aos processos de design participativo, codesign e design aberto as quais, na perspectiva do design estratégico, procedem pela estruturação de relações ecossistêmicas e sua prática projetual. É a primeira característica, a abertura, que fundamenta as demais. É a abertura, na prática projetual como nas demais práticas, que demanda e permite novos processos de organização, produção e troca. No pensamento sistêmico e complexo, a abertura é característica de um sistema que, em desequilíbrio permanente, procura certa estabilidade na relação dinâmica com outros sistemas. Sua inteligibilidade, portanto, “deve ser encontrada, não apenas no próprio sistema, mas também na sua relação com o meio ambiente” sendo que “esta relação não é uma simples dependência, ela é constitutiva do sistema” (MORIN, 2011, p. 22).

À abertura do sistema corresponde a abertura dos processos que nele são praticados. Entendidos como abertos, os processos de design participativo, codesign e design aberto podem ser eficazmente praticados na procura da mudança de sistemas socioambientais, também abertos, inclusive na procura dessa “descontinuidade sistêmica” que pode levar à sustentabilidade.

Referências

- Anderson, C. **Makers: The New Industrial Revolution**. Bancyfelin: Crown Business, 2012.
- BØDKER, K.; KENSING, F.; SIMONSEN, J. **Participatory IT design: Designing for business and workplace realities**. Cambridge: MIT Press, 2004.

- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- CELASCHI, F. DESERTI, A. **Design e Innovazione**. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Milano: Carocci, 2007.
- CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO – UNCED. **Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: UNCED, 1992. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf>>. Acesso em: 5 out. 2015.
- COUTO, R. **O ensino da disciplina de Projeto Básico sob o enfoque do Design Social**. 1991. Dissertação (Mestrado em Educação), Departamento de Educação, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 1991.
- DEL GAUDIO, C. **Design participativo e inovação social**. A influência dos fatores contextuais. 2014. Tese (Doutorado em Design), Departamento de Artes e Design, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2014.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1987.
- Foege, A. **The Tinkerers: The Amateurs, DIYers, and Inventors Who Make America Great**. New York: Basic Books, 2013.
- FRANZATO, C. Design nel progetto territoriale. **Strategic Design Research Journal**, v. 2, n. 1, p. 1-6, 2009.
- FRANZATO, C. et al. Inovação Cultural e Social: design estratégico e ecossistemas criativos. In FREIRE, K. (Org.). **Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social**. São Paulo, Kazuá, 2015, p. 157-182.
- FRANZATO, C. O design estratégico no diálogo entre cultura de projeto e cultura de empresa. **Strategic Design Research Journal**, v. 3, n. 3, p. 89-96, 2010.
- FSF (Free Software Foundation). **A Definição de Software Livre**. Boston: FSF, 2015. Disponível em: <<http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.pt-br.html>>. Acesso em: 5 out. 2015.
- GERSHENFELD, N. A. **Fab: the coming revolution on your desktop**. From personal computers to personal fabrication. New York: Basic Books, 2005.

HILLGREN, P.A.; SERAVALLI, A.; EMILSON, A. Prototyping and infrastructuring in design for social innovation. **CoDesign**, v. 7, n. 3-4, p. 169-183, 2011.

KAFKA, F. **Die Verwandlung**. Leipzig: Kurt Wolff Verlag, 1915.

LEIBETSEDER, B. A critical review on the concept of social technology. **Social Technologies**, v. 1, n. 1, p. 7-24, 2011.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: O futuro do pensamento na era da informática**. Lisboa: Instituto Piaget, 1992.

MALDONADO, T. **Design industrial**. Lisboa: Edições 70, 1999.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**. Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: e-papers, 2008.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. A strategic design approach to develop sustainable product service systems: examples taken from the “environmentally friendly innovation” Italian prize. **Journal of Cleaner Production**, v. 11, n. 8, p. 851-857, 2003.

Marsh, P. **The New Industrial Revolution: Consumers, Globalization and the End of Mass Production**. London: Yale University Press, 2012.

MERONI, A. Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline. **Strategic Design Research Journal**, v.1, n.1, p. 31-38, 2008.

MICELLI, S. **Futuro artigiano**. L'innovazione nelle mani degli italiani. Venezia: Marsilio, 2014.

MORAES, A. M.; SANTA ROSA, J. G. **Design participativo**. Técnicas para a inclusão de usuários no processo de ergodesign de interfaces. Rio de Janeiro: Rio Books, 2012.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **The open book of social innovation**. London: Young Foundation/NESTA, 2010.

- NORMANN, R.; RAMÍREZ, R. **From Value Chain to Value Constellation: Designing Interactive Strategy**. Harvard Business Review, n. 71, p. 65-77, 1993.
- PORTER, M. E. **Vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.
- PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE – UNEP. **Design for Sustainability**. Nairobi: UNEP, 1992. Disponível em: <<http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SustainableProducts/DesignforSustainability/tabid/78845/Default.aspx>>. Acesso em: 5 out. 2015.
- SANDERS, E. B.; STAPPERS, P. J. Co-creation and the new landscapes of design. **CoDesign**, v. 4, n. 1, p. 5-18, 2008.
- SCRIVENER, S. A. R. Editorial. **CoDesign**, v. 1, n. 1, p. 1-4, mar 2005.
- THACKARA, J. Into the open. In VAN ABEL, B. et al. (Org.). **Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive**. Amsterdam: BIS, 2012.
- VAN ABEL, B. et al. (Org.). **Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive**. Amsterdam: BIS, 2011.
- VON HIPPEL, E. **Democratizing Innovation**. Cambridge, MA: MIT Press, 2005.
- ZURLO, F. Design Strategico. In **XXI Secolo** (vol. Gli spazi e le arti). Roma: Enciclopedia Treccani, 2010. Disponível em: <

Inovação social dirigida pelo design

Karine de Mello Freire

Ao usarmos a expressão inovação social, referimo-nos a soluções capazes de gerar valor social, independentemente da entidade que a produz: governo, organizações da sociedade civil, organizações do mercado ou até mesmo as famílias. O valor social diz respeito aos benefícios que a solução traz para a coletividade e está ligado a formas mais sustentáveis de viver, de produzir e de consumir em sociedade. Novas formas de desenvolvimento, ligadas ao capital humano e social, capazes de preservar o capital natural e de gerar capital econômico para que se estabeleçam. São soluções capazes de transformar os padrões de comportamento estabelecidos e de propor novos valores e normas culturais. Assim, as propostas de valor social devem estimular a sensação de pertencimento das pessoas que serão afetadas pela nova solução; a responsabilidade social das organizações que as oferecem; a reciprocidade das relações entre os membros de um ecossistema e a sociedade; por fim, a viver uma vida significativa, que promova o bem-estar coletivo (OUDEN, 2012).

Assim, uma inovação social promove mudanças qualitativas no bem-estar social, resultantes do engajamento das pessoas que compartilham interesses comuns e do fortalecimento do capital humano e social no projeto de soluções capazes de promovê-la. É ligada a soluções que visam a melhorar a qualidade dos contextos de vida. Por isso, seus projetistas veem as pessoas como possuidoras de necessidades, mas também de capacidades, estimulando-as a usá-las para promover o bem-estar ativo e reforçar o tecido social (MANZINI, 2008).

Então, para gerar formas mais sustentáveis de vida em sociedade, precisamos desenvolver novos modelos de empreendimentos, negócios e organizações que favoreçam o surgimento de novos comportamentos, mais sustentáveis e colaborativos, que visam ao bem-estar coletivo. Para alcançá-lo, em detrimento do bem-estar individual, faz-se necessário outro olhar para a geração de valor. Um olhar que

favoreça todos os atores envolvidos no ecossistema de uma nova solução, mais do que indivíduos em particular.

A intenção deste trabalho é propor uma reflexão sobre um processo de projeto capaz de suportar e fomentar uma cultura de inovação social. Um processo que contribua para que as ideias inovadoras socialmente perdurem e sejam capazes de provocar mudanças no comportamento, nas atitudes e nas ações da sociedade. As bases para essas reflexões são dos trabalhos de Ezio Manzini (2008; 2014; 2015) e Robin Murray et al. (2010), que apontam caminhos para que as inovações sociais possam ser geradas, disseminadas, sustentadas, escaladas e difundidas de modo a provocar mudanças sistêmicas na sociedade. Neste trabalho propomos que a cultura de design seja a direcionadora do processo de inovação social, visão apresentada por Maldonado (1971), que afirmava que os designers seriam aqueles que guiam um processo que segue uma mutação social já em curso, auxiliando-a a se estabelecer e a se consolidar. Para o autor, a inovação social guiada pela projeção é resultado da coragem técnica, social e política do designer.

Partimos da compreensão de design estratégico como um processo de diálogo e construção coletiva de estratégias organizacionais desenvolvido por uma ampla rede de atores, que pode incluir diferentes segmentos da sociedade, agentes econômicos e organismos públicos. Neste processo, as competências do design ligadas à leitura de sinais de mudança emitidos pela sociedade, aliado à antecipação crítica de futuros possíveis, possibilita a geração de novas ideias de novos empreendimentos sustentáveis (FRANZATO et al., 2015). No entanto, cremos que isso não seja suficiente. É preciso também atuar no desenvolvimento dessas ideias, para que sejam nutridas, apoiadas e se tornem negócios sociais duradouros.

Desta perspectiva, será possível elaborar um programa para fomentar a criação de novos dispositivos sociotécnicos, sejam eles empreendimentos, organizações públicas ou sociais, comunidades criativas, que tenham o desenvolvimento sustentável da sociedade como valor central. Por conseguinte, será possível estimular a reorganização da sociedade em direção à promoção do bem-estar coletivo. A proposta parte da estruturação de “coalizões de design” (MANZINI, 2015, p. 50), que são redes projetuais nas quais os membros colaboram para atingir resultados compartilhados, como promotoras da inovação social. Essas coalizões podem ser estruturadas pela perspectiva do design estratégico, que identifica os parceiros-chave e dá sentido à colaboração, construindo com eles valores compartilhados a partir dos interesses convergentes.

Neste trabalho os resultados estariam ligados ao desenvolvimento de programas – nas palavras de Manzini (2015, p. 51) “uma sucessão coerente de etapas no processo de design” – para estimular a geração, o desenvolvimento e a incubação de novos negócios sociais, que desenvolvam capital humano, capital social e ca-

pital econômico, e que preservem o capital natural para se manterem no longo prazo (GOODLAND, 2002).

Desta premissa, inspiramo-nos nos modelos de inovações transformadoras (OUDEN, 2012) e inovações de radicais de significado (VERGANTI, 2009), ambas dirigidas pelo design, para propor um modelo de inovação social dirigido pelo design.

Ouden (2012) em sua proposta de inovações transformadoras chama a atenção para os diferentes níveis de valor que devem ser atendidos para encontrar soluções aos desafios sociais da contemporaneidade. A autora sugere que o valor de uma solução precisa ser projetado considerando quatro níveis: usuário, organização, ecossistema e sociedade, propondo que a inovação transformadora é aquela que atende a esses quatro níveis: além de fornecer valor econômico para as organizações, melhora a qualidade de vida dos usuários, melhora a qualidade de vida da sociedade e possibilita que os ecossistemas nos quais está inserida evoluam. A autora aponta que as proposições de valor no nível do usuário devem oferecer valor pelo dinheiro pago, para que se justifique sua compra e seu uso prolongado; contribuir para a felicidade, permitindo aos usuários seguirem seus sonhos; permitir aos usuários que façam parte de um grupo importante para eles; e, por fim, permitir que os usuários minimizem sua pegada ecológica contribuindo para um planeta habitável. No nível da organização, a proposição de valor deve oferecer retorno sobre o investimento de modo a cobrir seus custos; ser autêntica, ou seja, aquilo que a empresa oferta é percebido pelos clientes; explicitamente endereçar a responsabilidade social e a ecoeficiência. No nível do ecossistema deve fornecer estabilidade econômica para o ecossistema; ser construída a partir de direcionadores importantes para os *stakeholders*; permitir trocas recíprocas entre membros do ecossistema; permitir a sustentabilidade do ecossistema em termos ecológicos. Por fim, no nível da sociedade deve criar riqueza econômica para a sociedade; explicitamente buscar o bem-estar da sociedade; permitir que as pessoas contribuam para a sociedade e tenham vidas significativas; e contribuir para um planeta habitável, encontrando formas de acomodar o crescimento da população sem danificar o meio ambiente. Novas proposições de valor podem estar ligadas a um ou mais segmentos. Quanto mais segmentos envolvidos, mais significativa a inovação (OUDEN, 2012). Uma inovação transformadora requer uma constante redefinição do valor, pela correta compreensão dos desejos não articulados dos usuários e pela aplicação do *expertise* da organização para satisfazê-los. Para tanto, a organização deve propor soluções radicais de significado, que criem novos mercados (OUDEN, 2012). Essa é a visão do modelo de Verganti (2009), exposta a seguir.

Verganti (2009) apresenta os processos de inovação dirigidos pelo design como aqueles que propõem novos significados para as tecnologias, por meio de uma exploração mais ampla do contexto sociocultural e tecnológico. O autor

identificou como empresas que desenvolvem inovações radicais de significado, aquelas que propõem uma visão de como esses contextos de vida podem evoluir para melhor. São empresas que reconhecem que o conhecimento sobre novos significados para os contextos de vida é difuso e compartilhado com diferentes agentes. Essas empresas estruturam um diálogo com esses agentes, que observam as mesmas pessoas, nos mesmos contextos de vida, para entender como estas dão significado às coisas (empresas em outras indústrias que querem atingir os mesmos clientes, fornecedores de novas tecnologias, pesquisadores, designers e artistas). Esses atores são chamados de intérpretes. A interação entre os agentes internos da organização e o conjunto de intérpretes é considerada um “laboratório de pesquisa coletiva”, sendo esse o elemento central do processo de inovação dirigido pelo design. Esse processo de pesquisa que é difuso, organizado em rede, relacionado a possíveis significados para as coisas é chamado por Verganti (2009) de ‘discurso projetual’. Tal discurso considera a compreensão do contexto socio-cultural da vida das pessoas (e não o contexto de uso de objetos); promove troca de *insights*, interpretações e propostas entre os atores de diferentes formas: obras de arte, estudos, palestras, protótipos e produtos; busca seduzir, afetar os modelos socioculturais e influenciar as aspirações e os desejos das pessoas. O objetivo da inovação dirigida pelo design é criar propostas capazes de modificar um cenário, tendo por base visões de um futuro possível.

Na proposição de um programa de inovação social dirigido pelo design, podemos nos apropriar do conceito de ‘discurso projetual’ resultante da inteligência coletiva dispersa e difusa na sociedade, no qual uma rede de intérpretes da cultura contemporânea busca apresentar novos significados para os contextos de vida das pessoas. Se pensarmos nos intérpretes como uma rede projetual que compartilha interesses, podemos relacionar ao conceito de “coalizões de design”. Por meio da criação dessas coalizões, pode ser possível promover um diálogo projetual voltado à inovação social e assim favorecer o surgimento desse tipo de inovação. Um diálogo aberto e cooperativo com a comunidade, que valoriza o conhecimento tácito das pessoas, em um processo de construção social que transforma aqueles que dele participam. A participação da multiplicidade de atores sociais na construção das soluções e o interesse comum pela busca por novas formas de bem-estar são características das coalizões de design para a inovação social (BIGNETTI, 2011; MANZINI, 2008).

Dessa forma, podemos propor que os processos de inovação social dirigidos pelo design são cocriativos e liderados pelo designer, para promover a cooperação dialógica (SENNET, 2013) e o desenvolvimento de relacionamentos entre os atores do ecossistema criativo (FRANZATO et al., 2015).

Na inovação social dirigida pelo design, o designer adquire a função de estimular o percurso projetual desses intérpretes, através de suas capacidades de

imaginar e influenciar comportamentos, trazendo seu ponto de vista profissional criativo, transformando os sinais do presente em uma mudança de paradigma para o futuro. O resultado almejado são dispositivos sociotécnicos que podem gerar novos sistemas de produção ou até mesmo novos modelos econômicos, que promovam ideia de bem-estar desvinculada do consumo de produtos, mas vinculada ao uso de bens comuns locais, aos contextos de vida (ambiente físico e social) e ao valor do tempo lento e contemplativo.

Manzini (2011; 2015) assinala que mais do que um facilitador que torna as ideias cocriadas visíveis, o designer deve ser um visionário, transformando sua cultura em ideias originais, visões e propostas que provocam o grupo a discutir abertamente para além do que havia imaginado. Disso, podemos apontar que pessoas e organizações que queiram desenvolver inovações culturais e sociais podem encontrar no design um agente capaz de ativar a rede de intérpretes, configurar equipes interdisciplinares, criar instrumentos que possibilitam a ideação coletiva, facilitar e formalizar o processo criativo, e estimular discussões por meio de propostas provocativas.

Nessas coalizões de design, o designer atuaria dentro de espaços que estimulam o desenvolvimento de novos tipos de empreendimentos, negócios e organizações. Nossa hipótese é que esse tipo de negócio precisa de um ambiente que favoreça a sua sobrevivência: espaços nos quais seja possível experimentar e incubar inovações sociais.

Podemos notar uma aproximação desse modelo à proposta da Rede DESIS, que busca identificar novas formas sustentáveis de vida no contexto das comunidades criativas e de produzir um discurso sedutor para incentivar a mudança dos modelos socioculturais rumo à inovação social e à sustentabilidade. As exposições como *Sustainable Everyday* (JEGOU; MANZINI, 2003) e os *DESI Showcases* (DESI, 2015) são exemplos de pesquisas desenvolvidas por essa rede de intérpretes, lideradas pelo design, na produção de propostas de novas formas de bem-estar sustentável, seja por meio de protótipos de soluções, produtos, seja por meio de estudos e palestras.

A partir disso, propomos laboratórios de inovação social como espaços adequados para criar, desenvolver e incubar novos empreendimentos que gerem mudanças sistêmicas na sociedade em direção ao bem-estar coletivo.

Os espaços

A inovação social dirigida pelo design necessita de espaços que ativem a rede de intérpretes da cultura contemporânea para responder aos desafios da contemporaneidade: laboratórios de inovação social. Laboratórios são espaços de aprendizagem coletiva, nos quais a experimentação é central para a produção de

conhecimento e soluções. Em um laboratório social, essa experimentação acontece no ambiente real, com as pessoas que utilizarão a solução desenvolvida: os usuários são imersos em um espaço social criativo e são convidados a cocriarem seu próprio futuro.

Living labs, citizen labs, social labs, design labs são termos usados para conceituar espaços de experimentação nos quais a tecnologia é moldada em contextos de vida real, e os usuários são considerados coprodutores (ARNKIL et al., 2010). Chamaremos esses espaços de laboratórios de inovação social, uma vez que captam, amplificam e disseminam um discurso projetual de inovação social difuso na sociedade.

Os laboratórios tornam-se espaços de encontro para os múltiplos atores que compartilham interesses comuns colaborarem abertamente em um processo transparente e replicável de criação, desenvolvimento, prototipagem, validação e testes de novas soluções em contextos reais (BINDER, 2007; LEMINEN; WESTERLUND; NYSTRÖM, 2012). Há diferenças no modo como os laboratórios se organizam para inserirem os usuários no processo de desenvolvimento das soluções. Almirall, Lee e Wareham (2012) destacam quatro níveis de envolvimento dos usuários em processos de inovação: centrado no usuário, dirigido pelo design, participativo e dirigido pelo usuário. No primeiro o usuário é sujeito, no segundo é liderado pelo designer em um processo de busca de soluções, no terceiro tem o mesmo peso de outros participantes, no último o usuário é quem dirige o processo de inovação.

Esses laboratórios de inovação social são organizações voltadas ao enfrentamento de desafios complexos, que possuem três características fundamentais: são sociais, experimentais e sistêmicos (HASSAN, 2014). São sociais no sentido de que reúnem grupos de participantes de diversos setores da sociedade em uma equipe que age em conjunto. São experimentais no sentido de que desenvolvem protótipos e gerenciam um portfólio de soluções promissoras para o desafio que se propõem a abordar, sendo que os esforços nesse sentido são contínuos. Por fim, são também sistêmicos, na medida em que desenvolvem soluções que buscam enfrentar a ambiguidade e a multiplicidade ligada à complexidade. Portanto, constituem-se como espaços de aprendizagem social por intermédio dos quais uma pluralidade de atores – em especial os designers – repensa a sociedade, projeta sua mudança e desenvolve empreendimentos para realizá-la.

O modo de colaboração estabelecido por esses laboratórios é diverso. O mais comum é a organização de eventos pontuais nos quais uma temática é trabalhada com um grande grupo de participantes, com atividades em formato intensivo em dois ou três dias de trabalho (Helsinki Design Lab e o projeto Dream: In usaram esse formato). Outros formatos possíveis são programas que reúnem um conjunto de dois a quatro *workshops*, com dois a três dias de duração cada, contando com

20 a 30 participantes (MEDEA Living Lab usa esse formato). A cada *workshop* os pesquisadores reelaboram, refinam e até mesmo distorcem o que os participantes produziram, abrindo novas possibilidades de análise e evolução (BINDER, 2007). O autor destaca uma característica de laboratórios: a ênfase nos processos e entregas novas e inesperadas, como receitas abertas, e não em resultados finais. A seguir, exploraremos um processo para desenvolver inovações sociais nesses laboratórios de experimentação e incubação.

O processo

O processo de design é um meio de estimular o desenvolvimento de relações entre os diferentes atores do ecossistema de inovação, transformando a inteligência coletiva em inteligência institucional. O objetivo é o de apoiar a construção coletiva do conhecimento necessário, por meio de diálogos estratégicos, com indivíduos, grupos e times desempenhando diferentes papéis no desenvolvimento dessa inteligência institucional. Aqui, diálogos estratégicos são compreendidos como formas de pensamento, planejamento e ação desenvolvidas por meio da construção de cenários futuros, nos quais se torna possível avaliar os diferentes caminhos para a construção das soluções (WOOD, 1999). Esse conhecimento alimenta o desenvolvimento das soluções para promover as mudanças sistêmicas almejadas. Para tanto, precisa nutrir as relações interpessoais, valorizando ao máximo a diversidade das qualidades humanas (LEVY, 2014).

O percurso projetual pode ser realizado de diferentes maneiras, não segue uma sequência de etapas pré-definidas. É projetado pelo conjunto de atores que faz parte da equipe de trabalho, a partir das características do desafio social a ser respondido. Nos laboratórios de inovação social, cabe ao designer formar a coalizão de design, montar as equipes com os perfis necessários e projetar ferramentas capazes de estimular o diálogo estratégico dos especialistas.

Alguns princípios devem balizar a realização dos percursos projetuais. Primeiramente, os percursos devem ser considerados um processo de aprendizagem social, cíclico e iterativo (FRANZATO et al., 2015) que promove a cooperação dialógica: trocas densas, mas divergentes, nas quais os mal-entendidos podem contribuir para o entendimento mútuo, para o aprendizado com o outro. A cooperação dialógica compreende a capacidade de atentar de perto para o que os outros dizem e interpretar antes de responder, conferindo sentido aos gestos e silêncios, tanto quanto às declarações (SENNET, 2013, p. 26). Para tanto, os percursos devem ser centrados nos contextos de vida dos sujeitos coletivos (MERONI; SANGIORGI, 2011; MERONI, 2012) e estabelecidos a partir de formas participativas de governança. E, principalmente, são

realizados em um ambiente tolerante, que estimula a aceitação daquilo que é diferente do pensamento dominante e o reconhecimento da existência do novo (MANZINI, 2015).

A Figura 1 apresenta os diferentes momentos do percurso e as atividades necessárias para a concretização e o compartilhamento do conhecimento produzido. O objetivo do momento ‘Inspirar’ é o de gerar conhecimento sobre o desafio que a equipe de projetistas está enfrentando. Diz respeito a ativar a rede de intérpretes para produzir um discurso de design capaz de seduzir as pessoas a realizarem as mudanças almejadas. Para tanto, são projetadas atividades que promovem diferentes modos de escuta desses coletivos. Escutas no sentido proposto por Levy (2014, p. 71): “fazer emergir, tornar visível ou audível, a miríade de ideias, argumentos, fatos, avaliações, invenções, relações que constituem o social real”. Nessas atividades, o designer deve projetar ferramentas para coletar as informações necessárias, promover diálogos e sintetizar o conhecimento gerado em formas possíveis de serem compartilhadas para todos os envolvidos, como: mapas, manifestos e direcionadores de valor. O objetivo do momento ‘Imaginar’ é o de abrir o pensamento para as múltiplas realidades que podem existir e afetar o processo de inovação social. As atividades projetadas devem estimular as equipes a elaborar representações sobre os contextos futuros, expressar visões de projetos e decidir coletivamente, por meio de cenários projetuais, sobre quais os possíveis caminhos para o desenvolvimento das soluções. O momento ‘Inventar’ tem o objetivo de formalizar as possíveis soluções. As atividades são projetadas para desenvolver, analisar e organizar o conceito de negócio, a partir de protótipos da proposta de valor. O objetivo do momento ‘Implementar’ é o de testar a adequação das propostas de modo a pilotar, avaliar e refinar um modelo de negócio. E o momento ‘Incubar’ tem por objetivo viabilizar a consolidação da proposta, com atividades ligadas a comunicar a proposta aos possíveis apoiadores, engajar as pessoas no processo de mudança e buscar os investimentos necessários para que haja disseminação e ganhos de escala da inovação social.

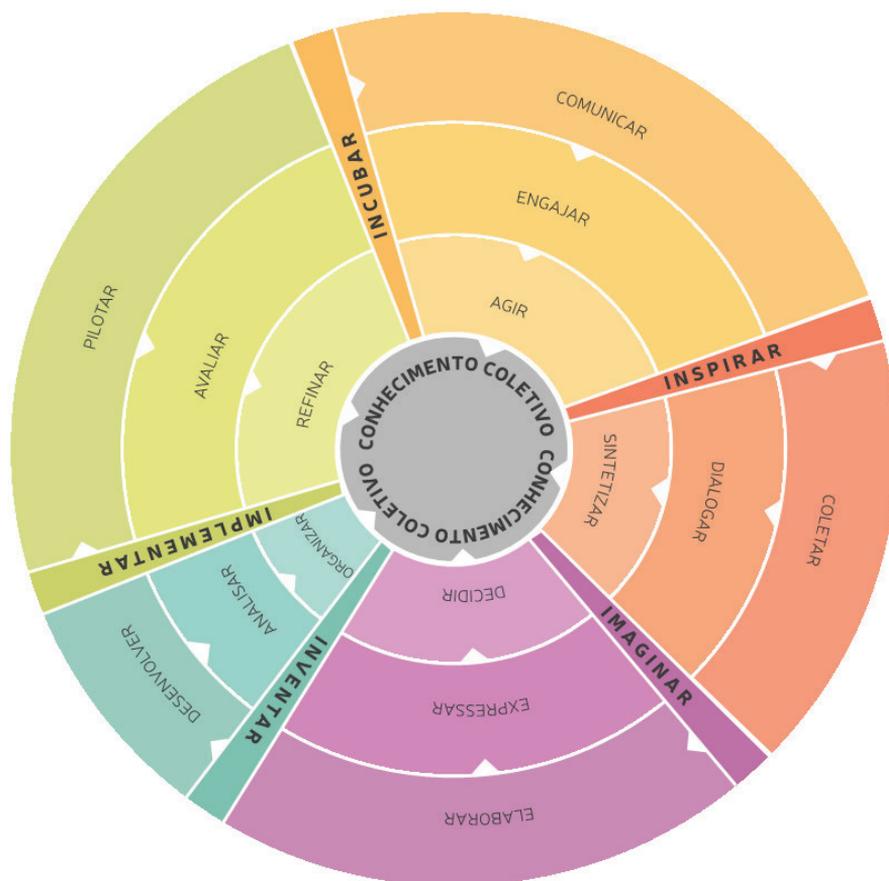


Figura 1 Processo projetual

Os papéis

Considerando o processo iterativo, não linear, delimitado no tempo, ao longo dos cinco momentos de criação coletiva apresentados anteriormente – inspiração, imaginação, invenção, implementação e incubação –, chegamos a cinco papéis que precisam ser desempenhados ao longo do processo de desenvolvimento de inovações sociais dirigidas pelo design, quais sejam: antena, visionário, experimentador, conector e empreendedor. No Quadro 1 são apresentados os elementos que caracterizam cada um dos papéis, bem como as habilidades necessárias para desempenhá-los com qualidade. Esses papéis foram definidos a partir do trabalho de Kelley (2007), Tan (2009), Yee, Tan e Meredith (2009), Manzini (2011) e Cipolla e Moura (2012), bem como com base na experiência da realização de projetos voltados à inovação social.

Quadro 1 Papéis do designer no processo de desenvolvimento de inovações sociais.

Papel	Características	Habilidades
Antena	Está atento às mudanças no contexto sociocultural. Desenvolve pesquisas sobre os contextos de vida das pessoas e interage com os intérpretes, estimulando o discurso projetual. Obtém <i>insights</i> em relação a comportamentos, motivações, problemas e oportunidades da vida cotidiana. Identifica protótipos de novas formas sustentáveis de vida em sociedade, e, a partir desse aprendizado, busca apoiá-las e empoderá-las.	<ul style="list-style-type: none"> • Projetar métodos de pesquisa • Escutar • Dialogar • Empatizar • Interpretar • Sintetizar
Visionário	Alimenta o grupo com o seu repertório projetual. Enxerga futuros possíveis e imagina cenários mais sustentáveis capazes de provocar discussões construtivas no grupo de trabalho. Tem a missão de tirar as pessoas da zona de conforto. É o catalisador do início do processo de inovação. Conecta as experiências reais das pessoas para informar e influenciar as tomadas de decisão estratégicas. Contribui com a formulação e a visualização da estratégia. Usa dessa comunicação para unir grupos de <i>stakeholders</i> discrepantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Antecipar criticamente o futuro • Pensar de modo visual • Produzir imagens sedutoras • Dialogar • Inspirar <i>stakeholders</i> a pensar criativamente na compreensão dos desafios e na criação de respostas inovadoras.
Experimentador	Acredita que nada é impossível e tenta algo que nunca tenha sido feito antes. Envolve-se no processo de descoberta. Relaciona-se com os usuários para projetar com e para eles. Replica soluções de outros contextos para resolver desafios sociais. Desenvolve e prototipa as soluções imaginadas. Testa soluções de modo a viabilizá-las tecnicamente.	<ul style="list-style-type: none"> • Assumir riscos • Contornar burocracias • Dialogar • Construir modelos e protótipos
Conector	Mapeia os recursos físicos, humanos e estratégicos necessários para a inovação social. Compreende as interações, problemas e oportunidades no estabelecimento da rede projetual. Estabelece e busca relacionamentos mais sustentáveis na rede projetual. Integra diferentes pensamentos, filosofias e abordagens vindos dos diferentes grupos de <i>stakeholders</i> . Possibilita melhor sinergia, colaboração e participação das pessoas, mobilizando e estimulando o raciocínio de outras pessoas. É o condutor do processo de transferência de conhecimento, de processos e de métodos do design para a organização.	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogar • Projetar ferramentas para estimular a colaboração criativa • Engajar
Mentor	Busca formas de apoiar os empreendedores no desenvolvimento e na implantação de modelos de negócios sustentáveis. Age como defensor do projeto e faz <i>lobby</i> para conseguir apoio para a implantação.	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar • Seduzir • Liderar • Ser resiliente • Perseverar

É importante ressaltar que esses papéis podem ser desempenhados por pessoas com diferentes formações, mas que possuam as habilidades necessárias para

tal. E que uma pessoa pode exercer diferentes papéis ao longo desse processo. E, ainda, nos diferentes momentos pode ser necessário o desempenho de mais de um papel (Figura 2).

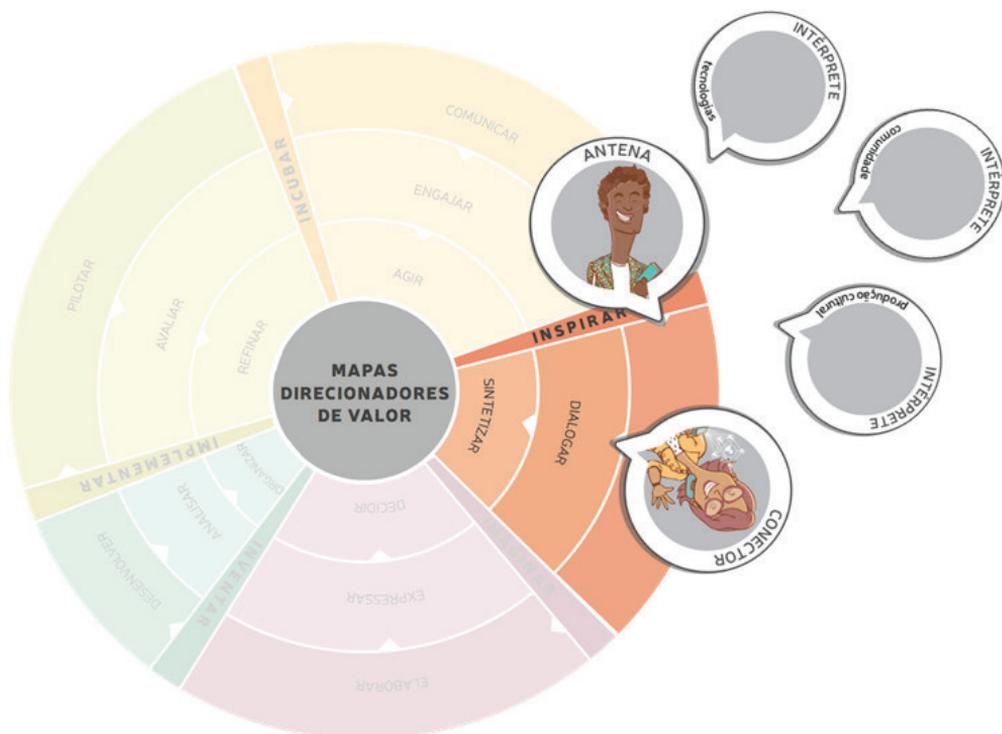


Figura 2 Momento Inspirar do percurso projetual: papéis e atores

Enfim, acreditamos que seja possível desenvolver uma cultura de inovação social por meio da interação em rede de laboratórios criativos, laboratórios de inovação social. Estes são espaços que possibilitam a experimentação e a incubação de novos modelos de negócios sustentáveis. Para tanto, o design deve liderar o processo de geração e desenvolvimento de inovações sociais de modo a estimular o diálogo projetual do ecossistema criativo no qual eles estão inseridos. É um processo de aprendizagem social, iterativo, no qual a cultura de design pode estimular a criação coletiva de diferentes maneiras em diferentes momentos. Cada um dos papéis do design identificados pode contribuir em cada um dos momentos do percurso projetual. É importante considerá-los ao configurar as equipes multidisciplinares envolvidas no desenvolvimento das soluções capazes de promover a inovação social.

Referências

- ALMIRALL, E.; LEE, M.; WAREHAM, J. Mapping living labs in the landscape of Innovation Methodologies. **Technology Innovation Management Review**, set. 2012.
- ARNKIL, R.; JÄRVENSIVU, A.; KOSKI, P.; PIIRAINEN, T. Exploring Quadruple Helix: Outlining user-oriented innovation models. **Final Report on Quadruple Helix Research for the CLIQ project**. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy Juvenes Print, 2010
- BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 1, p. 3-14, jan./abr. 2011.
- BINDER, T. Why design labs? **Design Inquires**, 2007.
- CIPOLLA, C.; MOURA, H. T. Social innovation in Brazil through design strategy. **Design Management Journal**, v. 6, fasc. 1, p. 40-51, 2012.
- DESIS. **Showcase**. 2015. Disponível em: <www.desis-network.org>. Acesso em: 15 jan. 2015.
- FRANZATO, C. et al. Inovação Cultural e Social: design estratégico e ecossistemas criativos. In FREIRE, K. (Org.). **Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social**. São Paulo: Kazuá, 2015. p. 157-182.
- GOODLAND, R. Sustainability: human, social, economic and environmental. In TIMMERMAN, P. (Ed.). **Encyclopedia of Global Environmental Change**. Chichester: John Wiley & Sons, 2002. (Vol. 5: Social and Economic Dimensions of Global Environmental Change, p. 489-491).
- HASSAN, Z. **The Social Labs Revolution: a new approach to solving our most complex challenges**. San Francisco: Berret-Koehlet Publishers, 2014.
- KELLEY, T. **As 10 faces da inovação: estratégias para turbinar a criatividade**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007
- LEVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 2014.

LEMENINEN, S.; WESTERLUND, M.; NYSTRÖM, A. Living Labs as Open-Innovation Networks. *Technology Innovation Management Review*, set. 2012.

MANZINI, E; JÉGOU, F. *Sustainably everyday: scenarios of urban life*. Milano: Edizioni Ambiente, 2003.

MANZINI, E. *Design para inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2008.

_____. Introduction. In MERONI, A.; SANGIORGI, D. *Design for services*. Surrey: Gower Publishing, 2011. p.1-6.

_____. Making Things Happen: Social Innovation and Design. *Design Issues*, v. 30, n. 1, 2014.

_____. *Design, when everybody designs*. Cambridge, MA: MIT Press, 2015.

MALDONADO, T. *Meio Ambiente e Ideologia*. Lisboa: Socicultur, 1971.

MERONI, A.; SANGIORGI, D. *Design for services*. Surrey: Gower Publishing, 2011.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. *The open book of social innovation*. London: The young Foundation, 2010.

OUDEN, E. *Innovation Design: Creating value for people, organizations and society*. New York: Springer, 2012.

SANDERS, E. B.-N.; STAPPERS, P. J. Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, v. 4, n. 1, p. 5-18, mar. 2008.

SENNETT, R. *Juntos: os rituais, os prazeres e a política da cooperação*. Rio de Janeiro: Record, 2013.

TAN, L. Dott 07: Seven 'new' roles designers are playing in public life. *Design Phd Conference: Sustainability, Innovation and Design*. Lancaster: Lancaster University, 2009.

VERGANTI, R. *Design-Driven Innovation*. Boston: Harvard Business Press, 2009.

WOOD, R. The future of strategy: the role of the new sciences. In LISSACK, M.; GUNZ, H. (Ed.). **Managing Complexity in organizations: a view in many directions**. Westport: Quorum books, 1999. p.118-164.

YEE, J.; TAN, L.; MEREDITH, P. The emergent roles of a designer in the development of an e-learning service. **First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation**, 2009.

Design para inovação social e sustentabilidade: estratégia, escopo de projeto e protagonismo

Cyntia Santos Malaguti de Sousa

A prática como ponto de partida

As reflexões aqui formuladas se originaram de questionamentos decorrentes de experiências vivenciadas na condução de projetos de design em que se pretendeu contribuir para processos de inovação social, relacionados à sustentabilidade. Três dessas experiências, realizadas em diferentes períodos e circunstâncias, serão brevemente apresentadas, sendo: a primeira na condição de atividade voluntária, a segunda na esfera da prática profissional e a última no âmbito acadêmico.

A diversidade das experiências aponta inicialmente para a necessidade de se buscarem formas de identificar uma tipologia que possa acarretar uma melhor compreensão de cada fenômeno para, a partir daí, identificar as possibilidades de atuação do design. Outra necessidade percebida no decorrer dessas experiências foi a de se reverem alguns parâmetros norteadores da prática de projeto em design, quando o objetivo final é a inovação social. Selecionaram-se para analisar aqui três deles: a estratégia de gestão, a definição do escopo do projeto e o protagonismo dos atores envolvidos em cada situação. Sua compreensão, definição e manejo adequado impactam diretamente no planejamento e execução de tais iniciativas, podendo ser cruciais para os resultados finais alcançados. Outro elemento igualmente fundamental é a dimensão temporal em tais projetos; no entanto o tema foi abordado recentemente de forma bastante competente no trabalho desenvolvido por Del Gaudio, Oliveira e Franzato (2014), sendo aqui, portanto, apenas brevemente comentado.

Em busca de fundamentos

A ideia da função social do design e de seu papel na promoção de mudanças em direção a uma sociedade mais justa e que privilegie uma relação mais harmô-

nica com a natureza, ancorada em novas visões a respeito do significado do termo “desenvolvimento”, não é nova. Autores do campo do design como Maldonado (1972), Papanek (1977) e Bonsiepe (1978), entre outros, constatando os problemas sociais e ambientais decorrentes do modelo de desenvolvimento vigente nas sociedades ocidentais e emulados para o resto do planeta – processo com o qual o design em muito contribuiu –, já destacavam, desde a década de 1970, a importância de uma nova teoria da prática do design. Esta teoria deveria ser dar suporte à adoção de critérios voltados à ação inovadora na direção da sustentabilidade, clamando pelo protagonismo do designer em contraposição à atitude alienada de servir à lógica do mercado e do consumo.

Fora do campo do design, embora mais recentemente, alguns outros autores também têm abordado o tema, destacando o papel do design na construção do futuro, tais como Capra (2002) – com ênfase na proposição de soluções ecológicas e sistêmicas – e Appadurai (2013) – advogando a necessidade de se integrar design, planejamento e sustentabilidade como corretivos da falência do mercado e como recursos de uma política social não apoiada inteiramente na eficiência medida pelo preço e pelas demandas de consumo. Appadurai ressalta ainda que o ser humano comum deve ser posicionado de volta no centro de um projeto de construção do futuro, já que ele sempre foi tanto planejador quanto designer; e vai mais além, afirmando que é preciso construir, inclusive, um novo modelo de pesquisa como atividade democrática e não restrita à esfera das elites.

A expressão “design social”, por sua vez, traz conotações mais específicas e nem sempre convergentes; trata-se de um conceito ainda em construção. Alguns autores consideram que o design é uma atividade social “per se”, por tratar-se de uma ciência social aplicada, que só tem sentido quando pensada a partir de e para a sociedade. Outros associam esta prática à filantropia ou ao assistencialismo. Terceiros, ainda, fazem críticas severas aos segundos.

Margolin e Margolin (2004), ao proporem “Um Modelo Social de Design”, aproximam-se da segunda abordagem, referindo-se ao atendimento de necessidades de populações injustiçadas ou marginalizadas do chamado “mercado de consumo”, pelo seu baixo nível de renda ou necessidades especiais. Baseiam-se no modelo de intervenção de assistentes sociais para identificar essas necessidades – focando especialmente naquelas que se encontram no domínio físico/espacial – e para conduzir o processo de solução, salientando a importância da abordagem colaborativa com o cliente em todas as etapas. Destacam ainda o caráter multidisciplinar da prática, recomendando que os designers encontrem maneiras de trabalhar com profissionais de outras áreas de assistência.

Mais próximo da terceira corrente, Flusser (2007) afirma que um dos atuais desafios do designer é “fazer surgir de si mesmo e do mundo circundante uma forma que abarque ambos, que revele o modo como os homens emergem do

mundo para experimentá-lo; e não mais impor uma ideia sobre algo considerado a priori como amorfo”. Corroboram com esta terceira visão Abbonizio (2009) e Watanabe (2015), ao destacarem o papel do design como mediador de relações, promovendo o pensamento crítico e o protagonismo entre diferentes participantes de um projeto.

A vinculação do design à inovação também é recorrente, tendo sido considerada por muitos autores, como aspecto inerente à atividade (BONSIEPE, 1997). Embora existam várias acepções do termo inovação, assim como visões sobre a participação do design em processos e em cadeias de inovação, o conceito mais difundido provavelmente é o que consta no Manual de Oslo (2005, p. 55):

Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas.

Nessa publicação associa-se o design a um amplo espectro de inovações, podendo abranger produtos, processos e ainda o marketing; entretanto o enfoque central é o impacto econômico da inovação na produtividade e na competitividade, sobretudo no cenário do mercado globalizado.

A abordagem do design associada à inovação social, embora integre alguns aspectos dos termos “inovação” e “social” considerados até aqui, compreende peculiaridades e propõe diretrizes bem específicas para a prática do design, não contempladas por eles. De utilização bem mais recente no âmbito do design, a expressão difundiu-se no Brasil, sobretudo a partir do curso ministrado pelo Prof. Ezio Manzini, na COPPE/UFRJ, em 2007, denominado “Design, inovação social e desenvolvimento sustentável” e do livro dele resultante. Nele, Manzini afirma que (2008, p. 61-62):

O termo inovação social refere-se a mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades. Tais inovações são guiadas mais por mudanças de comportamento do que por mudanças tecnológicas ou de mercado, geralmente emergindo através de processos organizacionais “de baixo para cima”, em vez daqueles “de cima para baixo.

Confrontando-se o conceito de inovação do Manual de Oslo com esta definição, percebe-se que há um distanciamento significativo entre as duas acepções, muito embora a primeira abarque também aspectos organizacionais. Enquanto o foco central da primeira definição volta-se ao mercado, a segunda enfatiza um

resultado que se traduz em uma mudança social. Além disso, destaca que o processo emerge de uma organização do tipo “de baixo para cima”, atribuindo, portanto, especial importância ao processo como a mudança ocorre em si. Estes aspectos exigem do designer considerações importantes no exercício de sua atividade projetual.

Mas antes de abordar o tema, valeria a pena discorrer um pouco mais sobre inovação social, a partir de referências no seu próprio campo de origem: as ciências sociais. Embora a literatura sobre o assunto seja mais ampla, verifica-se que também não existe um consenso em relação ao significado de inovação social. A matriz conceitual adotada pelo projeto *Social Innovation, Governance and Community Building – Singocom* parece corroborar para as reflexões que aqui se pretende fazer acerca de sua relação com a prática do design.

[...] inovação social – em ambas as suas dimensões de produto e processo – é caracterizada por pelo menos três formas de resultados, independentes ou combinados, alcançados por alguma forma de ação coletiva, em oposição à ação individual: 1. Ela contribui para satisfazer necessidades humanas não consideradas/satisfeitas de outro modo; 2. Ela aumenta o acesso a direitos (por exemplo, pela inclusão política, políticas redistributivas, etc.); 3. Ela amplia capacidades humanas (por exemplo, empoderando grupos sociais específicos, aumentando o capital social, etc.) (MOULAERT, 2007, p. 18-19).

Esta definição, além de considerar que existem as dimensões de produto e processo na inovação social, enfatiza o seu caráter coletivo e especifica melhor os tipos de resultado final que podem ser alcançados, os quais desencadeiam, via de regra, uma mudança nas relações de poder. A partir dessa premissa, pode-se considerar que a inovação social visa à mudança social e a gera, excluindo-se do campo “os efeitos sociais que quase todos os processos de inovação tecnológica ou organizacional inevitavelmente acabam por gerar por via do emprego, do consumo ou por outros meios menos diretos” (ANDRÉ; ABREU, 2006, p. 124).

Para efeito de análise, as inovações sociais podem ser classificadas e qualificadas de acordo com diferentes dimensões ou características e uma breve revisão bibliográfica permitiu identificar algumas alternativas, dentre as quais se julgaram mais pertinentes para auxiliar considerações sobre sua interação com o design as de Tardiff e Harrisson (2005) e André e Abreu (2006). No entanto, para análise dos estudos de caso que serão apresentados, preferiram-se as dimensões dos segundos, que são: natureza, estímulos, recursos e dinâmicas, agentes e meios inovadores ou criativos.

Do ponto de vista da sua *natureza*, as inovações sociais não são mercantis, escapam da ordem estabelecida, possuem caráter coletivo e são motivadas por in-

tenções que visam a transformações nas relações sociais, tendo como pressuposto, portanto, a atitude crítica e o desejo de mudar. Propõem uma nova forma de pensar ou fazer algo, representando uma mudança social qualitativa face a processos tradicionais. Assumem maior relevância no âmbito dos processos (inclusão social e capacitação dos agentes mais “fracos”), podendo ainda situar-se em domínios da sociedade muito variados.

Em relação aos *estímulos* geradores, caracterizam-se pela necessidade de vencer adversidades e riscos, pela possibilidade de aproveitar oportunidades e de responder a desafios e ainda pelo foco no desenvolvimento local, em termos de promoção de mudanças estruturais que promovam a capacitação individual e coletiva na identificação de soluções para os problemas.

Quanto aos *recursos e dinâmicas* que as suportam, os primeiros envolvem conhecimentos, saberes em geral, agentes altamente qualificados no início, além da existência de forte capital relacional, entendido como confiança interna e cooperação com o exterior. No que se refere às dinâmicas para consolidação e difusão, observa-se que este tipo de inovação raramente se autossustenta, por situar-se fora do âmbito mercantil; por outro lado, no momento em que a eficácia do produto ou processo é institucionalmente reconhecida, a inovação social é absorvida.

Já os *agentes* dessas iniciativas, em geral, emergem fora das instituições e frequentemente contra elas. São lideradas, assim, pelo protagonismo informal de um movimento social mobilizado por um objetivo. Contam com a participação de atores que estabelecem uma relação de agência ou de mediação com outras organizações da sociedade civil, principalmente do terceiro setor. Algumas vezes, entretanto, elas são promovidas por gestores de políticas públicas ou por entidades privadas (iniciativas de responsabilidade social), o que gera alguns conflitos de interesses e contradições.

Finalmente, quanto ao *meio* ou lugar onde ocorre a inovação social, ele pode ser tanto uma comunidade-território, com identidade e sentido de pertença, quanto um espaço-rede, constituído por nós e fluxos, materiais ou imateriais. No entanto, para que a inovação social ocorra, este meio deverá ser criativo, o que abrange quatro condições: *plasticidade* (entendida como organização e flexibilidade), *diversidade* sociocultural (ligada à abertura para o exterior), *tolerância* (admitindo correr riscos para inovar) e *espírito democrático* (permitindo a participação ativa dos agentes).

Quanto às últimas dimensões, vale destacar dois aspectos observados pelos autores, de interesse aqui. Na dimensão “agentes” a relação entre hegemonia e resistência é considerada crítica no processo. Questiona-se a capacidade dos agentes “fracos”, vulneráveis a algum tipo de exclusão, para inovar e, por outro lado, no caso de a inovação partir de agentes hegemônicos, os limites de sua disponibilidade para permitir o empoderamento dos agentes alvo da iniciativa. Na dimensão “meio”, para haver a participação ativa dos agentes, é preciso que eles tenham

capacidade para tomar decisões, que o façam efetivamente e sejam responsabilizados por elas, o que depende, em parte, do acesso às informações necessárias para isso.

Acreditamos que esta classificação preliminar possa auxiliar em reflexões relacionadas a *estratégia*, *escopo de projeto* e *protagonismo* dos diferentes atores no processo. As dificuldades, de certa forma, emergem da própria origem de cada uma das três expressões. As duas primeiras são provenientes da área de negócios, do mundo da gestão empresarial e da competitividade, pressupondo rigor, controle e liderança na condução de processos, além de foco nos resultados e em sua mensuração. Em contrapartida, a última está mais próxima da área de educação, embora a questão do protagonismo esteja também relacionada aos chamados *stakeholders* de um projeto, termo também muito utilizado do âmbito da gestão.

Manzini, ao tratar do design para a inovação social e a sustentabilidade (2008), destaca o forte componente estratégico que deve permear a atividade. Isto significa enxergá-la de forma ampliada, percebendo sua relevância além do processo de desenvolvimento de produtos em si, passando a abranger a geração de um valor superior a partir de práticas que produzam inovação (COSTA; SCALETISKY, 2010). O design estratégico pressupõe a disseminação de uma cultura do design em uma organização, não apenas do ponto de vista metodológico, mas contribuindo para uma mudança na perspectiva de compreensão dos contextos em que ela se insere. A partir daí consegue-se “traduzir necessidades e desejos, muitas vezes latentes e desconhecidos do consumidor, em uma oferta inovadora e diferenciada” (COSTA; SCALETISKY, 2010, p. 8).

O escopo de projeto, por sua vez, definido após o *briefing* (que inclui os requisitos e necessidades a serem atendidas), é considerado crucial em um processo de gestão. Nele são descritas: as principais atividades a serem realizadas para entregar o produto, serviço ou resultado com as funcionalidades e funções especificadas (deixando claro o vai ou não ser desenvolvido) (PMBOK, 2004); a sequência das atividades; a duração de cada uma; os recursos necessários; o cronograma; o planejamento de recursos; o orçamento e o plano de projeto.

Finalmente, o último termo que complementa a fundamentação teórica que se procurou construir até aqui, “protagonismo” de uso mais corrente nas artes cênicas, será tratado aqui na acepção utilizada no campo da educação, associando-se a abordagens pedagógicas emancipatórias, como a de Paulo Freire (1977). A palavra protagonismo, formada pelas raízes gregas “próton”, que significa o primeiro, e “agon/agonista”, que significa principal luta/lutador, poderia ser traduzida como lutador principal, personagem principal ou ator principal (COSTA, 2004). Ser protagonista é ser proativo na busca por alternativas para enfrentar os diversos problemas diante dos quais somos colocados no cotidiano. O protagonismo é um elemento fundamental na relação de hegemonia e resistência entre os

diferentes *stakeholders* ou agentes envolvidos em um projeto, com impacto direto nas duas últimas dimensões da inovação social apontadas anteriormente. Ocorre que, para que o protagonismo ocorra efetivamente entre os agentes que são alvo de uma iniciativa de inovação social, muitas vezes é necessário um processo pedagógico no qual esses agentes passam a desvelar a realidade objetiva e desafiadora sobre a qual deve incidir sua ação transformadora, inserindo-se nela criticamente. A primeira questão que se coloca aqui é qual o protagonismo do designer em tais projetos; a segunda é qual o seu papel, se possível, no fortalecimento do protagonismo dos agentes “mais fracos” e alvo de uma atividade de inovação social. A estas duas questões procura-se responder com a proposta de que o designer atue como um mediador ou “facilitador” do processo. Mas quais as habilidades e os instrumentos necessários ao designer para este fim?

Para analisar a aplicação destes três parâmetros na prática projetual, a seguir são brevemente apresentadas algumas experiências vivenciadas em ações em que pretendeu-se contribuir com processos de inovação social.

Refletindo sobre algumas experiências

A primeira experiência, embora realizada muito tempo atrás (de meados 1970 a meados de 1980), em um período em que não se tinha o conhecimento do arcabouço teórico apresentado, contém elementos que muito se aproximam da abordagem da inovação social e sustentabilidade. Do ponto de vista de sua *natureza (resultado final pretendido)*, visava a *promover um processo de mudança social em favela carioca, abrangendo o fortalecimento do sentido de comunidade, a valorização do território e realização de melhorias com envolvimento dos moradores*. Teve o caráter voluntário e o *meio* em que se passou foi a comunidade-território *localizada* na cidade do Rio de Janeiro, conhecida hoje como favela ou comunidade de Santa Marta, situada no bairro de Botafogo, na Zona Sul. Na época não havia associação de moradores e um militar reformado ocupava algumas funções de liderança e representação, de modo que a população local estava bastante desmobilizada, um pouco também em decorrência do abandono das políticas públicas em relação a estes locais após o fracasso dos programas de remoção. Os principais *agentes* envolvidos foram dois: o Grupo Eco (on-line), formado por jovens moradores da favela, e um grupo de jovens estudantes universitários de classe média oriundos de uma escola de elite das imediações.

A partir da promoção de uma série de atividades culturais e de lazer no local, como a encenação amadora de peças de teatro, a organização de colônias de férias para as crianças moradoras e a edição de um jornal local chamado Eco, o que deu nome ao grupo, estes jovens do lugar começaram a ser reconhecidos no *meio*, transformando-se, pouco a pouco, em uma liderança local; ocupavam um espaço que não

concorria com o de outras lideranças, como a do tráfico de drogas e a do bloco de carnaval, ao mesmo tempo em que, ao atender às crianças, angariava simpatia da população moradora. O jornal contribuía para dar um sentido de comunidade ao território, reunindo relatos do cotidiano e funcionando como uma caixa de ressonância dos sonhos e expectativas de melhoria. De outra parte, o grupo de jovens universitários se aproximou do lugar visando a um ativismo social pautado, principalmente, pela leitura de Paulo Freire (1977) e de autores ligados à então chamada “Teologia da Libertação”. O contato iniciou-se a partir da realização de atividades junto a uma obra social localizada no acesso à favela, denominada PONSA – Pequena Obra de Nossa Senhora Auxiliadora, tais como o ensino de adultos, a recreação de meninos que faziam o carroto em feiras livres e o desenvolvimento de brinquedos para crianças da creche, a partir da reciclagem de embalagens. A relação entre os dois grupos se deu a partir do envolvimento dos últimos no grupo de teatro, seguido da colônia de férias, posteriormente, estendendo-se à própria colaboração com o jornal.

A interação se fortaleceu em base de laços de amizade e compromisso em que sempre a condução principal dos processos esteve com o grupo Eco. Quanto aos *estímulos* que funcionaram como mola propulsora das ações dos dois grupos de agentes, estes incluíram diversos desafios à organização e melhoria das condições de vida do lugar, tais como: a reestruturação da associação de moradores, a candidatura do grupo ECO à diretoria da associação e a construção de sua sede; o desenvolvimento de uma planta da favela com os “caminhos” do lugar, a atribuição de nome a eles e a confecção de placas em cada esquina, para viabilizar o acesso à iluminação elétrica; a realização de mutirões para retirada do lixo acumulado em valas de escoamento de água de chuva associados a programas de combate a vetores, o fortalecimento da colônia de férias e do próprio jornal etc.

O Quadro a seguir sintetiza as principais características desta primeira experiência.

Quadro 1 Quadro-síntese das dimensões da inovação social na experiência 1.

Natureza	Mudança social em favela carioca: fortalecimento do sentido de comunidade, valorização do território e realização de melhorias.
Meio	Comunidade-território favela Santa Marta – Rio de Janeiro/RJ
Principais agentes	Jovens moradores do Grupo Eco (1), e grupo interdisciplinar voluntário de universitários/jovens profissionais (2).
Estímulos geradores	Interesse do Grupo Eco em desafios à organização e melhoria das condições de vida local (1 e 2); Ativismo social baseado em Paulo Freire e na Teologia da Libertação (2)
Recursos e dinâmicas	Reuniões, ações culturais e de lazer; reestruturação da Associação de Moradores; ações de urbanização e pequenas melhorias ambientais.

Que lições foram aprendidas com esta experiência em termos dos parâmetros norteadores da prática de projeto em design?

Em primeiro lugar, esta experiência demonstrou que o sucesso de iniciativas dessa natureza depende do *protagonismo* de liderança dos agentes alvo das ações de inovação social. Estes agentes devem ter capacidade para formular e explicitar suas propostas aos demais atores envolvidos, assim como para ouvir visões e interesses divergentes, e chegar a propostas convergentes, sem perder sua essência original. Observou-se também que, quando o *meio* em que ocorre o processo é uma comunidade-território, esta circunstância pode favorecer o protagonismo desses agentes pelo fato de possuírem grande familiaridade com o local, o que propicia a problematização. No entanto, também podem estar envolvidos em conflitos com outros agentes locais, o que pode prejudicar processos e resultados das ações. O protagonismo do designer, nesse tipo de situação, deve ser o de facilitador e não o de líder na condução dos processos. Para isso é preciso ter habilidade para construir laços de confiança e um bom trânsito entre os diferentes agentes, o que exige escuta atenta e disponibilidade para colaborar em situações emergenciais, que frequentemente ocorrem nesses ambientes, desde que compatíveis com suas competências e com os princípios fundamentais da inovação social; além disso, em um meio do tipo comunidade-território, onde as dinâmicas ocorrem durante o tempo livre dos agentes locais, será muito importante a participação em atividades culturais e de lazer com os agentes, quando convidado.

Por outro lado, estes agentes locais possuem, em geral, uma percepção muito limitada em relação ao que seja design, associando-o a desenho, decoração ou forma chamativa e inusitada que deixa um objeto mais caro e, portanto, inacessível, ou voltado a outro contexto social. Nesse contexto, a *estratégia de gestão* baseou-se em quatro pilares. O primeiro foi a opção, com base em Paulo Freire, de não explicar, a priori, quais eram as competências específicas do design e como poderiam contribuir, em linhas gerais, naquela situação. A opção foi construir uma visão sobre o papel do design no processo, por meio do design participativo. O segundo pilar, associado ao primeiro, foi não apresentar uma proposta pronta de projeto ao grupo e sim, a partir de demandas identificadas em conjunto, sugerir o seu papel nelas. Uma vez aceito pelos demais este papel, definiam-se um escopo, procedimentos, etapas e um tempo de duração, sempre em articulação com os demais. O terceiro pilar foi a manutenção de um permanente diálogo com os agentes, garantindo o acompanhamento e sua participação em todos os momentos de tomada de decisão de cada projeto. E o último pilar dizia respeito aos critérios de escolha de projetos prioritários e da definição de procedimentos na sua condução, devendo levar em conta eventuais interesses conflitantes entre os agentes locais (em diálogo com os protagonistas principais); isto pode significar,

em alguns momentos, inverter um encadeamento considerado mais lógico, em um primeiro olhar.

Em decorrência dos dois primeiros pilares da estratégia de gestão, o *escopo* dos projetos iniciais respondia apenas àquela percepção limitada do design. Mas tais projetos possuíam um caráter pedagógico, cujos métodos iam se explicitando e em que as ferramentas de projeto eram exercitadas e, tanto no processo quanto na apresentação dos resultados, procurava-se construir uma nova visão do design. O segundo aspecto importante em relação ao escopo foi que os projetos de design sempre se constituíam como uma parte de um projeto maior, onde funcionavam como um meio, uma “plataforma de capacitação” ou “sistema facilitador”, fazendo referência aos termos usados por Manzini (2008) ao abordar o design para a inovação social e sustentabilidade.

Finalmente, quanto à *dimensão temporal* da prática de projeto, esta experiência evidenciou que, em uma situação em que a *natureza* se associa à melhoria de condições de vida locais, a participação da grande maioria dos agentes desses locais é voluntária e, portanto, as dinâmicas ocorrem nos períodos de tempo livre, concorrendo com diversas outras atividades familiares, culturais e de lazer que podem ocorrer dentro ou fora da comunidade. Esta situação impacta diretamente na duração dos projetos e, portanto, é preciso que o planejamento procure sempre respeitar e não se sobrepor a estas atividades, prevendo-as no cronograma, sempre que possível. Como esta experiência durou cerca de dez anos, neste período foi possível entender que havia um conjunto de atividades que se repetia regularmente na comunidade e também participar de uma série deles (Folia de Reis, Procissão de São Sabastião, Banho de Mar a Fantasia etc.), o que foi fundamental para a interação com diferentes agentes, compreender relações e valores que permeavam a cultura local.

Quadro 4 Parâmetros norteadores da prática de projeto na experiência 2.

Protagonismo	Liderança dos agentes alvo da ação: importância da capacidade para formulação de propostas diante de agentes internos e externos e de lidar com divergências de modo a evitar conflitos com outros agentes; o meio do tipo comunidade-território favorece este tipo de liderança. Designer como protagonista facilitador: importância da construção de laços de confiança e trânsito entre diferentes agentes, participação em atividades comunitárias, quando convidado.
Estratégia de gestão	Construção de visão sobre o papel do design pela ação; capacitação na prática. Projeto elaborado em conjunto com agentes, a partir de demandas locais. Diálogo permanente com agentes, participando de tomadas de decisão no processo. Priorização de projetos observando possibilidade de contemplar interesses de diferentes agentes, de modo a evitar conflitos e fortalecer o grupo.

(continua)

Quadro 2 Parâmetros norteadores da prática de projeto na experiência 1. (*continuação*)

Escopo de projeto	<p>Projetos iniciais de caráter pedagógico, ainda que reflexo de uma visão limitada do potencial do design em sua formulação; processos e resultados trabalhados para permitir a ampliação dessa percepção.</p> <p>Projeto de design como parte de um projeto maior, elaborado em conjunto com os agentes locais e funcionando como plataforma de capacitação e sistema facilitador.</p>
Dimensão temporal	<p>Participação voluntária de agentes no tempo livre exige que cronograma seja expandido e se compatibilize com a agenda de eventos locais, nunca concorrendo com ela. Tempo para participação dos designers nesses eventos é desejável.</p>

A segunda experiência que se traz aqui para reflexão já foi publicada no âmbito do *IV Fórum Design as Process*, realizado na UEMG, em Belo Horizonte, em 2012 (SOUSA, 2014). Teve o caráter de uma consultoria profissional, e não de uma atividade acadêmica. Do ponto de vista de sua *natureza* (resultado final pretendido), voltava-se ao desenvolvimento local do Estado do Amapá, tendo se desenrolado durante dois anos (2005 e 2006), a partir de uma situação-problema identificada por um *designer* funcionário do Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (o principal *agente*, condutor do processo): a utilização de grafismos indígenas marajoaras e tapajônicos (originários do Pará) por ceramistas locais em seus artefatos, o que não contribuía para a valorização do seu próprio território. Somava-se ainda o desconhecimento, não somente por parte deles, mas também da maioria da população amapaense da rica iconografia de povos indígenas locais também extintos no contato com os portugueses, notadamente os cunanis e os maracás. O outro *agente hegemônico* na iniciativa foi o governo do Estado, envolvendo diversas secretarias e institutos. Foi necessário envolver ainda o Museu Emilio Goeldi, do Pará, pois era lá que estavam guardadas as referências originais dos grafismos em pauta. Outros agentes atuantes foram representantes de associações de artesãos e pequenos empresários do setor moveleiro, além de designers consultores para desenvolvimento de uma publicação sobre os povos maracá e cunani, e seus grafismos, e para realização de oficinas de capacitação dos artesãos. Estes últimos, juntamente com o funcionário do Núcleo de Design do Sebrae local, acreditavam que a iniciativa teria um cunho de marketing de território, por um lado, mas também de inovação social por outro, na medida em que se difundiria, junto aos artesãos e à população em geral, o conhecimento de um elemento primário da identidade histórica daquele território. Acreditavam que este conhecimento seria importante para sua autoestima, valorização da própria cultura, criatividade e empoderamento diante de agentes externos.

O Quadro 3 a seguir sintetiza as principais características desta segunda experiência.

Quadro 3 Quadro síntese das dimensões da inovação social na experiência 2.

Natureza	Capacitação de pequenos produtores e promoção e fortalecimento de feiras de negócios.
Meio	SEBRAE e artesãos e pequenas empresas – Macapá/AP
Principais agentes	Técnicos do SEBRAE (1), funcionários de órgãos governamentais (2), Museu Paraense Emílio Goeldi (3), associações de artesãos e de fabricantes de móveis (4), consultores de design (5).
Estímulos geradores	Iniciativa do SEBRAE de fortalecimento da identidade local a partir do uso de grafismos indígenas em artefatos; falta de conhecimento da população local sobre seus antepassados.
Recursos e dinâmicas	Reuniões de planejamento entre os agentes 1 e 5; divulgação e discussão das propostas aos agentes 2 e 4; consulta e acesso a acervo do agente 3 pelo agente 5, com intermediação dos agentes 1 e 2.

Que lições foram aprendidas em termos dos parâmetros norteadores da prática de projeto em design com esta segunda experiência?

Em relação ao *protagonismo*, a condução do processo, nesse caso, foi feita por muitos agentes, às vezes com interesses conflitantes, e alguns deles profundamente hegemônicos, enquanto que os agentes alvo do “benefício” tinham pouquíssima consciência disso, e muito menos ainda, influência nas dinâmicas. Os artesãos, a priori, enxergavam a ação mais como uma oportunidade de se promover ou vender mais ao atenderem às diretrizes daqueles que organizavam as principais feiras de negócios do estado. Esta foi uma das principais dificuldades desta experiência: induzir um processo de inovação social, em meio a tantos agentes hegemônicos e com interesses conflitantes. O conflito e o baixo protagonismo daqueles que seriam os “beneficiários” fizeram com que o projeto fosse mais direcionado ao marketing de território no período de sua implantação e que funcionasse ainda como plataforma política para reeleição do governador do estado, com base no apelo ao sentimento de “amapalidade”. Aprendeu-se com esta experiência que o *protagonismo do designer*, sobretudo quando inserido nela por meio de um agente hegemônico, deve exercitar muito a escuta e observação para perceber a visão e as necessidades dos agentes alvo da ação; e a partir daí procurar empoderar estes agentes com atividades de capacitação, de valorização de sua autoestima e autoconfiança. Deve atuar como “ponte”, procurando construir um diálogo mais igualitário com os demais atores.

Quanto à *estratégia de gestão*, a experiência mostrou que é preciso deixar claro aos agentes hegemônicos, quando atuando em uma consultoria profissional a um deles, tanto o que se pode esperar do designer quanto a importância e o papel do protagonismo dos atores-alvo para o sucesso da iniciativa, ressaltando suas demandas e visões, procurando incluí-los nos processos de tomada de decisão. No entanto, diante de muitos atores querendo buscar uma atuação hegemôni-

ca, é fundamental identificar potenciais alianças e procurar construí-las, sabendo quando e como envolver cada ator no processo, criando momentos específicos de interação com cada um ou com subgrupos e buscando as convergências de interesse como subsídio para o planejamento e alinhamento do projeto.

Do ponto de vista do *escopo de projeto*, a necessidade de capacitação dos agentes frágeis e o manejo de disputas pela hegemonia na condução do processo poderão exigir mudanças e ampliações, devendo-se tomar o cuidado para que tais mudanças não comprometam o resultado final pretendido, em termos de inovação social. Além disso, estas mudanças podem implicar ajustes no cronograma e nos custos do projeto, o que precisa do “de acordo” prévio do agente contratante.

Finalmente, a *dimensão temporal* nessa experiência, teve dois condicionantes principais: o prazo definido pelo contratante e a frequência definida com ele, dos encontros com os demais atores, durante o processo. Neste caso o tempo de interação foi muito pequeno e sempre mediado pelo agente contratante, o que limitou muito o aprofundamento das interações com os demais atores do processo. Em tais circunstâncias, pode-se prever ações posteriores, mesmo sem sua participação direta, e buscar uma forma de acompanhá-las a distância. Os resultados deste caso em termos de inovação social ocorreram muito tempo depois do encerramento do projeto de design e fora do controle dele, na verdade à revelia de qualquer tentativa de gestão, com a apropriação progressiva do tema por parte de empreendedores, de artistas, artesãos, de pesquisadores, blogueiros e outros atores da sociedade civil local, que passaram a tratar do assunto como parte de sua história.

Quadro 4 Parâmetros norteadores da prática de projeto na experiência 2.

Protagonismo	Quando os agentes-alvo são frágeis e o designer é inserido no processo por meio de agente hegemônico, a observação e escuta dos primeiros auxilia no seu empoderamento, podendo exigir atividades de capacitação e fortalecimento de autoestima. O designer deve atuar como “ponte” para construir um diálogo igualitário.
Estratégia de gestão	Deixar claro a agentes hegemônicos contratantes do designer: o que se pode esperar dele e a importância do protagonismo dos atores alvo da iniciativa, em tomadas de decisão. Diante de disputas pela hegemonia, é fundamental construir alianças separadamente, buscando convergências e ajustando o projeto a elas. Reuniões conjuntas com muitos atores disputando a hegemonia podem gerar desgaste e colocar em risco o projeto. A estratégia de gestão de marca pode ser útil em processos que envolvem o fortalecimento de identidades locais e sua aplicação em produtos e serviços. No entanto é preciso construir a percepção do valor e do sentido de marca coletiva.

(continua)

Quadro 4 Parâmetros norteadores da prática de projeto na experiência 2. (continuação)

Escopo de projeto	O escopo inicial muito provavelmente sofrerá ajustes para contemplar o empoderamento dos agentes frágeis, assim como para se alinhar com os interesses de agentes em disputa pela hegemonia. Uma gestão cuidadosa deve zelar pelo atendimento aos objetivos de inovação social pretendidos. Mudanças devem ser acordadas com o contratante previamente.
Dimensão temporal	A atuação do designer pode durar um tempo curto, mas deixar uma semente e terreno fecundo para que o processo efetivo de inovação social se consolide depois.

A terceira experiência ocorreu no âmbito acadêmico, tendo sido realizada como atividade de extensão universitária, junto ao curso de design da FAUUSP – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (*meio* em que se estruturou e onde ocorriam as reuniões de planejamento e execução de projetos), acompanhado por esta pesquisadora durante os anos de 2011 e 2014. A iniciativa surgiu de um grupo de alunos da graduação que, interessado em desenvolver ações de cunho social, criou o Projeto Colabora. O principal objetivo do que foi chamado de “projeto” era (*natureza* da atividade) “estender o conhecimento acadêmico para fora da universidade, em projetos que busquem a transformação e o desenvolvimento social” (2015, on-line).

De caráter informal e sem fins lucrativos, o grupo era formado por alunos que aderiam voluntariamente ao projeto e assumiam atividades, de acordo com sua competência e disponibilidade, por certo tempo, o que deu ao grupo uma configuração flutuante. Inicialmente dele participavam apenas alunos do curso de design, tendo posteriormente a adesão de alunos de outros cursos como Arquitetura, Ciências Sociais, Pedagogia, Nutrição, e ainda alguns de fora da USP. Os principais *agentes* do projeto eram os próprios alunos, mas, ao precisarem de uma chancela da Universidade para se apresentarem a potenciais beneficiários de suas ações, procuraram um professor para funcionar como esta interface institucional, além de auxiliá-los em eventuais subsídios teórico-metodológicos.

Com relação à *dinâmica*, as reuniões do grupo, com a empolgação do ativismo, ocorriam com grande frequência no início, mas nem sempre eram planejadas com antecedência e seguiam um calendário regular, como é comum em grupos informais. Sua duração e alguns encontros com convidados diversas vezes ocorriam em paralelo às aulas, o que gerava conflitos com os professores e desconforto para aquele que, em tese, fazia a interface com a universidade. Ou seja, identifica-se aqui um forte *protagonismo* dos alunos no processo, mas uma relação um pouco conflituosa na busca de autonomia diante da instituição da qual, de certa forma, dependiam para se estruturar como grupo e para seu reconhecimento para fora da Universidade. A população flutuante do grupo também criava algumas dificuldades na interlocução, tanto dentro quanto fora da Universidade, com os demais agentes

envolvidos em cada atividade. Por outro lado, o ambiente acadêmico e as frequentes reuniões do grupo favoreceram a leitura e discussão de algumas referências teóricas, práticas e metodológicas sobre design social, design empático, *design thinking* e pedagogias emancipatórias, que muito auxiliaram na interação e no planejamento das ações. Constituía-se como um *meio bastante criativo* e que buscava inovação e impactos efetivos, tanto em termos de resultados quanto de processos.

Outra característica da *dinâmica* desse grupo era o envolvimento em projetos sequenciais, e não em paralelo. Ao menos essa era a proposta inicial, de modo a ganhar experiência. A cada projeto se definia o escopo, o tempo previsto de duração, a equipe e responsáveis por cada atividade relacionada. Quanto aos *recursos* materiais e financeiros necessários, a tendência era buscá-los na medida em que surgia a necessidade, sem um planejamento maior. O recurso espaço já era considerado como dado, a priori: as instalações da Faculdade. A cada nova atividade, apesar da firme decisão de alguns membros do grupo quanto a não receber qualquer tipo de subsídio, elaborava-se um novo projeto de extensão, após a definição do *briefing* e do escopo do projeto a ser desenvolvido, de modo a conseguir algum recurso na própria Universidade.

A primeira atividade desse grupo se desenrolou junto à ABDIM – Associação Brasileira de Distrofia Muscular, durante o período de um ano. O interessante dessa iniciativa é que a aproximação entre os alunos e a Associação, em parte decorrente da inexperiência dos primeiros, não se deu a partir de um projeto, mas da apresentação das partes uma à outra em alguns encontros, em que o conhecimento das potencialidades de um lado, e das demandas e interesses, de outro, levou à proposição de um *briefing* e de um *escopo* de projeto, que se direcionaram às cuidadoras dos pacientes. A ideia era fortalecer os laços entre elas, pelo fato de enfrentarem um problema em comum. E também aproveitar o tempo ocioso de que dispunham, enquanto esperavam pelas sessões de atendimento do paciente; e ainda os equipamentos de costura disponíveis no local. Finalmente, havia o desejo de gerar uma fonte de renda para subsidiar as atividades da Associação. Assim, a proposta de intervenção de design abrangeu dois projetos distintos, mas complementares: a criação de uma marca e logo para identificação do grupo de cuidadoras – que veio a chamar-se “Entrelaços” (<http://www.projetc colabora.org/entrelacos/>) – e de um modelo de bolsa que pudesse ser por elas confeccionado para geração de renda. Ambos foram desenvolvidos de forma colaborativa, entre os dois grupos de agentes. Ao final deste projeto do grupo Colabora, seus membros promoveram um seminário em auditório da FAUUSP para apresentação dos resultados aos demais alunos e professores do curso de design, assim como aos pacientes atendidos pela ABDIM e seus familiares. Depois do projeto encerrado, o grupo de mães prosseguiu sozinho, transformando-se em cooperativa e vendendo cópias da bolsa criada, que incluía elementos customizados.

No Quadro 5 a seguir, procuraram-se sintetizar as principais características desta última experiência abordada.

Quadro 5 Quadro-síntese das dimensões da inovação social da experiência 3.

Natureza	Estender o conhecimento acadêmico para fora da universidade, em projetos que buscassem a transformação e o desenvolvimento social.
Meio	Atividade de extensão realizada nas dependências da Faculdade de Arquitetura da USP e da Associação Brasileira de Distrofia Muscular – São Paulo/SP
Principais agentes	Estudantes do curso de graduação em design (1), professora do curso de design (2), outros estudantes da USP (3), direção e cuidadoras de pacientes atendidos pela ABDIM (4), professores do curso de design (5).
Estímulos geradores	Desejo de inserção social dos estudantes em atividades práticas a partir de demandas potenciais identificadas, abrindo perspectivas para novas formas de atuação profissional.
Recursos e dinâmicas	Reuniões semanais de planejamento entre os agentes 1, 2 e 3; reuniões semanais de interação entre os agentes 1, 3 e 4 para desenvolvimento de atividades; utilização de espaços da Faculdade, recursos financeiros da USP e equipamentos dos alunos; aproveitamento da infraestrutura de oficina da ABDIM e de competências das cuidadoras.

E finalmente, que lições foram aprendidas com esta última experiência?

Refletindo sobre esta experiência em relação ao *protagonismo*, em uma situação de projeto de extensão, vale destacar o papel de um professor no sentido de orientar os alunos sobre sua postura em relação a agentes-alvo frágeis, valorizando seus saberes, fortalecendo sua autoestima e procurando fazer emergir seu protagonismo no processo. E também o papel desse mesmo professor de permanecer em uma situação de suporte e não assumir a liderança quando a iniciativa da ação partir dos próprios alunos, como nesse caso. No entanto, é preciso, eventualmente, chamar sua atenção quando existem potencialidades de conflito com outros agentes, como no caso de outros professores, pela “invasão” de seu espaço sem seu consentimento prévio.

Quanto à *estratégia de gestão*, esta experiência reforçou a importância da realização de reuniões quando o projeto de design envolve muitas pessoas, quando o compromisso é voluntário e a população flutuante, de modo a manter o foco, nivelar o conhecimento sobre o andamento dos processos, dividir as tarefas e monitorar sua execução. A criação de outros canais de comunicação para acompanhamento, internos ao grupo, é muito útil. Outro aspecto que mereceu atenção neste caso, em virtude da população flutuante de estudantes de design envolvidos, foi a manutenção de um mesmo estudante como líder na condução da interface de determinado subprojeto com os agentes-alvo; este cuidado foi fundamental para consolidação dos laços de confiança entre eles. E mesmo com um grupo grande,

a decisão de realizar projetos-piloto iniciais, de menor complexidade, de modo a construir competência e a alcançar resultados concretos compatíveis com as habilidades dos seus membros demonstrou ter sido acertada.

Quanto ao *escopo* do projeto, da mesma forma que na primeira experiência, neste caso construiu-se a proposta no processo de interação com os agentes-alvo, tendo-se em vista as diretrizes de gestão pré-definidas pelos estudantes de design. E da mesma forma que na segunda experiência, o escopo também abrangeu uma etapa inicial de esclarecimento sobre a abrangência do campo de atuação do design, assim como oficinas para empoderamento e capacitação dos agentes-alvo. Mas o escopo ampliou-se também no final, incluindo ações para divulgação dos produtos gerados – visando contribuir com os agentes em sua comercialização –, e dos resultados finais do projeto – visando a uma maior aproximação com atores não participantes diretamente da iniciativa, mas que poderiam ter impacto positivo ou negativo sobre ela, como os demais professores da faculdade, os pacientes da associação e seus familiares.

Finalmente, em relação à *dimensão temporal*, observou-se a necessidade de “frear” certa pressa comum entre jovens estudantes em relação ao *timing* dos agentes-alvo da iniciativa. O meio em que as interações entre eles se desenrolava, as dependências da ABDIM, criava um condicionamento de tempo limitado à sua permanência lá, que durava o tempo do atendimento da criança com distrofia. Assim, as atividades devem ser planejadas de acordo com este tempo. Também a duração das reuniões entre os estudantes, em função de ocorrerem no espaço da Faculdade, deveriam respeitar as dinâmicas desse local. Pareceu também bastante acertada a decisão, alinhada com a gestão estratégica, de realizar, neste caso, um projeto de menor complexidade, cujos resultados finais pudessem ser atingidos em um prazo de um ano, o que também contribuiu para a manutenção do estímulo no grupo de estudantes.

Quadro 6 Parâmetros norteadores da prática de projeto na experiência 3.

Protagonismo	<p>Importância do empoderamento para o protagonismo de agentes-alvo frágeis.</p> <p>Designer não se colocar como possuidor de conhecimento mais “nobre”, mas buscar a construção de uma relação de igual-para-igual.</p>
Estratégia de gestão	<p>Realização de reuniões regulares e criação de canal de comunicação entre grupo de designers para manutenção do foco, informação e monitoramento do processo.</p> <p>Projetos sequenciais de complexidade crescente para construir competência, aproveitar habilidades existentes e consolidar bons resultados.</p> <p>Manutenção do mesmo representante na interface com agentes-alvo.</p>

(continua)

Quadro 6 Parâmetros norteadores da prática de projeto na experiência 3. *(continuação)*

Escopo de projeto	<p>Construção do escopo a partir de necessidades identificadas junto com os agentes-alvo da iniciativa, em sintonia com as diretrizes de gestão.</p> <p>Pode exigir tarefas preliminares para empoderamento e capacitação de agentes, assim como posteriores, para garantir a continuidade da iniciativa após a atuação dos designers, e para conquistar a simpatia de atores com potencial intervenção indireta no processo.</p>
Dimensão temporal	<p>Evitar a “pressa” natural em grupos de estudantes de design; observar as condições e possibilidades de interação existentes, tanto entre o grupo, quanto entre eles e os agentes-alvo, no planejamento e condução dos processos.</p> <p>Preferir projetos iniciais menos complexos e de duração menor, cujos resultados possam ser alcançados e avaliados em menor prazo.</p>

Revedo as abordagens da estratégia, do escopo de projeto e do protagonismo

Conforme se procurou evidenciar, as experiências em design voltado à inovação social podem ser muito diversas, o que exige que se estabeleçam alguns parâmetros para melhor analisá-las, identificando potencialidades, pontos fortes e fracos; e para delinear estratégias de ação, em função de suas características e dos resultados pretendidos. A partir do referencial teórico proposto, acredita-se ter traçado algumas bases sobre as quais seria possível construir uma tipologia desses casos, a partir das cinco dimensões propostas por André e Abreu (2006). Como desdobramento, poderia se discutir ainda os parâmetros propostos por Tardif e Harrison (2005) e Bignetti (2011), entre outros autores, assim como os resultados de sua utilização em outras pesquisas de design, como ferramenta de análise e planejamento estratégico de ações.

Observou-se ainda que os aspectos apontados no trabalho de Del Gaudio, Oliveira e Franzato (2014), notadamente o tempo e a relação entre os agentes intervenientes, são fundamentais na viabilização dessas iniciativas, assim como na sua implementação e consolidação.

Quanto à abordagem estratégica, ao escopo do projeto e ao protagonismo, observa-se que o projeto de design nesses contextos, em geral, emerge como parte e instrumento de um projeto maior, nem sempre explícito, de início. Dessa forma, a abordagem estratégica pode exigir, em um primeiro momento, a realização de atividades em que, a partir de uma necessidade existente, e mesmo de uma visão eventualmente limitada sobre o design, se constrói uma nova visão, mais abrangente. Amplia-se assim ou mesmo altera-se o escopo do projeto, incluindo-se fases preliminares ou outras eventualmente não usuais nos modelos tradicionais, com

o objetivo de evitar a imposição de uma proposta que, ainda que imbuída de uma intenção de inovação social, não encontra a aderência necessária junto aos agentes-alvo do pretense benefício, por não a perceber como tal. O escopo de projeto, ainda que possa ser construído com o apoio de métodos e estratégias de design, em que o protagonismo do designer é chave, precisa ser compreendido pelos demais agentes como o resultado de uma construção coletiva. O “fio da navalha” da atuação do designer nesses cenários reside na compreensão do seu lugar no processo. E a partir desse lugar – que não é o de protagonista nem o de instrumento de interesses de agentes hegemônicos externos, mas de facilitador, de mediador –, identificar as melhores estratégias e métodos de abordagem.

Para tanto, as abordagens da psicologia humanista, da antropologia e das pedagogias emancipatórias podem dar uma importante contribuição ao processo de gestão das inovações sociais, devendo se acompanhar, por meio da pesquisa acadêmica, a sua utilização em atividades de design para inovação social, de modo a construir novas propostas ou abordagens metodológicas de projeto.

Referências

- ABBONÍZIO, M. A. O. **Aproximação teórica das intervenções de design no artesanato com os princípios pedagógicos de Paulo Freire: caminhos para uma prática emancipatória.** Dissertação (Mestrado em Design) – Setor de Ciências Humanas e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009.
- ANDRÉ, I.; ABREU, A. Dimensões e espaços da inovação social. *Finisterra*, v. XLI, n. 81, p. 121-141, 2006.
- APPADURAI, A. **The future as a cultural fact: essays on the global condition.** London: Verso, 2013.
- BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*. v. 47, n. 1. p. 3-14, jan./abr. 2011.
- BONSIEPE, G. **Teoría y práctica del diseño industrial.** Elementos para una manualística crítica. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
- _____. **Design do material ao digital.** Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.
- CAPRA, F. **The hidden connections: a science for sustainable living.** New York: Doubleday, 2002.

- COLABORA. Disponível em: <<http://projetocolabora.org/site/>>. Acesso em 9 nov. 2015.
- COSTA, A. C. G. **Protagonismo juvenil**: o que é e como praticá-lo. Disponível em: <http://www.institutoalianca.org.br/Protagonismo_Juvenil.pdf >. Acesso em: 9 nov. 2015.
- COSTA, F. C. X.; SCALETISKY, C. C. Design Management & Design Estratégico: uma Confusão Conceitual? In **Anais do 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2010.
- DEL GAUDIO, C.; OLIVEIRA, A. J.; FRANZATO, C. O tempo do design participativo. In **Proceedings do 11º P&D Design**. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Gramado, 2014. São Paulo: Blucher, 2015.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- MALDONADO, T. **Design, nature and revolution**. Toward a critical ecology. New York: Harper & Row, 1972.
- MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. Um “modelo social” de design: questões de prática e pesquisa. **Revista Design em Foco**, ano 1, v. 1. n. 1, p. 43-48, jul.-dez. 2004.
- MOULAERT, F. (Coord.). **EU Research on social sciences and humanities: social innovation, governance and community building (SINGOCOM Final report 2005)**. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007.
- OECD. **Manual de Oslo**: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Rio de Janeiro: OCDE; Eurostat; FINEP, 2005.

- PAPANÉK, V. **Diseñar para el mundo real**. Ecología humana y cambio social. Madrid: Hermann Blume, 1977.
- PMI. **PMBOK**. Um guia do conjunto de conhecimentos em gerenciamento de projetos. 3. ed. Pennsylvania: Project Management Institute, 2004.
- SOCIEDADE DE EDUCAÇÃO E PROMOÇÃO SOCIAL. **Grupo Eco**. Disponível em: <<http://www.ser-eco.org/grupoeco.htm>>. Acesso em: 8 nov. 2015.
- SOUSA, C. S. M. Craftsmanship revitalization through the use of local iconographic memory: Between territorial marketing and social innovation approaches. In MORAES, D.; DIAS, R. A.; SALES, R. B. C. (Ed.). **Diversity: design/humanities**. Proceedings of Fourth International Forum of Design as a Process. Barbacena: EdUEMG, 2014.
- TARDIF, C.; HARRISSON, D. Complémentarité, convergence et transversalité: la conceptualisation de l'innovation sociale au CRISES. In **CRISES**. Centre de Recherche Sur Les Innovations Sociales. Cahiers du CRISES. Québec, 2005.
- WATANABE, B. Y. **Design gráfico situado: o caso da favela Santa Marta**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Instituto Alberto Luiz Coimbra de pós-graduação e pesquisa de engenharia (COPPE) da Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

Design social ou design para a inovação social? Divergências, convergências e processos de transformação

Carla Cipolla

O objetivo desta contribuição é trazer à luz uma discussão sobre as distinções entre o design social e o design para inovação social. O título intende apresentar um caráter instigador. Considerando a enorme relevância de ambas, não há aqui a intenção de criar “caixas” onde classificar rigidamente as práticas e definições, mas sim trazer uma contribuição sobre as perspectivas da prática de design atual e contribuir para uma reflexão sobre o sentido estratégico de nossas próprias práticas.

Muito do que será exposto nas próximas páginas parte de uma revisão da literatura do design social e do design para a inovação social, baseada na análise de textos de autores renomados em cada definição. O quadro conceitual fundamenta-se implicitamente em estudos e discussões realizadas em projetos internacionais de pesquisa sobre inovação social e as práticas da rede Design para a Inovação Social e Sustentabilidade – DESIS, iniciativas das quais a autora é parte integrante. Especificamente, a experiência da autora nas atividades do grupo temático Informal, Formal e Colaborativo – IFC foi elemento fundamental na redação do presente capítulo. O grupo reúne laboratórios DESIS em diversos países na África e na América Latina e dedica-se à compreensão da prática de design para a inovação social no contexto dos assentamentos informais e comunidades carentes.

Relações entre as palavras design e social: origens e perspectivas

Design social

Nesta seção analisamos dois autores históricos para o desenvolvimento do design social e suas definições (Victor Papanek e Victor Margolin).

“Há profissões mais prejudiciais do que o design industrial, mas muito poucas” (PAPANEK, 1985, p. ix) Esta é a declaração de abertura de Victor Papanek no seu livro *Design for the Real World*, que foi publicado pela primeira vez no início da década de 1970. O autor faz um forte apelo à prática de design responsável, incluindo as dimensões sociais, morais e ecológicas, antecipando com precisão muitas das questões que estariam na agenda da prática de design pelas décadas seguintes. Em termos práticos, design responsável significa projetar para as necessidades das pessoas, em vez de seus desejos (PAPANEK, 1985).

Grande parte da educação em design social tem sido influenciada pelo livro de Papanek. O autor também pergunta: “Em que situações do mundo real podem os alunos aprenderem melhor?” (PAPANEK, 1985, p. 316). A resposta vem de situações em que os alunos de design estariam projetando para crianças com paralisia cerebral ou problemas de paraplegia ou tetraplegia. Há outras passagens em que ele associa a educação em design com campos de design segundo ele explorados a seu tempo: design para o “terceiro mundo” e o design de dispositivos para deficientes. Papanek afirma que depois de tais experiências de aprendizagem, um estudante deverá sentir-se sempre um pouco envergonhado ao projetar uma torradeira bonita e *sexy* (p. 321).

Uma discussão sobre o conceito de Papanek de design social e suas consequências pode ser encontrada em Whiteley (1993), para quem *Design for the Real World* é um livro muito moral no tom e expressão, e o princípio fundamental do autor de que é errado para ganhar dinheiro com as necessidades dos outros “jaz subjacente ao texto” (p. 104).

Margolin e Margolin (2002) reconhecem o valor da proposta de Papanek para a ação social, mas afirmam que ele dá pouca orientação de como isso pode ser feito (p. 27). Eles propõem discutir a concepção dos produtos dentro de um processo de intervenção do serviço social com base em um modelo usado por assistentes sociais: uma prática cujo principal objetivo é atender as necessidades de populações carentes ou marginalizadas (p. 25). Este modelo aborda problemas em cinco fases: avaliação, planejamento, implementação, avaliação e encerramento. Margolin e Margolin sugerem que designers de produto podem colaborar com equipes de intervenção social durante este processo: “Nós acreditamos que muitos profissionais dividem os objetivos de designers que querem fazer um traba-

lho socialmente responsável e, portanto, propõe-se que ambos, os designers e os profissionais envolvidos em atividades de assistência social, encontrem formas de trabalharem juntos” (p. 27). Os autores concordam com Papanek sobre o valor da pesquisa em design social, dizendo que uma das razões pelas quais não há mais serviços de design social é a falta de pesquisa para demonstrar como um designer pode contribuir para o bem-estar humano (p. 28), e propõem uma agenda de investigação para corrigir tal situação. Em termos de educação em design, eles prestam especial atenção à definição de problema de projeto, da mesma forma como Papanek fez antes deles: “Habilidades no relacionamento com as populações vulneráveis ou marginalizadas, ao invés de atuar no *briefing* de um fabricante, precisam ser desenvolvidas por futuros designers sociais” (p. 29). Eles afirmam claramente sua escolha em adotar o modelo usado por assistentes sociais, apesar da existência de outras abordagens que podem ser igualmente capazes de guiar projeto socialmente responsável, como o design para a sustentabilidade. Como será apresentado na próxima seção, foram justamente as pesquisas em design neste campo, ligado a questões ambientais, que deram o impulso pioneiro para que a inovação social fosse considerada no design.

Design para a inovação social

Considerando a relação entre sustentabilidade e design, o que emerge das contribuições de Manzini (2002; 2007; 2008) é uma visão em que os designers usam seus conhecimentos para valorizar as próprias habilidades e capacidades das pessoas, bem como as soluções que elas desenvolvem autonomamente para enfrentarem seus desafios locais. Tal perspectiva encontra-se expressa no trabalho de Manzini na sua definição das comunidades criativas, que ele descreve como grupos de cidadãos inovadores se organizando para resolver um problema ou para abrir uma nova possibilidade e, ao fazê-lo, dando um passo significativo no processo de promoção da sustentabilidade social e ambiental (MANZINI, 2007). Manzini conecta as comunidades criativas com o “velho debate” sobre as minorias ativas (MOSCOVICI, 1979) e as define como “pessoas e comunidades que agem fora dos padrões de pensamento e comportamento dominante” (MANZINI, 2007, p. 236).

Estas soluções são definidas como inovações sociais (CAJAÍBA-SANTANA, 2013), um termo que detalharemos a seguir neste capítulo. Designers são chamados a reconhecer o valor das inovações sociais organizadas pelas comunidades criativas e favorecê-las. Eles são chamados a apoiar esses “heróis” (MERONI, 2007, p. 128) em seus esforços de criar soluções fora dos padrões correntes de produção e consumo, nomeadamente através do design de soluções facilitadoras: “Sistemas que fornecem instrumentos cognitivos, técnicos e organizacionais, de

modo a facilitar que indivíduos e/ou comunidades possam alcançar um resultado, usando suas habilidades e capacidades enquanto regeneram a qualidade dos contextos de vida em que vivem” (MANZINI, 2007, p. 240).

Além de apoiar inovações sociais em curso e a consolidação e replicação de práticas promissoras em termos de promoção da sustentabilidade, designers passaram a usar a cultura do design e seus instrumentos para o desenvolvimento de novos projetos, especificamente inovações sociais, em colaboração com demandas e comunidades locais, interagindo assim com outras ramificações da prática de design envolvidas em processos de codesign ou design participativo.

Distinções do uso da palavra “social” associada ao design

Manzini (2015) ressalta um duplo significado comumente atribuído ao adjetivo “social”.

O primeiro deles é relativo a dinâmicas sociais e estruturas da sociedade. O segundo indica a existência de situações sociais particularmente problemáticas ou limitantes (como a exclusão social e a pobreza).

Quando utilizado desta segunda forma, o termo “social” se torna sinônimo de uma condição restritiva de indivíduos e grupos específicos e que necessita de um enfrentamento. Tal enfrentamento pode consolidar-se na prática de design, segundo Manzini (2015) e a partir das afirmações dos pioneiros Papanek e Margolin descritas anteriormente, com a prática do “design social”.

Ainda segundo Manzini (2015), o primeiro significado do termo “social”, porém, aproxima a prática, pesquisa e educação em design para casos e processos de inovação social.

Entretanto, a observação de eventos da rede DESIS revelou que tal distinção não é claramente considerada entre os membros da rede, como a coleção de projetos apresentados no DESIS Fórum na África do Sul, que apresentou os resultados do grupo temático IFC – Informal, Formal e Colaborativo que reúne laboratórios DESIS entorno da prática de design para a inovação social. Ficaram evidentes a sobreposição e a interpretação contínua entre ambos os conceitos e respectivas práticas, de acordo com o contexto de projeto considerado. Esta observação gerou aprendizados promissores e foi um dos estímulos para a escritura deste capítulo pela autora. Outros eventos realizados no Brasil indicaram que, também aqui, os termos são utilizados (não exclusivamente pelos DESIS Labs brasileiros) de maneira indistinta.

Tal constatação gerou uma reflexão, ainda em curso na rede DESIS e no cluster temático IFC – Informal, Formal e Colaborativo. Uma destas foi: qual o

significado de mantermos ou promovermos tal distinção para as teorias e práticas em Design? Como tais distinções podem contribuir, ou não, para a compreensão do sentido estratégico de nossas práticas?

Neste sentido vale debruçar-se sobre o conceito de inovação social, em mais detalhes, em sua elaboração mais atual, para observarmos as reflexões que dali são possíveis obter em busca de uma resposta a esta questão. Não é intenção deste capítulo fornecer uma resposta definitiva, mas contribuir para o debate em curso visto que a própria definição de inovação social e a compreensão de suas práticas se encontra em elaboração. Houve muita investigação em inovação técnica, mas há muito ainda a investigar quanto à inovação social: “as particularidades da chamada inovação social requerem novos paradigmas e novas perspectivas teóricas, a fim de avançar” (CAJAÍBA-SANTANA, 2013, p.43).

Inovação social: características das inovações orientadas para a “mudança social”

Segundo Cajaíba-Santana (2013): “inovações sociais são novas práticas sociais criadas a partir de ações coletivas, intencionais e orientadas ao resultado, com o objetivo de ativar mudança social através da reconfiguração de como objetivos sociais são realizados” e “propõem novas alternativas e novas práticas para grupos sociais” (p. 47).

O autor complementa: “inovação social é sobre mudança social e esta deve ser a principal característica a ser colocada em evidência. Nós não estamos falando apenas de mudanças na forma como os agentes sociais agem e interagem uns com os outros, mas também mudanças no contexto social em que essas ações ocorrem através da criação de novas instituições e novos sistemas sociais”.

Percebe-se, nas afirmações do autor, que ser uma resposta para problemas sociais não é um elemento distintivo único de uma inovação social: uma iniciativa que objetiva resolver um problema social não é necessariamente uma inovação social, até mesmo as inovações técnicas podem ser destinadas a resolver problemas sociais (CAJAIBA-SANTANA, 2014, p. 44). Portanto as inovações sociais e a prática do design para a inovação social, ao terem seu foco em promover mudança social como característica distintiva, apontam como diretriz estratégica a promoção de um processo de mudança nas estruturas da sociedade, por exemplo, em suas instituições, ou no estabelecimento de relações inéditas entre atores. Esse é um dos aspectos mais distintivos das inovações sociais e constitui-se em uma chamada estratégica para a prática do design na atualidade. Particularmente em pauta, na pesquisa e prática de design, situa-se como orientação qualitativa deste processo a promoção da sustentabilidade (como na rede DESIS – Design para a Inovação Social e Sustentabilidade).

Cajaíba-Santana (2013) ressalta que nem todo o processo de mudança social é uma inovação social; ela assume um caráter intencional, em que os atores intendem atingir um determinado resultado, o que conecta tal definição à prática do design como elemento de suporte a tais processos. O autor ressalta também o caráter de novidade da inovação social, sendo esta uma reconfiguração de como objetivos sociais são atingidos. Neste sentido, constituem-se como novas práticas sociais que desafiam os paradigmas existentes. Então a inovação social toma forma quando uma nova ideia estabelece um modo diferente de pensar e agir.

Tal como nos lembra Manzini (2015), a inovação social coloca seu foco inicial na capacidade das pessoas, não nos seus problemas. Os participantes são considerados como portadores de habilidades e capacidades. Este aspecto é fundamental, pois as inovações sociais dependem das capacidades das próprias pessoas envolvidas e emergem a partir destas mesmas capacidades. Os participantes trazem suas habilidades para alcançar um resultado comumente reconhecido, o que beneficia todos os envolvidos.

Quanto ao horizonte qualitativo da mudança desejada, Cajaíba-Santana (2013) menciona a promoção do bem-estar coletivo, elemento que é destacado continuamente por Manzini (2002, 2015), em que a consideração das características deste estado de “bem-estar” é preocupação constante do autor.

Alinhado com Cajaíba-Santana (2013), Manzini (2015) destaca a mudança social como um elemento-chave da prática do design para a inovação social e inclui “tudo o que o design profissional pode fazer para ativar, manter e orientar processos de mudança social no sentido da sustentabilidade” (p. 62). Além disso, “implica uma transformação sociotécnica impulsionada por e orientada para a mudança social” (MANZINI, 2015, p. 63). A palavra “social” aqui é entendida como “a forma como as pessoas geram novas formas sociais” (MANZINI, 2015, p. 64).

Conclusão: design social e design para inovação social como um *continuum* em uma gama de possibilidades

Considerando o quanto dito acima, como conclusão, restaria ressaltar a polarização entre as definições de design social e design para inovação social. Observa-se que a análise detalhada do termo *inovação social* indica marcadamente o seu caráter de mudança nas estruturas da sociedade. A prática do design associada ao termo “social” no design para inovação social não coloca seu foco no importante atendimento de demandas e resolução de problemas sociais (como pobreza ou restrições físicas) como no design social, mas alarga-se, ambicionando

a promoção de mudanças amplas, no modo mesmo como a sociedade é organizada, suas instituições e modos de vida, segundo uma determinada orientação qualitativa (tal como a sustentabilidade, por exemplo).

Entretanto, nesta seção final, em vez de ressaltar a polarização mencionada acima entre os termos, propõe-se a valorização de todas as práticas que articulem as palavras “design” e “social”. Propõe-se aqui, como percurso investigativo e prático, que possamos explorar toda a gama de possibilidades que tal associação de palavras comporta.

Independentemente do termo utilizado, “design social” ou “design para a inovação social”, o que se configura como convite aqui é utilizar tais definições para compreensão e posicionamento da orientação estratégica de nossas práticas, considerando o quanto estas são condicionadas pelas possibilidades disponíveis no contexto local, o quanto possa ser necessário atuar para reduzir um estado de restrição ou carência de recursos e possibilidades, ou o quanto possam ser orientadas para processos de mudança social.

Neste sentido, os que seriam elementos de uma polarização podem tornar-se extremidades em um *continuum* de possibilidades para cada prática específica de Design, a qual pode assumir características precisas em um dos termos ou então um caráter híbrido, colaborando imediatamente em um processo de enfrentamento de uma situação de particular carência, e compondo estrategicamente, através das mais diversas práticas, os estágios *progressivos* de um processo de transformação e mudança social, por exemplo.

O termo “progressivo” é ressaltado, indicando o caráter processual da mudança quando a inovação social é promovida pelo design, o que inclui a valorização do papel das ações específicas e locais em processos de transformação ampla.

Merecem destaque nesta proposição, o reconhecimento dos processos de mudança social em curso, através das iniciativas dos inúmeros inovadores e empreendedores sociais que nos rodeiam, os quais rompem paradigmas e propõem soluções, não esperando que o Estado, o mercado, ou ainda os designers atendam às suas demandas. Sobretudo aqui cabe a nós, designers, efetivamente colaborar nestes processos, trazendo as qualidades que são próprias desta prática profissional e de seu corpo de conhecimentos e ao mesmo tempo instaurando um processo de aprendizagem recíproco e contínuo em que nossas próprias práticas e teorias possam ser refinadas e aperfeiçoadas através destas interações.

Referências

CAJAÍBA-SANTANA, G. Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting & Social Change*, v. 82, p. 42–51, jul. 2013.

- MANZINI, E. Context-based well-being and the concept of regenerative solutions. *The Journal of Sustainable Product Design*, v. 2, n. 3, p. 141-148, set. 2002.
- _____. Design research for sustainable social innovation. In MICHEL, R. (Org.). *Design research now*. Basel: Birkhauser Verlag, 2007. p. 233-245.
- _____. *Design When Everybody Designs*. An Introduction to Design for Social Innovation. Cambridge, MA: MIT Press, 2015.
- MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. A “social model” of design: Issues of practice and research. *Design Issues*, v. 18, n. 4, p. 24-30, outono 2002.
- MERONI, A. (Ed). *Creative communities*. People inventing sustainable ways of living. Milan: Edizioni Polidesign, 2007.
- MOSCOVICI, S. *Psychologie des minorités actives*. Paris: PUF, 1979.
- PAPANEK, V. *Design for the real world: human ecology and social change*. Chicago: Academy Chicago Publishers, 1985.

Seção 3
Ecodesign e Análise do
Ciclo de Vida

Ecovisões sobre Ecodesign e Análise do Ciclo de Vida

Andréa Franco Pereira

Por um lado, cuidar dos ecossistemas, dos solos, dos cursos d'água, das montanhas e das florestas; diminuir a poluição e a produção de lixo. Por outro lado, desenvolver atividades de exploração da natureza, das quais provém a obtenção de ganhos econômicos, a geração de renda e emprego, satisfazendo necessidades de sobrevivência humana. Este é o dilema fundamental vivido na atualidade: conciliar melhor qualidade de vida, preservando o meio ambiente e, ao mesmo tempo, explorar os recursos naturais.

A crise ambiental vivida nos últimos séculos deu início a uma redefinição da relação entre seres humanos e natureza e a construção de uma nova ética, desenhada pelos princípios do desenvolvimento sustentável. Assim, qualidade de vida e sustentabilidade tornaram-se fios condutores da postura e da prática ambiental dos dias atuais.

Nesse contexto, a discussão ambiental, que envolve fatores ecológicos, econômicos, sociais e culturais, está estreita e indissociavelmente ligada ao design, à industrialização dos produtos de consumo, assim como à oferta de serviços, todos essenciais ao nosso lazer, saúde e bem-estar, intermediados por incontáveis objetos e bens imateriais que intercedem em nossa relação com os outros e com o mundo.

Deste modo, projeto e produção estão interconectados às mudanças operadas ou desejadas pela sociedade; mudanças estas que alimentam as transformações e levam a novos modos de vida.

Considerando, pois, que o “produto ecológico” não existe, ou seja, produtos (e também serviços) sempre causarão algum tipo de impacto ambiental, a adoção do ecodesign configura-se como sendo um processo contínuo de melhoria dos produtos/serviços em busca do menor impacto.

O conceito de ecodesign nasce do paradigma da sustentabilidade. Neste, inclui-se a discussão sobre a utilização e os gastos de energia, sobre a produção desenfreada de lixo, e sobre a transformação e a reutilização dos materiais empregados nos produtos. Ou seja, a consideração sobre matéria-prima, energia, consumo de água, quantidade de poluentes aquosos e gasosos emitidos, e lixo produzido durante os processos de industrialização, uso e descarte dos produtos, avaliando o balanço quantitativo dos fluxos de matéria e energia ao longo do ciclo de vida.

Sob a perspectiva de melhoria contínua, é necessário buscar medidas para a desmaterialização gradual da produção e dos produtos. Ou seja, diminuir cada vez mais a ligação entre crescimento econômico e exploração de matérias-primas. O que nos faz recuperar a ideia de redução em Fator 4 e Fator 10, idealizadas na década de 1990, sob os quais estimava-se a redução dos fluxos de matéria a partir da divisão por 4 em vinte ou trinta anos, e por 10 em cinquenta anos. Além disso, há necessidade de uma ampliação da visão quanto à vida do produto, desde os processos produtivos elementares nas empresas. Assim sendo, as empresas devem trabalhar na perspectiva da *economia circular*, adotando estratégias de emissão zero, reduzindo insumos e energia, reaproveitando e reciclando recursos, articuladamente com outras empresas e/ou outros setores, favorecendo a reintegração do fim de vida de um produto, ou de um coproduto, ao ciclo de vida de outro.

Para uma busca contínua de diminuição do impacto, a aplicação do método de Análise do Ciclo de Vida (ACV) torna-se fundamental como ferramenta de ecodesign para análise quantitativa, auxiliando as decisões.

Observa-se que, apesar da ACV, a maioria dos métodos ainda utilizados em ecodesign considera somente aspectos qualitativos ao longo do ciclo de vida do produto. Não obstante, na última década, estudos têm mostrado que, cada vez mais, a prática do ecodesign necessita de parâmetros específicos, sobretudo quantitativos, capazes de garantir que metas ambientais possam ser alcançadas. Iniciativas que forneçam referências ambientais quantificadas podem ajudar os designers em suas tomadas de decisão.

É possível afirmar que a prática do ecodesign, atualmente, orienta-se pelos seguintes princípios:

- a) a implantação pelo setor produtivo de ações a favor da sustentabilidade é incontornável;
- b) dados quantitativos são essenciais para que sejam garantidas as melhorias ambientais adotadas;
- c) a interiorização do pensamento do ciclo de vida, de maneira automatizada por designers e equipe de projeto, favorece a adoção de ações ambientais nas empresas;
- d) uma vez implantadas essas melhorias ambientais, é preciso compartilhá-las com os usuários, isto é, os consumidores finais.

O conceito de ecodesign transformou-se nas últimas décadas, decompondo-se em novas nomenclaturas, tais como “design para o meio ambiente”, “design sustentável” etc., e absorvendo novas perspectivas de integração de pessoas, planeta e lucro.

Igualmente, tem havido uma ampliação da visão do ciclo de vida de maneira a favorecer uma maior integração do ambiente construído com o ambiente natural, para mitigar os impactos causados nos centros urbanos.

Nas cidades, ecodesign está ligado ao uso de estratégias para o projeto e os estilos de vida, integrando-os saudável e vinculadamente ao meio natural. Isso implica a consideração de aspectos como a análise do local e do terreno onde serão instaladas as edificações, a fim de que sejam protegidos os ecossistemas ou até mesmo restaurados ecossistemas degradados; a redução dos efeitos de ilha de calor; a redução dos impactos de deslocamentos com transporte e estacionamentos; a redução do uso de energia e de recursos renováveis e não renováveis, bem como os contínuos reúso, reciclagem e biodegradação dos materiais; a conservação da água, prevendo sua reciclagem e reúso; a redução de poluição luminosa e sonora; a promoção da agricultura urbana. Implica, também, tecnologias que permitam o equilíbrio entre os componentes bióticos e abióticos, integrando a “massa vertical” inorgânica com a biomassa, de maneira a reabilitar os ecossistemas degradados. Ou seja, a aplicação de uma abordagem de *biointegração*, como define o arquiteto malaio Ken Yeang.

Os artigos desta seção apresentam discussões baseadas em pesquisas sobre o tema do ecodesign nesta sua abrangência, considerando soluções para os problemas das cidades, bem como a aplicação do método e do pensamento de ciclo de vida.

No capítulo “Um olhar sustentável para as cidades”, o debate gira em torno de questionamentos sobre como o design pode contribuir para as mudanças de comportamento que se fazem necessárias para se alcançar a sustentabilidade no espaço urbano. Atualmente, os principais problemas que atingem as cidades envolvem o lixo urbano, a falta de infraestrutura, problemas de segurança, falta de mobilidade, poluição, inundações ou falta de água, todos em consequência da ampliação do crescimento populacional das cidades. Há semelhanças quanto aos desafios enfrentados pelos grandes centros, apesar de suas diferenças, o que leva a soluções igualmente semelhantes: dispositivos para redução de energia, tais como controladores de iluminação pública e postes que regulam a intensidade da luminosidade conforme o movimento de pessoas e automóveis, dispositivos em lixeiras que informam suas capacidades, reduzindo a frequência de coleta, semáforos sonoros que auxiliam deficientes visuais e idosos, controle de tráfego, coleta subterrânea de lixo, bem como hortas comunitárias, retomada de espaços públicos abandonados, sistemas de compartilhamento de automóveis e bicicletas.

Em “Mobilidade sustentável: o serviço de entregas de mercadorias em ambiente urbano”, o argumento refere-se aos impactos ambientais urbanos, dando destaque ao problema do transporte, responsável por cerca de um quarto das emissões dos gases do efeito estufa, e colocando no centro da questão o uso intenso do automóvel particular. A pesquisa apresentada busca explorar o serviço de entregas, feitas por meio de veículos de baixo impacto ambiental, como os movidos à propulsão humana, propulsão elétrica e híbrida humano-elétrica. Ou seja, aquelas realizadas em triciclos e bicicletas por entregadores e *bikecouriers*. O uso de bicicletas e triciclos nas cidades apresenta potencial para contribuir com a redução dos problemas de trânsito, incluindo os impactos ambientais. Apesar disto, o uso constante desses veículos pode, também, apresentar riscos para saúde, riscos de acidentes, exposição a esforços excessivos para seus usuários, decorrentes de diversas inadequações. O capítulo descreve a investigação realizada por meio de entrevistas junto a entregadores e *bikecouriers* de três cidades: Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba. Apresenta os resultados do desenvolvimento de um novo veículo de entregas, que busca resolver tais inadequações, propondo a adoção de posição reclinada para o condutor e carga transportada posicionada em prateleiras com acesso frontal. A proposta de propulsão é híbrida, com acionamento em pedal e elétrica, e com bateria recarregável a partir de coletores solares fotovoltaicos.

O capítulo “Subindo a escada da Inovação Sustentável com o Modelo da Pirâmide Asteca” traz reflexões, pesquisas e aprendizados centrados no tema da integração entre sustentabilidade e inovação. Apresenta o conceito de ecodesign dado pela Norma ISO 14006, indicando outras terminologias empregadas, que incluem *Design for Environment* (DfE), *Environmentally Conscious Design* (ECD), *Green Design* e *Environmentally Sustainable Design*. Traça um caminho do desenvolvimento dos conceitos de sustentabilidade e de ecodesign, visto pela perspectiva de “ondas de evolução”, o que conduz ao surgimento do termo “design para a sustentabilidade”. O texto descreve investigação realizada na Universidade de São Paulo, referente à integração de ecodesign e de pesquisa-ação em empresa brasileira do setor cosmético, durante cinco anos, aplicando abordagem multimétodos, a partir de um modelo em espiral, denominado “pirâmide asteca”. As questões-chave levantadas no estudo dizem respeito a customização e integração de ferramentas de ecodesign no processo de desenvolvimento de produto (PDP); governança e estilos de gestão; barreiras invisíveis, ligadas à resistência à mudança; e conhecimento formal e tácito.

Já o capítulo “Proposta e estudo de caso de integração da ACV dentro do Processo de Desenvolvimento de Produtos” apresenta a ACV como um dos métodos usados em ecodesign. Também discorre sobre a conceituação de ecodesign, fazendo referências a outros termos sinônimos, como DfE e sua associação com demais conceitos de DfX: design para a reciclagem, design para a remanufatura,

design para a desmontagem. Descreve a aplicação da ACV em PDP, entendendo seus resultados como parâmetros de oportunidades ambientais, indicando que ela pode ser uma ferramenta para identificar tendências, analisar novas possibilidades de desenvolvimento e retroalimentar o sistema para o desenvolvimento de novos produtos. Relata o desenvolvimento de escova de dente, feito anteriormente pelos próprios autores. Em conclusão, destaca os benefícios da ACV para a tomada de decisão, indicando que as dificuldades encontradas dizem respeito ao volume de dados requeridos, mas também à falta de conhecimento por parte dos designers sobre a técnica.

Complementando, o capítulo “ACV para designers e arquitetos: Experiência de modelamento do inventário do ciclo de vida” busca, precisamente, apresentar resultados da experiência adquirida no ensino da análise e Avaliação do Ciclo de Vida para projetistas e futuros projetistas (designers e arquitetos). Descreve o conceito e princípios da ACV. Argumenta sobre a importância da aplicação da ACV como auxílio na implantação de melhores práticas ambientais no setor produtivo, descrevendo como a noção de ciclo de vida é inerente ao conceito de ecodesign, assim como ao de outras nomenclaturas surgidas posteriormente. A avaliação quantitativa apresentada pela ACV pode contribuir para a tomada de decisão quanto à melhor alternativa a ser adotada. Argumenta que a fase de construção do inventário do ciclo de vida (uma das fases do método) é essencial para a aplicação de uma ACV, sendo sua visualização gráfica fundamental e mais confortável para designers e arquitetos. São apresentados exercícios de modelamento do inventário do ciclo de vida, mostrando como eles têm auxiliado na transmissão do conhecimento, bem como no entendimento, pelos estudantes, sobre a extensão das decisões de projeto.

Em conclusão, ignorar todos esses fatores ligados ao ecodesign impede que a questão ambiental seja considerada de maneira efetiva em todas as fases do projeto, com observação de todo o ciclo de vida dos produtos.

A questão ambiental tem sido, e deve ser cada vez mais, considerada previamente e de forma estratégica no design de produtos e serviços. Isso é o que podemos apreender das pesquisas dos capítulos apresentados nesta seção.

Boa leitura!

Capítulo 14

Um olhar sustentável para as cidades

Adriane Shibata Santos

O ambiente das cidades vem sendo amplamente discutido, seja por questões relacionadas ao seu crescimento e desenvolvimento, pelos problemas ambientais e de mobilidade decorrentes destes, como também pelas soluções criativas que estão sendo consideradas nos ambientes urbanos.

À medida que mais pessoas estão vivendo e morando nas cidades, e que por isso há também mais carros, casas, comércio e serviços, os problemas ambientais, sociais e econômicos acabam crescendo na mesma proporção. Os principais problemas que atingem as cidades atualmente envolvem lixo urbano, falta de infraestrutura, questões de segurança, falta de mobilidade, poluição, inundações ou falta de água, dentre outros.

Para um melhor entendimento sobre esse contexto, inicialmente se discorre sobre a necessidade de uma nova ética da sustentabilidade, adentrando na sustentabilidade das cidades, discutindo as possibilidades do design para este novo cenário complexo, além da apresentação de ações de ecodesign que estão gerando mobilização e mudanças comportamentais nas relações humanas com as cidades.

O termo “desenvolvimento sustentável” está perdendo o significado acordado na Rio 92, de modo que alguns pensadores consideram que o conceito vem sendo apropriado apenas para justificar a economia de mercado global. Isso exige um novo projeto de civilização, que discuta os conceitos de sustentabilidade que se almejam e que busque pelo desenvolvimento econômico subordinado às necessidades de justiça social e de preservação e recuperação ambiental (MMA, 2006).

Antigamente, a ideia de um mundo finito não foi considerada como limitação, pois não se acreditava em limitações. Porém, nos dias atuais, o alto desenvolvimento tecnológico, a busca pelo alto padrão de conforto e o crescimento do consumo proporcionaram, em contrapartida, o cenário de degradação ambiental atual.

A partir destes apontamentos verifica-se a urgência de um novo paradigma de convivência que estabeleça um novo padrão de comportamento, aproximando o homem do planeta e de si mesmo, considerando a diversidade natural e cultural existente. É importante partir da essência humana para que seja compreendida facilmente por todos. Essa nova ética apenas será construída a partir de princípios fundamentais (como afetividade, cuidado/compaixão, cooperação e responsabilidade) e se realizará pela vivência de virtudes (como hospitalidade, convivência, respeito a todos os seres e comensalidade)¹ (BOFF, 2006 apud MMA, 2006).

Neste sentido, considerando o design, observa-se a necessidade de se refletir e repensar sobre novas formas de produção e consumo, garantindo que o desenvolvimento das novas tecnologias que visam promover o desenvolvimento econômico também respeitem a dignidade humana e o equilíbrio socioambiental. Assim, ao longo do texto se discute como o design pode contribuir para as mudanças de comportamento que se fazem necessárias para se alcançar a sustentabilidade no espaço urbano.

Sustentabilidade das cidades

Um grande desafio atual são as metrópoles, pois se elas adoecem, o planeta se torna insustentável. O cenário no qual as sociedades contemporâneas são caracterizadas revela que o impacto humano sobre o meio ambiente está se tornando cada vez mais complexo, tanto em termos quantitativos quanto qualitativos (JACOBI, 1999).

Observa-se que a cada ano amplia-se o crescimento populacional das cidades, principalmente devido às possibilidades que estas oferecem, o que indica que cada vez mais as pessoas irão se aglomerar nestes espaços. Porém, conforme destaca Ryan Chin, pesquisador do Massachusetts Institute of Technology (MIT) nos Estados Unidos, “Os velhos modelos urbanos não são mais sustentáveis” e “As cidades inteligentes e os novos modelos que elas estabelecem devem nortear o crescimento nos próximos anos” (apud ANTUNES; VITAL, 2011, web).

O ecodesenvolvimento, conceito utilizado pela primeira vez em 1973 por Maurice Strong, propõe ações que evidenciam a necessidade de conciliar melhorias de qualidade de vida e preservação ambiental (JACOBI, 1999). É dito como um “projeto de civilização, na medida em que evoca: um novo estilo de vida; conjunto de valores próprios; conjunto de objetivos escolhidos socialmente; e visão de futuro” (SACHS, 1981 apud MONTIBELLER FILHO, 2011, p. 133).

1 Segundo Boff (MMA, 2006), é o comer e beber juntos, ato de compartilhar o alimento em grupo. Assim, é preciso garantir o habitat onde encontrar a alimentação.

Levando em conta esta proposta, Sachs definiu oito dimensões para se trabalhar a sustentabilidade: 1) social, 2) cultural, 3) ecológica, 4) ambiental, 5) territorial, 6) econômica, 7) política nacional e 8) política internacional. Segundo Lamim-Guedes (2012, web), ao ressaltar estas dimensões, Sachs evidencia que:

[...] para alcançarmos a sustentabilidade, temos de valorizar as pessoas, seus costumes e saberes. Fica evidente que se deve ter uma visão holística dos problemas da sociedade, para além de focar apenas na gestão dos recursos naturais. É um pensamento muito mais profundo, que visa uma verdadeira metamorfose do modelo civilizatório atual.

O termo sustentabilidade é visto por alguns como utópico. Porém, considerando-se as dimensões da sustentabilidade definidas por Sachs, observa-se que o ambiente urbano é ideal para se abranger e trabalhar este conceito, pois é possível atuar em todas as suas dimensões. Landry e Bianchi (1995 apud REIS, 2012) reforçam:

As cidades são seres vivos, porque têm fases de crescimento, estagnação e declínio. A viabilidade urbana é sua capacidade de se adaptar e responder à mudança das circunstâncias. Tais adaptabilidade e responsividade são maiores nas cidades cujas dimensões econômica, cultural, social e ambiental encontram-se igualmente desenvolvidas, até um nível de autossustentabilidade.

As cidades são espaços onde tudo acontece: trabalho, estudo, negócios, convívio, encontros, socialização. Porém, apesar das diferenças físicas e culturais que existem entre as diversas cidades, os desafios por elas enfrentados são muito semelhantes e por isso buscam por soluções comuns.

É fato que os problemas urbanos enfrentados atualmente, como poluição (do ar, visual e sonora), congestionamentos e falta de mobilidade, escassez de água, lixo e inundações, além da correria do dia a dia e do estresse gerado pela falta de segurança, vêm transformando estes espaços em locais insustentáveis. Por isso, para a maioria das pessoas dessas cidades, as preocupações ambientais urbanas com mobilidade, políticas do uso do solo, qualidade e acesso à água, coleta e descarte de resíduos, saneamento básico e qualidade do ar são as mais relevantes e imediatas (SIEMENS, 2010).

Contudo, podem também trazer boas novas, pois as respostas referentes à redução nas mudanças climáticas encontram-se nas cidades. Segundo Leite (2012, p. 34):

[...] Como centros produtores de cultura, política, liderança e crescimento econômico, as cidades possuem a capacidade de gerar inovação contínua e podem agir sobre as alterações climáticas, implementando medidas corajosas para reduzir os gases geradores do efeito de estufa e mitigar os demais efeitos indesejáveis ao desenvolvimento urbano. [...] Considerando a cidade como o artefato humano por excelência, portanto produto de design – no sentido amplo da palavra: desejo, desígnio, projeto –, é como um processo de projeto mais inteligente que ela se reinventa.

Uma cidade tem infraestrutura, operações e pessoas, ou seja, “uma cidade é um sistema interconectado de sistemas” (IBM, 2013) e para que se torne mais “inteligente” e ideal para todos, é necessário um forte suporte para cada um destes pilares e entre eles. O uso de novas e inovadoras tecnologias pode auxiliar as cidades a se tornarem mais ecológicas, melhorar a qualidade de vida dos seus habitantes, além de possibilitar o corte de custos. Neste sentido, as cidades inteligentes visam nortear o crescimento econômico sustentável e a prosperidade para seus cidadãos, de modo que os governantes devem possuir as ferramentas necessárias para avaliar elementos que auxiliam a tomada de decisões, coordenar recursos para operar de forma efetiva, além de procurar antecipar problemas e resolvê-los de forma proativa (SIEMENS, 2010; IBM, 2013). O conceito de cidades inteligentes ou *smart cities* está relacionado ao uso de tecnologias em prol de melhorias para as cidades, porém de modo conectado, não isoladamente. Deste modo, ser “digital” não significa necessariamente ser “inteligente”. Apenas quando iniciativas digitais estão correlacionadas é possível considerar o aparecimento de um ecossistema inteligente.

Em algumas localidades já é possível observar algumas mudanças que estão transformando os espaços urbanos em locais mais “apropriados” para se viver. Alguns exemplos internacionais mostram que as metrópoles podem se reinventar (Barcelona, Vancouver, Nova York, Bogotá), apresentando oportunidades em termos de cidades mais sustentáveis e mais inteligentes (LEITE, 2012).

As soluções variam desde as mais simples, como dispositivos que ligam e apagam a iluminação pública e postes que regulam a intensidade da luminosidade conforme o movimento de pessoas e automóveis, dispositivos em lixeiras que informam a ocupação de suas capacidades, reduzindo a frequência de coleta, semáforos sonoros que auxiliam deficientes visuais e idosos, até soluções mais complexas, como sistemas de controle de tráfego, coleta subterrânea de lixo, combate à criminalidade, questões de saúde pública ou relacionadas às crises hídrica e energética.

Outros critérios que são tão ou mais importantes que investimentos tecnológicos aplicados nas cidades são a corresponsabilidade, educação, criatividade,

ação e design (LERNER, 2007, web). A tecnologia deve estar a serviço das cidades e das pessoas, mas não deve ter maior importância do que elas, pois se por um lado pode trazer benefícios para as cidades, por outro, pode torná-las desumanizadas. Neste sentido, observa-se que mesmo soluções simples, criativas, colaborativas e, de certo modo inesperadas, já vêm sendo aplicadas no sentido de melhorar a qualidade de vida no espaço urbano.

A inserção da criatividade no ambiente urbano já foi abordada na literatura desde a década de 1960, mas apenas a partir dos anos 1990 se apresentaram as condições para que o debate sobre cidades criativas² tomasse corpo (REIS, 2012). Como sugere Charles Landry, arquiteto britânico, para uma cidade criativa,

[...] Parte-se do pressuposto de que devem ser criadas condições para que as pessoas pensem, planejem e ajam com imaginação para aproveitar oportunidades ou resolver problemas urbanos aparentemente intratáveis. Estes podem variar de respostas à questão dos desabrigados, à geração de riqueza ou à melhoria do ambiente visual. Isso significa que cidades grandes e pequenas podem ser criativas. Cidade criativa é portanto um conceito positivo. O pressuposto é que pessoas comuns podem fazer coisas extraordinárias acontecerem, se tiverem uma oportunidade (apud REIS, 2012, p. 55).

Para se atingir a sustentabilidade e possibilitar a implementação de novos cenários de consumo suficiente são necessárias mudanças profundas no modo como produzimos, consumimos e como vivemos. Essas mudanças não são simples nem atingíveis apenas pela aplicação de soluções tecnológicas, mas pelo estímulo, desenvolvimento e implementação de cenários que sejam viáveis economicamente, aceitos pela sociedade e culturalmente atrativos, a fim de se tornarem ações duradouras (MANZINI; VEZZOLI, 2005; SANTOS, 2009; VEZZOLI, 2010).

Essas mudanças irão acabar alterando comportamentos e estilos de vida, como também mudar hábitos de consumo e de produção. Neste sentido, Santos (2009) destaca que a maior dificuldade atual em se aplicar um design efetivamente sustentável está na percepção da maioria das pessoas de que melhoria da qualidade de vida se traduz em aumento de renda, de poder aquisitivo, o que, ao contrário, gera um aumento no uso de recursos naturais e de tecnologia. Segundo o autor:

2 Uma cidade criativa é “um lugar que estimula e incorpora uma cultura de criatividade no modo como os stakeholders urbanos atuam” (LANDRY apud REIS, 2012, p. 55).

A não consideração de aspectos-chave ao desenvolvimento sustentável, como a equidade social e ambiental, por exemplo, tem revertido em detrimento da própria satisfação e felicidade das pessoas que têm elevado consumo. A violência e poluição nas grandes cidades são exemplos de decorrências das deficiências na equidade social e ambiental da sociedade, afetando indiscriminadamente todos os indivíduos, não importa o extrato socioeconômico a que pertençam (SANTOS, 2009, p. 23).

Assim, ações organizadas pela sociedade civil estão ganhando destaque ultimamente, por meio de realizações de coletivos criativos, organizações não governamentais ou até mesmo pela iniciativa de indivíduos, que estão articulando intervenções para promoção do bem-estar e melhorias na qualidade de vida nas cidades. É possível citar, por exemplo, o Walk [Your City], cujo site disponibiliza material gráfico para que os cidadãos divulguem informações para incentivar a caminhabilidade em suas cidades. Outras ações também estão ganhando destaque, como criação de hortas comunitárias, retomada de espaços públicos abandonados, sistemas de compartilhamento de automóveis e bicicletas etc.

Segundo Leite (2012), as megacidades do futuro precisam se reinventar, alcançar padrões mais justos e equilibrados de desenvolvimento, mais sustentáveis não apenas em relação aos desafios ambientais, mas que considerem também as demais dimensões da sustentabilidade e que se reflitam não apenas em indicadores financeiros, mas em índices de desenvolvimento humano (IDH) e pegadas ecológicas.

Ecodesign para as cidades

Um novo modelo de prática das relações humanas já vem sendo experimentado e, segundo Malaguti (2009, p. 29), “inclui a busca da complementaridade, da segmentação, dos acordos e parcerias, seja em relação às cadeias produtivas, na utilização de territórios ou nas relações sociais”. A autora destaca que a compreensão da importância da participação do designer no processo de mudança levou à conceituação do termo “ecodesign”, atualmente integrado ao próprio conceito de design.

A primeira definição de ecodesign foi trabalhada por Victor Papanek, ainda na década de 1970, e trata de uma abordagem que visa tornar a economia mais leve, por ser um modelo projetual orientado por critérios ecológicos. Também conhecido por ecoconcepção, aborda a redução dos impactos de um produto, conservando sua funcionalidade e desempenho e melhorando a qualidade de vida dos usuários.

Oliveira (1998) apresenta uma definição mais abrangente do conceito de ecodesign, enfatizando que se trata de uma abordagem conceitual e processual

que considera que todas as fases do ciclo de vida de um produto ou de um processo produtivo devem ser orientadas para a prevenção ou minimização de riscos à saúde humana e ao meio ambiente, seja a curto ou a longo prazo.

Alguns autores consideram que o conceito de ecodesign é restrito, uma vez que compreende referências unicamente a fatores ecológicos pontuais. Porém, por meio do ecodesign, é possível ampliar os limites do projeto e extrapolar o campo do design, reforçando seu caráter multidisciplinar. Segundo Medina (2003, p. 9):

O conceito de eco-design é portanto transversal aos campos teóricos da engenharia, arquitetura e desenho industrial, além de ser fulcral para a ecologia industrial, que surgiu exatamente dessa interdisciplinaridade necessária ao trato da questão ambiental. [...] Por isso mesmo abordagens do tipo ACV e eco-design foram apropriadas, instrumentalizadas e ampliadas no seio da ecologia industrial.

Neste sentido, é necessário considerar uma abordagem que possibilite a integração no processo projetual e que seja realizada de maneira colaborativa, por meio de diferentes agentes, entre eles o designer, uma vez que o futuro exige colaboração e participação.

Aplicando-se o ecodesign para as cidades, cujas problemáticas possuem uma complexidade elevada, é preciso reforçar que a atividade de projeto deve ser multidisciplinar: designers, arquitetos, urbanistas, engenheiros, sociólogos, antropólogos, comunidade, poder público etc., devem repensar as cidades e decidir conjuntamente como deve ser o ambiente urbano que os rodeia e onde querem viver.

Soluções de ecodesign aplicadas às cidades podem ser vistas na utilização de materiais alternativos ou reaproveitamento de materiais em mobiliários urbanos; desenvolvimento de sistemas produto-serviços de compartilhamento; aplicação de conceitos de sinalética e *wayfinding*; tetos verdes e jardins verticais etc. Um exemplo bastante marcante e eficaz de aplicação do ecodesign para cidades foi o Green Map System, iniciado por Wendy Brawer em 1995, após sua consultoria de ecodesign, Modern World Design, publicar o *Green Map of NYC*. O conceito rapidamente ganhou o apoio e envolvimento de uma rede diversificada de pessoas: designers, ambientalistas, estudantes, cidadãos engajados e funcionários públicos.

O *Green Map of NYC* foi criado por Brawer, inspirado por aqueles que foram à Organização das Nações Unidas para planejar a Cúpula da Terra. Pensando em projetar um novo produto verde para os visitantes de Nova York, ela mapeou lojas verdes, mercados de agricultores, instalações de reciclagem, jardins, *hot spots* e locais históricos, orientando as pessoas a experimentarem um lado inesperado da cidade. Os mapas apresentam ícones (Figura 1) relacionados a três

temas de informação: vida sustentável (que inclui economia verde, tecnologia e design, mobilidade, riscos e desafios); natureza (terra e água, flora, fauna, atividades outdoor); e cultura e sociedade (caráter cultural, eco informação, justiça e ativismo, obras públicas e pontos de referência). Assim, Braver ofereceu a todos uma nova perspectiva, engajando moradores e turistas, destacando sinais de progresso em direção à sustentabilidade da cidade, promovendo ativos agradáveis e saudáveis da cidade, bem como sensibilização para as condições desafiadoras. Atualmente mais de 940 diferentes comunidades em 65 países estão “pensando globalmente e mapeamento localmente”, como visto no site da organização.

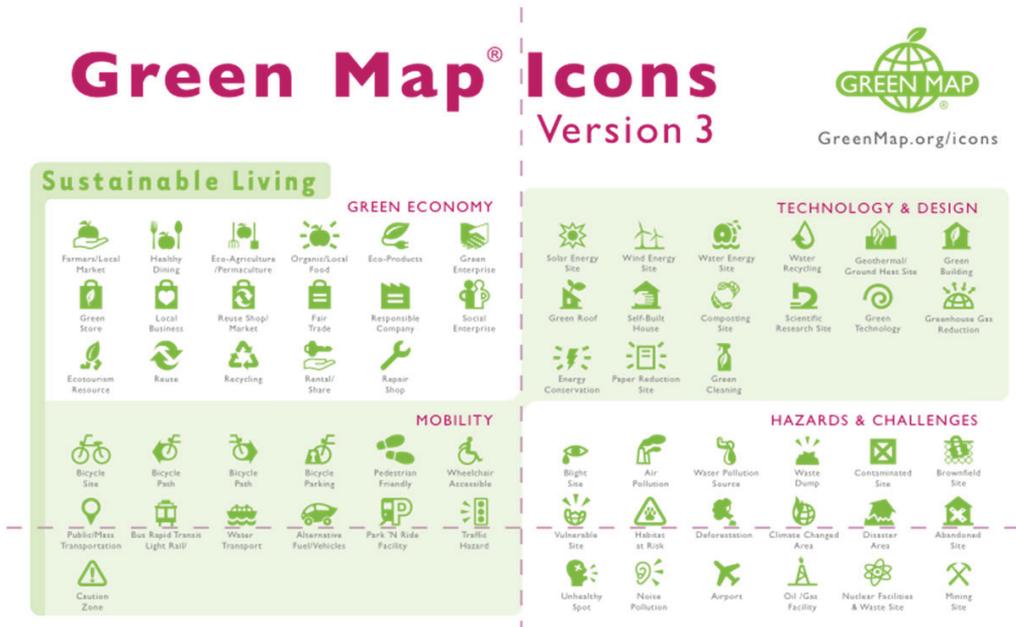


Figura 1 Green Map Icons – Sustainable Living

Fonte: www.greenmapnyc.org

Considerando a interferência da atividade do design no desenvolvimento de soluções projetuais, Manzini destaca quatro níveis fundamentais de interferência: 1) o redesign ambiental do existente; 2) o projeto de novos produtos ou serviços que substituam os atuais; 3) o projeto de novos produtos-serviços intrinsecamente sustentáveis; e 4) a proposta de novos cenários que correspondam ao estilo de vida sustentável. Ele reforça que “o papel do design industrial pode ser sintetizado como a atividade que, ligando o tecnicamente possível com o ecologicamente necessário, faz nascer novas propostas que sejam social e culturalmente apreciáveis” (MANZINI; VEZZOLI, 2005, p. 20).

Esses níveis seriam decorrentes de uma provável evolução da sociedade, como também do design aplicado. Como já destacado anteriormente, a sustentabilidade do planeta está exigindo que os modos de vida atuais sejam revistos e isso, segundo Santos (2009, p. 13), implica “um processo de aprendizado coletivo que é, por natureza, lento e complexo. Daí provém o argumento de que o progresso em direção à sustentabilidade segue um caminho evolucionário, sendo que cada nível requer o entendimento e o exercício do nível anterior”. Entende-se que essa transição se dará como um processo de aprendizado social, sendo necessária uma “descontinuidade sistêmica”, devido à natureza e dimensão dessa mudança. Para que ocorra a mudança será necessário pensar em “inovações de sistemas” (VEZZOLI, 2010).

As cidades, como espaços de convívio e socialização, são cenários ideais para se apresentar novas propostas que sensibilizem as pessoas para mudanças que nos levem a novos paradigmas, convertendo-se em equidade social e ambiental, trazendo satisfação e melhoria na qualidade de vida de seus habitantes.

E o futuro...

É possível observar que as discussões em relação às questões ligadas à sustentabilidade e ao impacto ambiental dentro do design já são bem antigas, ao contrário do que ocorre em outras áreas do conhecimento. Observaram-se as fronteiras do ecodesign no contexto urbano, mas é certo que também há outras formas de contribuímos. O papel do designer não é “ficar tentando bolar o produto que vai salvar a humanidade”, mas ter uma atuação responsável, que coopere com a sustentabilidade, que desperdice menos energia e gere menos lixo em sua prática profissional, além de pensar novos modelos e sistemas para as questões atuais (CARDOSO, 2008, web).

Thackara também corrobora, discorrendo sobre o design e suas alternativas para um mundo complexo. Destaca que muitos designers já estão projetando serviços e sistemas radicalmente menos prejudiciais ao ambiente e mais socialmente responsáveis, mas enfatiza a necessidade de algumas mudanças: “Nessa nova era de inovação colaborativa, os designers estão tendo de evoluir de autores individuais de objetos, a facilitadores da mudança entre grandes grupos de pessoas” (THACKARA, 2008, p. 21). Trata-se de uma mudança de paradigma.

Como já destacado, a atividade do design se expandiu para além das características funcionais, estéticas e tecnológicas dos produtos, considerando novos cenários que sugerem mudanças comportamentais, principalmente no que diz respeito às relações das pessoas com os produtos e nas suas relações de consumo (SANTOS, 2009).

Verifica-se que o ambiente das cidades é um cenário importante para se sugerir e construir novos modelos de comportamento e consumo. Neste sentido, faz-se necessário despertar o olhar das pessoas para a cidade, seja do ponto de vista do cidadão ou de agente de interferência, como no caso do designer.

A necessidade de mudança urgente do cenário urbano e planetário deve visar “retransformar” as cidades em espaços para pessoas e não para coisas. As práticas sustentáveis que estão sendo aplicadas nos grandes centros urbanos podem contribuir com a criação de novos cenários de uso e consumo, além de ativar a coletividade e colaboração entre seus habitantes, oferecendo a eles a possibilidade de protagonizar as mudanças que se fazem necessárias.

Referências

- ANTUNES, L.; VITAL, N. Nascem as cidades inteligentes. *Exame*. 2011. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/0988/noticias/aonde-o-futuro-ja-chegou>>. Acesso em: 10 fev. 2013.
- CARDOSO. R. Una cosa mentale. Entrevista concedida a Marco Aurélio Fiochi. In: *Itaú Cultural*, 2008. Disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/index.cfm?cd_pagina=2720&cd_materia=450> . Acesso em: 25 set. 2012.
- GREEN MAP NYC. **About our icons**. Disponível em: <http://www.greenmap.org/greenhouse/files/gms/GreenMap_IconsV3_Poster.pdf>. Acesso em: 20 maio 2016.
- IBM. **Cidades mais inteligentes**. Disponível em: <http://www.ibm.com/smarterplanet/br/pt/smarter_cities/overview/index.html>. Acesso em: 15 fev. 2013.
- JACOBI, P. Meio ambiente e sustentabilidade. In: **O Município no século XXI: cenários e perspectivas**. Cepam – Centro de Estudos e Pesquisas de Administração Municipal, 1999. Disponível em: <<http://franciscoqueiroz.com.br/portal/phoca-download/desenvolvimento%20sustentavel.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2016.
- LAMIM-GUEDES, V. Consciência negra, justiça ambiental e sustentabilidade. In: **Sustentabilidade em Debate**, 2012. Disponível em: <periodicos.unb.br/index.php/sust/article/download/8135/6171>. Acesso em: 12 maio 2016.
- LEITE, C. **Cidades sustentáveis, cidades inteligentes: desenvolvimento sustentável num planeta urbano**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

- LERNER, J. **O Canto da Cidade**. Ted 2007. Disponível em: <http://video-subtitle.tedcdn.com/talk/podcast/2007/None/JaimeLerner_2007-480p-pt-br.mp4>. Acesso em: 4 mar. 2016.
- MALAGUTI, C. Design e valores materializados – cultura, ética e sustentabilidade. In: DE MORAES, D.; KRUCKEN, L. **Cadernos de estudos avançados em design: sustentabilidade I**. Barbacena: EdUEMG, 2009. p. 27-38.
- MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis – os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: EDUSP, 2005.
- MEDINA, H. V. Eco-design na Indústria Automobilística: O conceito de carro urbano. In: **II Congresso Internacional de Pesquisa em Design**, Rio de Janeiro, 2003.
- MMA. **Caderno de debate: Agenda 21 e sustentabilidade**. Disponível em <http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/CadernodeDebates10.pdf>. Acesso em: 24 set. 2015.
- OLIVEIRA, A. J. **Eco-design e designações similares: diferenças e aproximações**. Rio de Janeiro: P&D Design, 1998.
- REIS, A. C. F. **Cidades criativas**. São Paulo: SESI-SP, 2012.
- SANTOS, A. Níveis de maturidade do design sustentável na dimensão ambiental. In: DE MORAES, D.; KRUCKEN, L. **Cadernos de estudos avançados em design: sustentabilidade I**. Barbacena: EdUEMG, 2009. p. 13-26.
- SIEMENS. **Desenvolvimento sustentável de megacidades**. Disponível em: <<http://www.siemens.com.br/desenvolvimento-sustentado=-em-megacidades/?stc-brccc020017>>. Acesso em: 15 fev. 2016.
- THACKARA, J. **Plano B: o design e as alternativas viáveis em um mundo complexo**. São Paulo: Saraiva, 2008.
- VEZZOLI, C. **Design de sistemas para a sustentabilidade: teoria, métodos e ferramentas para o design sustentável de “sistemas de satisfação”**. Salvador: EDUFBA, 2010.

Mobilidade sustentável: o serviço de entregas de mercadorias em ambiente urbano

Julio Cezar Augusto da Silva

A grave crise ambiental que a humanidade enfrenta tem como uma de suas consequências mais impactantes as mudanças climáticas. Dentre os setores da economia mais relacionados a este impacto ambiental se destaca o de transporte, responsável por cerca de um quarto das emissões dos chamados gases do efeito estufa (ITDP, 2010). Como emprega principalmente derivados de petróleo, este setor também apresenta impactos em pelo menos mais duas categorias: poluição atmosférica e consumo de matérias-primas não renováveis.

No centro desta questão está o uso intenso do automóvel particular, opção ineficiente para o meio ambiente e para a fluência do trânsito nas grandes cidades. Em uma sociedade cada vez mais urbanizada, as dificuldades no setor de transporte não provocam apenas impactos ambientais, mas também sociais e econômicos. As horas perdidas nas retenções de trânsito provocam imensos transtornos ao cidadão e perdas à economia. No caso do Brasil, esta situação foi agravada pelo vertiginoso aumento da frota de veículos particulares ocorrido entre 2010 e 2014.

Já foram desenvolvidas e vêm sendo implementadas diversas soluções para minimizar as dificuldades no trânsito. Por exemplo, propostas que incentivam o uso de transporte coletivo, projetos de veículos de baixo impacto ambiental e modelos de urbanização que incentivem a moradia próxima do trabalho e o uso de transporte coletivo.

Uma solução ainda pouco explorada, mas com potencial para colaborar com a redução dos problemas de trânsito, são as propostas relacionadas ao serviço de entregas, ou *delivery*.

Pesquisas como as apresentadas em ITDP (op. cit.) e Mendonça (2011) concluem que o serviço de entregas, como alternativa ao deslocamento individual do consumidor, contribui para melhoria da mobilidade em ambiente urbano e que deveria ser incentivada pelo poder público, como parte das políticas de transporte

urbano. E, dentro deste universo, se destaca o serviço empregando veículos de baixo impacto ambiental, como os movidos a propulsão humana, propulsão elétrica e híbrida humana-elétrica. Em sua pesquisa, Mendonça (2011) quantificou este benefício a partir de um levantamento no bairro de Copacabana, zona sul do Rio de Janeiro. Segundo o autor, o uso intenso de serviços de entregas empregando veículos movidos a pedal, que se observa neste bairro, evita a emissão de 286,5 toneladas de CO₂, 4,3 toneladas de CO, 630 quilos de HC e 358 quilos de NOx por ano.

O estímulo ao uso de serviços de entrega apresenta ainda outro aspecto positivo, a minimização das dificuldades de trânsito observadas nas grandes cidades. Cada automóvel necessita de aproximadamente 50 m² de área urbanizada quando em deslocamento e outros 20 m² reservados em cada ponto de estacionamento. Por este motivo, cerca de um terço da área das cidades é destinado aos automóveis. Como se trata de áreas urbanizadas, existem diversos custos envolvidos: estes espaços são pavimentados, policiados, varridos, escoados e iluminados. E, como estes serviços são públicos, os custos são pagos por todos os cidadãos, tendo automóvel ou não. Ainda segundo dados de Mendonça, o uso dos serviços de entregas apenas no bairro de Copacabana retira das ruas veículos que ocupariam uma área de 9.600 m². O veículo particular, além de poluidor e ineficiente do ponto de vista ambiental, também é ineficiente do ponto de vista de urbanismo.

O serviço de entregas pode, portanto, trazer uma contribuição para a melhoria do trânsito e do meio ambiente, na medida em que reduz o uso do veículo particular.

Este serviço pode ser realizado por diferentes categorias de veículos, como bicicletas, triciclos a pedal, bicicleta elétrica, motocicleta e pequenas vans. Nas metrópoles brasileiras, para entregas do varejo de bairro, se destaca, entre estes, o triciclo a pedal, por ser entendido pelo comerciante como uma solução que apresenta uma boa relação entre custo operacional, desempenho no trânsito e capacidade de carga.

Algumas pesquisas confirmam a percepção destas empresas, indicando que veículos movidos a propulsão humana apresentam um desempenho satisfatório para entregas urbanas em curtas distâncias. Por exemplo, um estudo financiado pela União Europeia, apresentado em Guerri (2010), indica que para deslocamentos abaixo de seis quilômetros, quando se considera tanto o tempo gasto no meio de transporte quanto o tempo necessário para chegar a este transporte, a bicicleta é, na média, mais rápida que automóvel, ônibus e trem. Esta situação ocorre porque as bicicletas normalmente têm mais flexibilidade para circulação e estacionamento, enquanto que veículos automotores ficam retidos no trânsito e sofrem restrições para estacionamento. Já o transporte coletivo apresenta outros

dispêndios de tempo, como a necessidade de deslocamento até a estação e a espera pela condução (Figura 1).

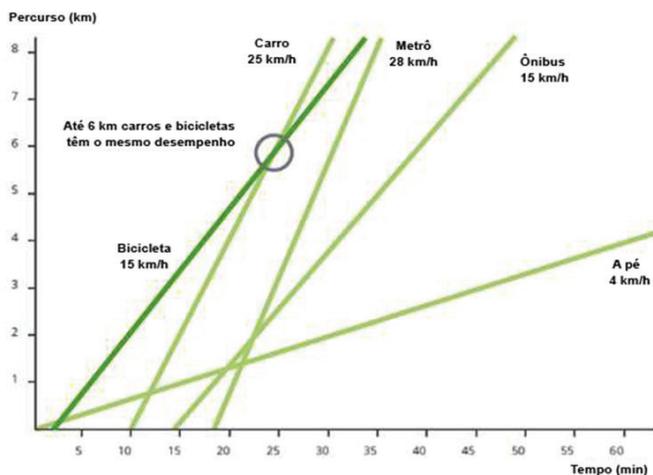


Figura 1 Comparação da velocidade média de diferentes meios de transporte em ambiente urbano.

Fonte: baseada em Guerci (2010).

Esta conclusão confirma a viabilidade do uso de transporte movido a propulsão humana em deslocamentos de curtas distâncias. Embora esta pesquisa estivesse direcionada ao transporte individual, é de se supor que se aplique também para serviços de entregas urbanos, em que as distâncias são curtas e o trânsito congestionado. O crescimento acelerado do serviço de *bikecourier*, conforme será discutido mais a frente, também aponta nesta direção.

Por outro lado, o serviço de entregas empregando veículos movidos a propulsão humana, sejam bicicletas ou triciclos, embora apresente ganhos ambientais e melhoria para o trânsito, provoca também problemas sociais, como riscos para saúde, de acidentes, exposição a esforços excessivos, entre outros, provocados por inadequações nos veículos empregados e modelo operacional aplicado pelas empresas.

Existem, no Brasil, pelo menos dois modelos de serviço de entregas de pequenas cargas em ambiente urbano. Ambos apresentam benefícios para o consumidor, ganhos ambientais e melhoria na mobilidade da cidade, mas necessidades, problemas e oportunidades muito peculiares.

O primeiro grupo, encontrado há décadas nas cidades brasileiras, é o serviço de entregas empregado pelo varejo de bairro, como supermercados, hortifrúti, distribuidoras de bebidas, gelo e material de construção. Normalmente é um serviço executado por funcionários da própria empresa. O serviço se justifica pela praticidade e conforto proporcionado ao cliente, ao poupá-lo do esforço do transporte da mercadoria e das dificuldades de trânsito e de busca de vaga para

automóvel. Apenas para efeito de distinção, será empregado, neste texto, o termo *entregadores* para se referir os profissionais que atuam neste grupo, o mesmo que eles empregam para se designar.

O outro grupo representa um modelo de negócio que surgiu mais recentemente. São empresas especializadas na distribuição de documentos e pequenos volumes (roupas, sapatos, vinhos, peças de computador, produtos eletrônicos) empregando, principalmente, bicicletas. Este negócio surge justamente como resposta às oportunidades criadas com as dificuldades do trânsito nas cidades grandes, e com a crescente preocupação ambiental por parte dos consumidores.

Este negócio vem experimentando um crescimento vertiginoso nos últimos anos. Em 2014 foram encontradas 29 empresas no Brasil. Em 2015 o número já havia subido para 49, sendo que a mais antiga foi criada há apenas quatro anos. Algumas empresas abriram filiais ou trabalham com sistema de franquia, inclusive em outros estados. Neste trabalho, e para efeito de distinção com o outro grupo, será empregado o termo *bikecourier*, adotado pelas empresas e pelos trabalhadores, para designar os profissionais que atuam nesta atividade.

O modelo operacional, organização do trabalho e a forma de atuação dos profissionais são muito distintos. Mas a análise em paralelo destes dois modelos é conveniente, porque ambos têm em comum a carência de um veículo para transporte de pequenas cargas mais adequado.

Os entregadores atuam em um trecho pequeno da cidade, nas imediações do estabelecimento. Trabalham em ciclos curtos de entregas, isto é, partem da base para o local de entrega e retornam em seguida. Já os *bikecouriers* realizam entregas em distâncias consideráveis. Recebem demandas de recolha e entrega de materiais sem retornar à base, para otimizar o tempo e o esforço de deslocamento. A central distribui as encomendas pelos seus profissionais selecionando os mais próximos, empregando para isso telefones tipo *smartphone*, rastreadores e softwares para fazer a distribuição.

Os grupos diferem também com relação ao veículo empregado. No grupo de *bikecourier*, os veículos mais empregados são bicicletas e bicicletas elétricas. Utilizam modelos sofisticados, muitas vezes importadas e geralmente de propriedade do profissional, não da empresa. Já os entregadores empregam triciclos a pedal, que apresentam pouca variação entre si. Todos têm área de carga na dianteira, com baú fechado ou caçamba aberta. A propulsão é exclusivamente a pedal, sem assistência elétrica, e não possuem marcha, o que dificulta a subida de aclives e reduz a velocidade máxima. Não possuem coberta, o que deixa o condutor exposto a intempéries.

Os esforços e as solicitações são diferentes, mas ambos os grupos têm em comum a realização de esforços consideráveis, acima do que seria razoável.

O *bikecourier* típico trabalha seis horas diárias, com até três horas circulando sem pausas. Como as velocidades são altas, o deslocamento médio varia de 60 km a 80 km por dia. As cargas transportadas, ao contrário das distâncias, são pequenas, documentos e pacotes com até 15 kg.

Os entregadores estão submetidos a esforços de natureza diferente. Trabalham oito horas por dia, mas com apenas 15 km percorridos, em média. Porém, a cada viagem transportam em torno de 100 kg, podendo chegar a até 250 kg em casos extremos. Enquanto os *bikecouriers* passam quase a totalidade de seu tempo circulando, os entregadores realizam viagens curtas entre o comércio e o local de entrega e retornam. E, ao contrário dos *bikecourier*, uma parcela considerável de seu tempo ocorre fora do veículo, fazendo o carregamento e o descarregamento. Por este motivo, neste grupo, embora opere com cargas muito mais pesadas, há algum equilíbrio entre as solicitações sobre os grupos musculares superiores e inferiores.

Ambos os profissionais estão expostos a riscos para saúde provocados pelos esforços envolvidos e as posturas adotadas durante a atividade. Entre os *bikecouriers*, o aspecto mais desfavorável é a posição assumida para pedalar. A posição de ciclista, que o profissional assume por horas seguidas, o mantém com as costas curvadas, postura que provoca sobrecarga nas vértebras lombares e compressão na face anterior dos discos intervertebrais. A coluna cervical precisa assumir curvatura inversa, para que o ciclista possa olhar para frente. Nesta postura ocorre uma superextensão da coluna cervical.

A prática intensa de ciclismo provoca sobrecarga no sistema músculo esquelético, como coluna lombar, cervical, joelhos, pulsos e ombros, segundo estudos com ciclistas amadores e profissionais, relatados em Pasini (2009), Candotti et al. (2012), Wilson (2004), Landis (2004) e Konrady (2009). Diante destes riscos, atletas profissionais costumam fazer trabalhos de compensação, com acompanhamento de profissionais de fisioterapia, medicina e educação física, envolvendo alongamentos e musculação em grupos musculares específicos. Seria de se supor que, entre os *bikecouriers*, que pedalam em média 70 km por dia, os problemas de saúde em longo prazo sejam ainda maiores que entre os atletas, porque não contam com este acompanhamento profissional.

Uma investigação foi realizada entrevistando profissionais em três cidades, Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba, em que foi possível confirmar a suposição. Entre os entrevistados, aproximadamente 80% sentem regularmente dor na coluna lombar, 80% na cervical e 50% nos joelhos. Já fadiga excessiva, é percebida por 90% dos entrevistados nas pernas, 85% nos músculos da área lombar, 45% nos músculos da área cervical e 20% nos braços e ombros. Embora majoritariamente jovens, uma parcela considerável já realizou tratamento médico para problemas relacionados à atividade: 35%, sendo que 15% solicitaram afastamento

temporário do trabalho. Isso parece confirmar as pesquisas de Pasini, Candotti, Wilson, Landis e Konrady.

No grupo de entregadores a postura assumida para pedalar nos triciclos permite que a coluna se mantenha em posição mais vertical, não alterando tanto suas curvas fisiológicas. Além disso, conforme já colocado, há um equilíbrio entre o tempo pedalando e o tempo transportando carga, caracterizando uma melhor distribuição dos esforços. Mas, por outro lado, os pesos transportados são consideráveis, provocando riscos de outra categoria. Segundo diversas pesquisas, como Batiz (2011), Sanchez (2009), Mazzoni (1987) e Silva (2012), entre 65 e 80% dos trabalhadores que elevam cargas pesadas apresentam problemas no sistema musculoesquelético. No caso dos entregadores, há um agravante provocado pelas características do veículo. O baú de carga é rodeado por grade e o acesso sempre ocorre por cima, o que obriga o trabalhador a erguer pesos com a coluna curvada.

Confirmando as expectativas, os problemas de coluna também apareceram no âmbito da investigação. Cerca de 70% dos entregadores entrevistados apresentam regularmente dores nas costas e 60% de dores nos joelhos.

Além de problemas de saúde, os profissionais que trabalham no serviço de entregas também estão expostos a outros riscos. O mais lembrado são os acidentes de trânsito, que ocorrem em ambos os grupos, mas são mais frequentes entre os *bikecouriers*. Mais de 60% dos entrevistados deste grupo relataram já ter sofrido quedas, atropelamentos ou choques, porém o número pode estar subnotificado porque muitos não entendem como acidentes quedas com gravidade menor. O risco deste grupo é elevado porque empregam bicicletas que alcançam velocidades de até 50km/h, semelhante à de um veículo automotor, estando, no entanto, em um veículo muito mais vulnerável. Já os entregadores empregam um veículo mais lento, visível e estável, o que explica a menor incidência destes riscos entre eles.

Outro risco lembrado por ambos os grupos são furtos e roubos de mercadoria.

Na investigação realizada também foi possível observar que há a necessidade de um novo modelo de veículos de entregas para pequenas cargas em ambos os modelos de negócio.

Empresários entrevistados do segmento de *bikecourier* relatam que estão perdendo oportunidades de negócio por não encontrarem um veículo que permita transporte de cargas maiores. Identificam uma demanda perdida grande, porém, entendem que as opções de veículo no Brasil não oferecem a agilidade necessária. Além disso, não gostariam de ter seu negócio confundido com o de entregadores, perdendo um diferencial de qualidade.

No serviço de entregas do varejo de bairro, também existem demandas para um veículo a pedal com melhorias. Gerentes de redes de supermercado e de hor-

tifrúti que atuam no segmento de maior poder aquisitivo perceberam que o atendimento e apresentação do negócio são importantes para a lucratividade no seu segmento, e que o diferencial ambiental proporcionado pela entrega em domicílio é pouco explorado.

Desenvolvimento de um novo veículo de entregas

O resultado da investigação foi o projeto de um veículo, com características que atendam às necessidades identificadas nas pesquisas em campo e bibliográfica e às necessidades identificadas nos dois modelos de negócio.

Para ambos os modelos, a fluidez no trânsito é uma das qualidades mais importantes. As bicicletas, empregadas pelos *bikecouriers*, conseguem se desvencilhar das retenções no trânsito, mas os triciclos dos entregadores costumam ficar retidos quase tanto quanto automóveis, perdendo, assim, parte do seu ganho comparativo. Por este motivo, uma das premissas do projeto foi uma configuração vertical para o compartimento de carga, solução que reduz a largura do veículo para a de uma motocicleta. Esta largura menor também permite que o veículo transite em algumas ciclovias.

Outra premissa assumida a partir das pesquisas foi a propulsão híbrida pedal/elétrico, com tração elétrica na roda traseira e pedal na dianteira. A capacidade de carga foi limitada a 120 kg. Esta é uma solução de compromisso, que atende a maioria dos usos do veículo sem comprometer excessivamente custos e autonomia da bateria.

Por fim, foi assumida como premissa a adoção de uma carenagem cobrindo o veículo, protegendo o condutor das intempéries e a carga de furto.

Para melhorar a ergonomia e desempenho biomecânico, a configuração adotada para o posicionamento do condutor do veículo foi a de bicicleta reclinada ou *recumbent*. Neste arranjo o ciclista pedala sentado em um banco com encosto, e o pedal fica próximo da altura do assento. Na bicicleta ou triciclo tradicionais, o pedal fica posicionado sob o assento, e o esforço é realizado para baixo, sendo a contraposição ao movimento apenas a força da gravidade que atua sobre o corpo do condutor. Há diversos ganhos ergonômicos e biomecânicos no arranjo reclinado. Segundo Garnet (2014), Fehlau (2006) e Nolan (2014), esta configuração permite melhor desempenho, porque o esforço das pernas é realizado tendo o encosto do banco como contraposição. Outro ganho proporcionado por esta configuração é manter a coluna mais ereta, preservando suas curvas fisiológicas e reduzindo o risco de lesões na coluna lombar e cervical, conforme Nolan (op. cit.), Landis (2004), Wilson (2004) e Konrady (2009).

A configuração vertical proposta para a carga do veículo trouxe outro ganho ergonômico. A carga fica posicionada em prateleiras com acesso frontal, o que permite a manipulação sem necessidade de curvar a coluna.

Para o dimensionamento foram aplicados dados antropométricos brasileiros e, quando necessário, complementados com dados internacionais (INT, 1994; INT, 1988; DIFRIENT, 1981).

Para a validação do dimensionamento proposto, foi construída uma estrutura metálica regulável em escala 1:1 com os principais elementos de acionamento do veículo, como guidão, pedais e banco. Esta foi avaliada com auxílio de voluntários dentro dos percentis 50% a 95% masculino, o universo encontrado no levantamento junto às empresas de entregas e *bikecouriers* (Figura 2).

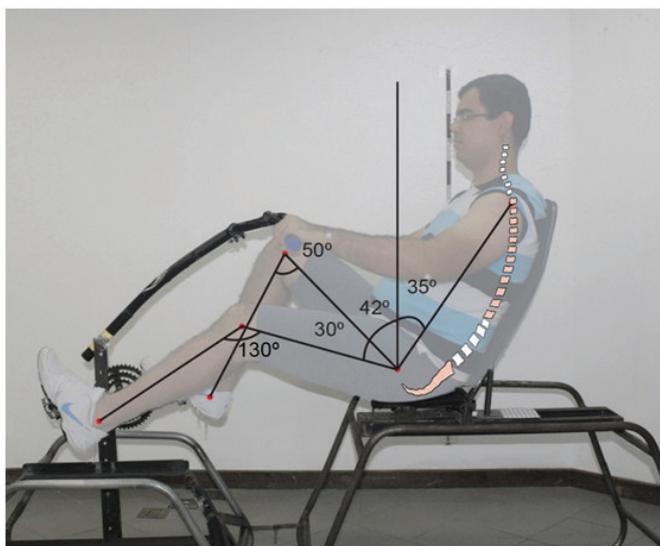


Figura 2 Avaliação do posicionamento dos elementos de controle do veículo. A coluna lombar e cervical permanece em posição mais próxima da ereta, preservando suas curvas fisiológicas.

Com relação à motorização e à alimentação, uma atenção maior foi dada ao relacionamento entre autonomia, custo e peso. Uma das principais limitações dos veículos elétricos é a baixa autonomia. O custo, volume, peso e tempo de recarga das baterias são elevados e serão tanto maiores quanto mais baterias o veículo possuir. Diante disso, é comum veículos elétricos empregarem o mínimo de baterias possível. Mas, por outro lado, o emprego de poucas baterias compromete a autonomia. É preciso encontrar, portanto, uma solução de compromisso entre número de baterias e autonomia.

Para o veículo proposto, uma das formas de trabalhar esta relação foi a inclusão de coletores solares fotovoltaicos, tipo manta flexível, sobre a carenagem.

Esta geração não tem a pretensão de manter as baterias carregadas, mas sim aumentar sua autonomia, ou reduzir a quantidade de baterias necessárias para um dia de circulação, conseguindo, com isso, redução de custos e pesos. Esta solução é particularmente interessante para o Brasil, que conta com uma insolação de mais de 200 dias por ano na maioria de suas cidades e onde os custos das baterias, importadas, ainda é muito elevado.

A forma do veículo foi elaborada com auxílio de softwares de ilustração e modelagem 3D, seguido da construção de dois mock-ups em escala 1:1 e um protótipo funcional (Figura 3).



Figura 3 Protótipo funcional.

Esta investigação apresenta algumas contribuições para o conhecimento nas áreas de mobilidade urbana, serviços de entregas e design para sustentabilidade.

O estímulo ao setor de serviço de entregas tem o potencial de contribuir para melhoria das condições de trânsito nas grandes cidades, bem como na qualidade do ar e redução do consumo de combustíveis fósseis.

Esta investigação contou com apoio financeiro da FAPERJ.

Referências

- BATIZ, E.; NUNES, J. I. S.; LICEA, O. E. A Prevalência dos sintomas musculoesqueléticos em movimentadores de mercadorias com carga. **Revista Produção**, mar. 2013, v. 23, n. 1, p. 168-177, 2011.
- DIFFRIENT, N. **Humanscale Manual**. Massachusetts: MIT Press, 1983.
- FEHLAU, G. **The Recumbent Bicycle**. New York: Out Your Backdoor, 2006
- GARNET, J. Ergonomic of direct-drive recumbent bicycles. **Human Power e-journal**. Disponível em: <<http://www.hupi.org/HPeJ/0017/GarnetDirectDriveRecumbents.pdf>>. Acesso em: 14 mar. 2014.
- GUERCI, A. **Progettazione di un triciclo a pedali per la consegna domiciliare della posta**. Politecnico di Milano III, Facoltà di Architettura i Design, Corso di Laurea in Disegno Industriale, 2010.
- INT. **Pesquisa antropométrica e biomecânica da população economicamente ativa**. Rio de Janeiro: INT, 1988.
- _____. **Ergokit**, base de dados antropométrica de populações brasileiras. Rio de Janeiro: INT, 1994.
- ITDP – INSTITUTE FOR TRANSPORTATION AND DEVELOPMENT POLICY. **Our Cities Ourselves: 10 Principles for Transport in Urban Life**. New York: ITDP, 2010.
- KONRADY, G. **Is the Recumbent Bicycle an Option?** Disponível em: <<http://www.gkonrady.com/content/writing-samples>>. Acesso em: 18 jun. 2014.
- LANDIS, B.; PETRITSCH, T.; HUANG, H. **Characteristics of emerging road users and their safety**. US Department of Transportation. Publication No. FHWA-HRT-04-103. 2004.
- MAZZONI, C. F.; COUTO, H. A. Aspectos físicos e radiológicos da coluna lombossacra de trabalhadores envolvidos em atividades pesadas. In: Congresso da Associação Nacional de Medicina do Trabalho, 5, 1987, Florianópolis. **Anais do V Congresso da Associação Nacional de Medicina do Trabalho**. Florianópolis: ANAMT, 1987. p. 759-775.

- MENDONÇA, C.; LOBO, J.; HAGEN, J. Os benefícios dos veículos de carga à propulsão humana: cidades podem alcançar menores emissões e maior segurança. In: Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito, 18, 2011, Rio de Janeiro. **Anais do 18º Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito**. Rio de Janeiro: ANTP, 2011.
- NOLAN, P. **Medical Benefits of Recumbent Bicycles**. Disponível em: <<http://www.bikeroute.com/Recumbents/BentMedBenefits.php>>. Acesso em: 14 jul. 2014.
- PASINI, M. **Modelo biomecânico tridimensional para análise das forças internas atuantes na coluna cervical superior e inferior durante o ciclismo**. Dissertação de Mestrado. Escola de Educação Física, Programa de Pós-Graduação em Ciências do Movimento Humano, UFRGS, 2009.
- SANCHEZ, M. **Aspectos ergonômicos e sintomas músculo-esqueléticos em descarregadores de caminhão: um estudo de caso**. Dissertação de mestrado. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), UNESP Bauru, 2009.
- SILVA, M. C.; FREITAS, T. A. F.; MÁSCULO, F. S. Métodos de análise ergonômica aplicados às atividades de carregamento manual de caminhões em uma empresa de cerâmicos. In: Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 20, 2010, São Carlos. **Anais do XX Encontro Nacional de Engenharia de Produção**. São Carlos: UFSC, 2010.
- WILSON, D. G. **Bicycling Science**. Massachusetts: MIT Press, 2004.

Subindo a escada da inovação sustentável com o modelo da pirâmide Asteca

Fabien A. Brones

Marly Monteiro de Carvalho

A crescente conscientização da importância de questões ambientais – esgotamento de recursos naturais, aumento de efeito estufa e mudanças climáticas, escassez de água de qualidade, poluição de ar urbano etc. – tem levado designers e pesquisadores a buscarem cada vez mais “soluções sustentáveis – desenvolvendo produtos e serviços para o futuro” nas suas atuações (Charter; Tischner, 2001), com a sustentabilidade se tornando uma prioridade competitiva.

Assim, nos anos 1990, principalmente na Europa, ecodesign e *Design for Environment* têm desenvolvido abordagens para considerar questões ambientais na inovação. Desde 2011, a norma ISO 14006 cunhou uma definição padrão comumente adotada para o ecodesign: “A integração dos aspectos ambientais na concepção e desenvolvimento de produtos, com o objetivo de reduzir os impactos ambientais adversos em todo ciclo de vida de um produto” (p. 2), acrescentando que outras terminologias utilizadas em todo o mundo incluem: *Environmentally Conscious Design* (ECD), *Design For Environment* (DFE), *green design* e *environmentally sustainable design* (ISO, 2011).

Entretanto, apesar da grande quantidade de pesquisas e publicações sobre ecodesign, estudos recentes indicam que uma integração consistente dos aspectos ambientais no desenvolvimento de produtos ainda é um desafio para a maioria das empresas (Brones et al., 2015). Assim, a questão da integração mais ampla da sustentabilidade, desde as atividades rotineiras até as tarefas estratégicas envolvidas nos processos de inovação, continua sendo um desafio grande, do ponto de vista da prática como do conhecimento associado. O presente capítulo traz uma série de reflexões e resultados centrados nesse tema da integração entre sustentabilidade e inovação. Começa por uma perspectiva histórica, resgatando as evoluções ao longo das últimas décadas dos conceitos de sustentabilidade, design e ecodesign. Tendo em mente esse quadro de evolução, em um segundo momento,

são expostas proposições obtidas em uma pesquisa conduzida na Universidade de São Paulo em colaboração com uma grande empresa brasileira de consumo, no intuito de aprofundar essa questão da integração no contexto empresarial. Para terminar, novas perspectivas de evolução do tema são propostas, apontando os desafios futuros para a transição em direção da Inovação Sustentável – e concluindo como esses desafios se organizam em uma série de estágios de evolução a serem escalados.

A evolução da sustentabilidade e do ecodesign

Vários autores têm percebido o ecodesign como uma parte ou um caminho para a inovação em produtos sustentáveis (Boks; McAlloone, 2009; Charter, 2001; McAlloone, 2000). Em vez de tentar capturar todas as dimensões e interpretações da sustentabilidade e de ecodesign, vale olhar como esses conceitos têm evoluído ao longo das últimas décadas. Com base em uma visão de Bhamra e Lofthouse (2007), complementada por propostas de diversos autores, a Figura 1 representa as principais ondas da evolução paralela da sustentabilidade, do design e do ecodesign.

Elkington (1998) originalmente descreveu a evolução da sustentabilidade em três ondas. A primeira começou desde o início dos anos 1960, com a ascensão de organizações não governamentais e o nascimento do Movimento Verde, e publicações com forte influência de Carson, Lovelock, e o famoso *Os limites do crescimento* de Meadows et al. (1972). Uma segunda onda na década de 1980, com um pico entre 1988 e 1991, seguiu uma perspectiva diferente influenciada por grandes catástrofes ambientais (como Bhopal ou Chernobyl), mas também começou a ter influência crescente dos mercados. O marco oficial de nascimento do Desenvolvimento Sustentável também aconteceu nessa fase, com o histórico relatório Brundtland, (WCED, 1987). Em seguida, a partir de 1999, a atenção mudou radicalmente, com a explosão de protestos e terrorismo (setembro de 2001). Mais recentemente, Elkington (2007) atualizou sua linha histórica, descrevendo uma quarta onda, com a mudança climática como um fator-chave de respostas políticas e de mercado, e as empresas mais envolvidas em direção de soluções de negócio através da inovação.

Em paralelo, Bhamra e Lofthouse (2007) também mencionaram três ondas principais na história do design industrial como profissão. Keitsch (2012) descreveu uma primeira fase de emergência, a partir de meados do século XIX ao início do século XX, caracterizada por pontos de vista altamente reformadores e éticos. De acordo com Dobers e Strannegard (2005), o conceito de “designer industrial” começou a ser utilizado na década de 1920 nos EUA. Durante uma segunda fase importante que ocorreu nas décadas de 1960-70 e pode ser qualificada como

“modernista”, o design se aproximou da engenharia, com os princípios positivistas predominantes, métodos empíricos e um foco na tecnologia. Um terceiro período, a partir dos anos 1980, concentrou-se cada vez mais no design contextualizado, muitas vezes sob a forma de participação do usuário e envolvimento das partes interessadas (Keitsch, 2012).

No entanto, alguns autores como Manzini (2006) têm apontado uma responsabilidade histórica dos designers: “No último século, mesmo quando os designers têm sido impulsionados por intenções das mais positivas [...], eles têm sido agentes ativos na lubrificação das rodas de uma máquina catastrófica ou, mais precisamente, agentes ativos de uma ideia não sustentável de bem-estar” (p. 2).

De acordo com Bhamra e Lofthouse (2007), o conceito de design para a sustentabilidade surgiu na década de 1960 como uma combinação dos movimentos descritos acima, com protagonistas como Packard, Papanek, Bonsiepe e Schumacher, que começaram a criticar o desenvolvimento moderno e insustentável e sugerir alternativas. Este primeiro período pioneiro não é mencionado por todos os autores. Por exemplo, Clark et al. (2009) afirmaram que (apenas) “na década de 1990, conceitos como ecodesign e concepção de produtos verdes foram introduzidos como estratégias que empresas poderiam empregar para reduzir os impactos ambientais associados com os seus processos de produção” (p. 409).

A segunda onda, de design verde, surgiu no final dos anos 1980 e coincidiu com a revolução do consumo verde e uma chamada para o design na direção de mudanças mais radicais. De acordo com Boks e McAloone (2009), dentro de uma primeira fase, pelo início dos anos 1990, ecodesign ou inovação de produto sustentável amadureceram progressivamente de reativos para receptivos a construtivos. A segunda fase, qualificada como “ecodesign realista” é descrita por volta dos anos 2000.

Seria possível explicar essa diferença de percepção, considerando que a visão de Bhamra e Lofthouse’s refletiria mais a comunidade de designers, enquanto Boks e McAloone descreveram mais as experiências de engenharia. Abrassart C. e Aggeri (2002) analisaram as divergências entre ambas as abordagens da ecoconcepção (expressão usada em Francês), que evoluíram em paralelo: de um lado a “artística”, mais atenta à forma ou símbolos; e por outro lado a “funcionalista”, mais orientada no sentido da realidade técnica. Se estes pesquisadores franceses acreditavam que fosse altamente difícil conciliar as duas abordagens opostas, outros autores, mais recentemente, tentaram identificar a direção para futuras pesquisas de design sustentável, em um quadro holístico, como uma combinação de experiência interdisciplinar: “promovendo uma abordagem equilibrada, o design industrial pode contribuir com *know-how* ecológico e tecnológico, e com métodos e ferramentas para avançar na sustentabilidade e inclusão social “ (Keith, 2012, p. 186).

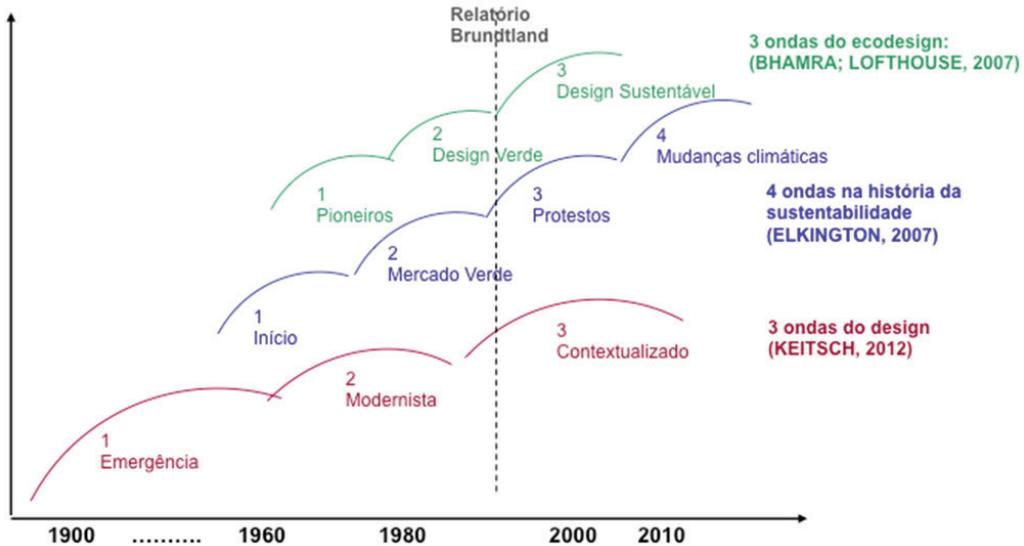


Figura 1 Uma representação da evolução do ecodesign, da sustentabilidade e do design.

Assim vem evoluindo o Design para a Sustentabilidade, com o objetivo de permitir que os produtos e serviços sejam sustentáveis e, ao mesmo tempo ofereçam mais valor, estendendo o conhecimento do ecodesign e pensamento de ciclo de vida, incorporando as preocupações econômicas e sociais, e abrangendo a inovação tanto incremental e radical. As áreas de pesquisa principais incluem o desenvolvimento de métodos, modelos e ferramentas para a integração da sustentabilidade no desenvolvimento de produtos e sistemas de produtos e serviços (Clark et al., 2009).

Integração do ecodesign: como fazer a transição acontecer?

Apesar da quantidade expressiva de pesquisas sobre ecodesign e DfS, e do conceito de “integração” fazer parte da sua própria definição, estudos recentes indicam que para uma maioria das empresas, mesmo na Europa considerada como mais adiantada no tema, a implementação completa do ecodesign ainda é um desafio e não uma realidade consolidada.

Recentes pesquisas desenvolvidas na Escola Politécnica da USP tentaram avançar nesse tema. Assim, um estudo foi desenvolvido junto com uma grande empresa brasileira do setor cosmético, buscando juntar conhecimentos de várias

áreas nas últimas décadas e aproximar recomendações teóricas com a realidade das organizações.

Este estudo foi desenvolvido combinando revisões sistemáticas de literatura e uma frente de Pesquisa-Ação na empresa de 2011 a 2015, o que resultou na construção de um modelo em formato de Pirâmide Asteca.

O método de Pesquisa-Ação (PA), ainda pouco usado em pesquisas no Brasil, foi desenvolvido nas ciências sociais, como uma forma de aprender sobre as organizações por meio de tentar mudá-las, e assim atendendo dois objetivos associados: resolver um problema organizacional e contribuir para o conhecimento científico (Lewin, 1946).

A PA foi concebida como um experimento colaborativo entre a empresa do setor de cosmético e USP, desde o planejamento até a aplicação operacional do ecodesign em projetos de novos produtos. Enquanto uma extensa literatura aborda questões ligadas a ferramentas de ecodesign, poucos estudos reportam e analisam os resultados do ecodesign nas condições reais de aplicação dessas ferramentas, particularmente nos estágios iniciais do processo de desenvolvimento de produtos (PDP), em que são tomadas as decisões essenciais do design do produto, com a maior margem de manobra e potencial de redução de seus impactos ambientais (Bhamra et al., 1999). Ferramentas de ecodesign, utilizáveis pelos times de projetos, são vistas como as formas de materializar conhecimentos sobre o pensamento de ciclo de vida, necessário para passar do design ao ecodesign.

Em vez do uso de ferramentas genéricas, consideradas pouco efetivas, a rota da customização de quatro ferramentas às condições específicas da empresa foi seguida, e sua aplicação foi realizada em oito projetos de desenvolvimento de produtos, com ampla capacitação de diferentes atores envolvidos.

As ferramentas de ecodesign foram avaliadas de forma positiva após a fase de desenvolvimento e experimentações iniciais com equipes de usuários, assim como pelas apresentações ao público gerencial de inovação da empresa. Os detalhes das pesquisas são descritos em diversos artigos (Brones; Carvalho, 2014).

O estudo como um todo aborda diversas atividades relacionadas ao ecodesign, para evoluir na integração para a Inovação Sustentável. O modelo da Pirâmide Asteca proposto amplia a abordagem tradicional centrada em projetos individuais e desenvolve o conceito de inserção formal de ferramentas de ecodesign customizadas no PDP. Além desse princípio, outros aspectos gerenciais, tais como gestão de projetos e de portfólio, foram considerados, ligando-os com o planejamento estratégico, conforme ilustrado na Figura 2.

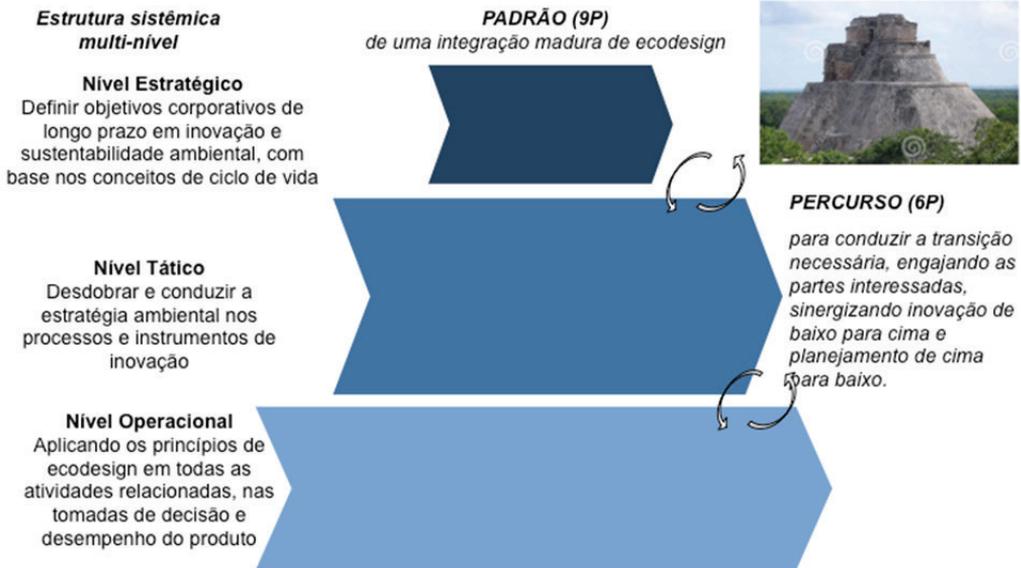


Figura 2 Representação simplificada do Modelo da Pirâmide Asteca ("15Ps ETF").

A parte central do modelo, com formato de “pirâmide asteca”, representa uma estrutura sistêmica com três níveis – estratégico, tático e operacional – combinando os processos e atividades ligados à inovação de produto. O modelo é decorrente da triangulação entre teoria (mais de cinquenta modelos encontrados na literatura) e prática (5 anos de PA).

Adicionalmente, novas abordagens de gestão de mudanças foram experimentadas – os chamados aspectos “soft” do ecodesign (Boks, 2006) – com aprofundamento através da teoria e modelo de *Transition Management* (TM).

O *Transition Management* (Loorbach, 2007) tem como objetivo lidar com problemas sociais persistentes, explorando e aprofundando sistemas mais sustentáveis. É um conceito inovador de governança e gestão de mudanças, baseado na teoria da complexidade, as teorias sociais e desenvolvido na Holanda nos últimos quinze anos.

Com isso evolui-se para a proposição do *Ecodesign Transition Framework*. O chamado “15Ps ETF” compreende um “padrão” com oito construtos (Propósito, Portfolio, Processo, Plataforma, Pipeline, Práticas e ferramentas, Procedimentos e Projetos) para um ecodesign maduro, e um componente chamado “percurso”, com cinco construtos (Planeta, Público, Programa, Piloto e Pessoas), para a realização da necessária transição endereçando aspectos não técnicos.

O modelo ETF almeja apoiar uma abordagem ampliada para planejar, implementar e monitorar a integração das considerações ambientais em toda a

inovação de produto de uma empresa, através de uma dinâmica de aprendizagem sistêmica.

O aumento global da maturidade em ecodesign observado na empresa mostrou congruência com o modelo, com desafios significativos também observados, cuja análise trouxe aprendizados valiosos desse estudo.

Questões-chave para a transição no ecodesign

Os resultados da PA levantaram várias questões-chave em direção a uma maior integração do ecodesign, que podem ser agrupados em quatro temas principais.

A customização e a integração de ferramentas de ecodesign no PDP

Existe uma literatura abundante que levou a uma grande lista de ferramentas (Baumann et al., 2002), potencialmente disponíveis para os desenvolvedores cumprirem atividades ambientais complexas (ISO, 2002). A customização de ferramenta para o contexto da empresa emergiu como uma abordagem alternativa (Luttrupp; Lagerstedt, 2006; Ritzen, 2000), que Boks (2006) confirmou como um fator chave de sucesso para a integração do ecodesign. No entanto, pouca aplicação desse conceito foi relatada na literatura, a não ser por O'Hare (2010), que apresentou uma experiência de ferramentas simples deecoinovação. Este princípio foi seguido nesta pesquisa, teve uma avaliação positiva no contexto da empresa e ocupa um lugar central no ETF.

Na verdade, o conceito de ferramentas de ecodesign customizadas e formalizadas no PDP (Funil) surgiu no contexto da empresa na fase de preparação e na USP-São Carlos [com base no modelo de referência por Rozenfeld et al. (2006)], em apresentações paralelas, quase simultaneamente em 2010, mas não foi encontrado em outras publicações durante todas as revisões.

Nesta experiência de PA, a necessidade de complementar fortemente tal atividade foi também mostrada, na direção de uma extensa formação e divulgação, e um conjunto mais amplo de iniciativas de integração recomendadas no ETF. Isto confirma a observação de Alblas et al. (2015) de que “a implantação de métodos de sustentabilidade, ferramentas e métricas, como a análise do ciclo de vida ou *Design for Environment*, não são suficientes para alcançar a sustentabilidade em Desenvolvimento de Novos Produtos” (p. 513).

Governança e estilos de gestão

Como Boks (2006) mostrou, mesmo as melhores ferramentas e conhecimentos técnicos (também chamados de “*technicalities*”) podem ser prejudicados por

questões de comunicação, relacionamento, ou outros problemas qualificados de “soft”. A necessidade de combinar a inovação de baixo para cima e de apoio à integração de cima para baixo, como indicado no ETF, destaca uma questão crítica de como um equilíbrio conveniente pode ser encontrado, e de quem decide e monitora tal dinâmica. Tal dilema também se observou no contexto da empresa e foi salientado por observadores externos que participam da iniciativa.

A questão da governança adequada de transição para a sustentabilidade é levantada pela Teoria de Transição e ecoa o fato de que o sistema de governo é também reconhecido como crítico para as melhores práticas no PDP e os resultados da inovação como um todo (Cooper; Edgett, 2011). Considerando que a capacidade de ecodesign envolve uma forte atenção para os aspectos e tarefas operacionais, como comumente tratado na literatura, neste estudo foi sublinhada a importância de abordagens mais táticas e estratégicas. No entanto, como afirmam Ulrich e Eppinger (2004), as decisões do planejamento de produto envolvem principalmente a alta administração das organizações. A construção de uma integração efetiva das preocupações ambientais em tal nível é um desafio relevante para um ecodesign maduro, considerando a falta de conhecimento e literatura nestas áreas, e também o fato de que tais públicos responsáveis são mais difíceis de influenciar até mesmo a partir do interior da organização.

Outra expressão dos desafios de governança reside na necessidade de uma ampla implementação de novas ferramentas de ecodesign. A linha seguida neste estudo, coerente com visões do TM, foi mais de uma divulgação proativa de práticas recomendadas, em vez de processos obrigatórios. Embora visivelmente dependendo de componentes culturais de estilos de gestão, essa escolha também reflete uma tendência na gestão de negócios em geral. A abordagem de comando e controle tradicional está mudando cada vez mais para a comunicação lateral e de baixo para cima (Groysberg; Slind, 2012), como foi anunciado há algumas décadas na 5ª Disciplina: a emergência de novos modos de organização, mais flexível e menos hierárquica e autoritária, dando maior espaço para a tomada de decisão individual e inovação (Senge; Sterman, 1992). O *Transition Management* trouxe tal abordagem, a fim de resolver os desafios complexos e sistêmicos associados à integração da sustentabilidade, argumentando que seria impossível de gerir tal evolução no sentido tradicional do planejamento por comando e controle (Loorbach, 2007).

Entre as barreiras invisíveis, resistência à mudança

No entanto, a abordagem de integração predominantemente de baixo para cima seguida nesta pesquisa, adaptada à cultura da empresa e aos princípios do TM, encontrou vários obstáculos, e a integração de novas práticas e ferramentas de ecodesign tem sido menor do que o esperado inicialmente. O TM, por indire-

tamente influenciar, ajustar, redirecionar e orientar ações (Loorbach, 2007), irá promover (apenas) uma evolução progressiva.

Na realidade da organização, tal lenta transição também foi associada com algum tipo de “barreiras invisíveis” percebidas pela equipe responsável pela iniciativa, diferente dos principais obstáculos previamente identificados por Boks (2006): a distância entre os proponentes e executores; as complexidades organizacionais; e a falta de cooperação.

Uma interpretação para tal resistência observada a mudanças seria a possível incidência de barreiras de segunda ordem, citadas na literatura de gestão da mudança (Ford; Ford, 2010), mas raramente estudadas para questões de sustentabilidade.

Tais preocupações têm sido observadas durante a experiência, e até mesmo claramente expressas por alguns profissionais:

“Há muitas mudanças estratégicas; e também muita rotatividade de pessoas; a maioria das pessoas nas equipes tem menos de dois anos experiência, eles têm pouca história por trás deles” (desenvolvedor de produto, 2012).

“Eu não sei como viabilizar a OCE no meu dia a dia de trabalho. Eu não tenho espaço, tempo ou recursos para fazê-lo” (analista de Marketing, 2013).

Diferentes fatores foram observados, tais como as questões de priorização, divergência entre interesses e preocupações individuais e coletivas, que podem ser chamadas de “entropia organizacional”. Tais condições interferem contra a incorporação de práticas novas e mais complexas na organização, mas não são específicas do ecodesign ou sustentabilidade e podem desempenhar um papel importante em qualquer questão de mudança (Mash et al., 2013).

De acordo com Frazier (1996), que estudou *Design for Environment* na Xerox, um desafio chave seria superar a resistência da gestão intermediária para a mudança estratégica, pois este grupo tem um papel fundamental no processo de implementação, mas é o mais difícil de convencer da necessidade de prosseguir uma estratégia particular.

Se o estudo não fornece tais evidências conclusivas, a gestão intermediária pode ser exposta a tensões importantes, na intersecção da pressão estratégica de cima para baixo e experimentações de baixo para cima, frente aos desafios de desempenho sustentável. O novo paradigma da empresa sustentável traz uma justaposição de metas ambientais e financeiras, com possíveis conflitos em curto prazo, com a pressão constante impostas pelos mercados competitivos.

Do conhecimento formal ao tácito

No entanto, tais resistências e barreiras invisíveis são difíceis de identificar e gerenciar. Ao mesmo tempo, o progresso em direção a uma maturidade maior

em ecodesign pode ser mais visto como processo de aprendizagem coletiva, como argumentado por Valleta et al. (2014), como a necessidade de uma educação progressiva para as práticas de ecodesign – o que é complexo para monitorar e medir.

Por exemplo, em um grande projeto de desenvolvimento do produto acompanhado na pesquisa, as ferramentas de ecodesign não foram aplicadas no formato recomendado. Entretanto, entrevistando um grupo de cinco desenvolvedores de produtos sobre seus resultados e dificuldades, eles expressaram que tinham seguido o e-learning de ecodesign e proativamente testado novas soluções técnicas para reduzir os impactos ambientais “segundo os compromissos da empresa em sustentabilidade, mais do que as demandas de marketing” que normalmente direcionam o briefing e trabalho técnico.

De acordo com Goffin e Koners (2011), o desenvolvimento de novos produtos (NPD em inglês) é uma atividade complexa que depende fortemente de conhecimento e aprendizagem, e “grande parte do conhecimento gerado no NPD é tácito”, em oposição ao conhecimento explícito (segundo a expressão cunhada por Polanyi na década de 1960).

Até agora, o lado tácito da aprendizagem tem sido pouco estudado para as questões de sustentabilidade, e apenas citado em algumas pesquisas (Lofthouse, 2006; Trebilcock, 2011) e proposto por Trotta (2010) em um trabalho voltado à integração da sustentabilidade ambiental na formação do arquiteto.

Assim, esse estudo longitudinal ilustra a complexidade de integração de ecodesign em inovação de produto de empresa, que pode ser vista principalmente como uma aprendizagem coletiva e progressiva, com fatores de sucesso chave ligados à capacidade de engajar os atores da inovação nesse processo.

Para maior validação, o ETF poderia ser aplicado em diferentes contextos e aprofundado por meio de estudos qualitativos e quantitativos de tais fatores de sucesso, considerando também as especificidades das empresas e complexidade associada (como: cultura, resistência a mudanças, entropia organizacional etc.). Além de tal aprofundamento, vale relacionar como esse tema da integração vem se inserindo nos desafios e tendências gerais do design para a sustentabilidade, que será a etapa final dessa reflexão.

Desafios para o futuro em direção de novos patamares de inovação

Durante a última década, vários fatores fizeram com que a percepção dos desafios associados ao design para a sustentabilidade fosse evoluir expressivamente, apontando progressivamente para a necessidade de mudanças mais radicais. Para responder ao aumento de complexidade e à evolução do processo de

inovação como um todo, seria necessário repensar o design na direção de uma agenda mais transformadora.

O cenário externo indica uma aceleração da evolução da sociedade e dos mercados, ligados a uma maior interligação e crescimento rápido das tecnologias da informação e sua presença na vida. Este movimento está associado a um aumento da complexidade da sociedade e uma maior interdependência sistêmica. O processo linear (a demanda do cliente traduzida em produtos e serviços) foi substituído por múltiplas interações entre diferentes atores da sociedade e os consumidores mais ativos. A complexidade dos produtos e a globalização das cadeias de fornecimento de produtos tem aumentado constantemente. Ao mesmo tempo, vem uma demanda para expandir o conhecimento sobre sustentabilidade, associado a uma visão ampla do modelo de economia circular.

“O território de trabalho do designer mudou consideravelmente durante os últimos 50 anos, passando de objetos tangíveis para sistemas de combinações de sistemas de produtos e serviços, e até para o desenvolvimento de sistemas complexos”, observam Joore e Brezet (2015). Tal necessidade de “modernizar o ecodesign” (Olundh, 2006), além das melhorias mais comuns do produto, foi regularmente orientada para a inovação mais radical ou combinações integradas de serviços e produtos. A inovação em *Product Service Systems* (PSS) ainda é apresentada como uma abordagem promissora para orientar a estrutura atual de produção e consumo para a sustentabilidade (Ceschin, 2014).

Ao mesmo tempo, o desafio do design para a sustentabilidade tem sido relatado como a capacidade para apoiar a inovação com o aumento da sustentabilidade através do compartilhamento de conhecimentos e da promoção de redes e empreendedorismo (Clark et al., 2009). Entretanto, como fazer isso acontecer com maior efetividade continua sendo uma questão essencial.

Um recente estudo prospectivo (Future Earth, 2014) argumentou em favor de uma agenda estratégica de investigação com base em “uma nova forma de fazer ciência”. A abordagem proposta dá uma forte ênfase a uma plena integração e colaboração de diferentes disciplinas científicas com outras partes interessadas. O codesign e a coprodução de novos conhecimentos por pesquisadores, trabalhando em colaboração com os seus parceiros sociais, seriam fundamentais para o desenvolvimento de conhecimentos científicos, dados e ferramentas que possam contribuir para enfrentar os desafios globais de sustentabilidade.

Tal chamada apresenta uma forte convergência com uma nova tendência de pesquisa em design proposta pela Escola de Design da Universidade Carnegie Mellon, para tratar os “problemas recorrentes” (“*wicked problems*”) da sustentabilidade no século XXI, tanto sociais e ambientais. O *Transition Design* tem sido apresentado como uma nova área de prática, estudo e pesquisa de design (Irwin, 2015) – uma nova etapa no design para a inovação social, trazendo mudanças

radicais dentro de uma mudança de paradigma e novos sistemas. Este modelo combina novas formas de concepção, informadas por uma visão de futuro necessário, uma profunda compreensão da dinâmica da mudança (inspirada pelo *Transition Management*) e um novo espírito com abertura e atitude fortemente colaborativa.

Tal visão inovadora de certa forma coincide com a experiência de pesquisa acima apresentada, com o *Ecodesign Transition Framework* propondo uma síntese entre conhecimentos em ecodesign e o modelo de *Transition Management*. E também evolui um passo para frente, para endereçar os desafios da sustentabilidade através do design de maneira mais radical e transformadora.

Assim, juntando as observações encontradas nesse caminho da integração do ecodesign, é possível enxergar uma evolução progressiva em quatro estágios, subindo a escada da integração para a Inovação Sustentável:

No estágio 1, a inovação de produtos tradicional é “naturalmente” centrada no triângulo: performance/qualidade; custo; prazo/viabilidade. Aspectos de sustentabilidade não são integrados como dimensão relevante do processo e das práticas.

Em um segundo estágio, em que se encontra a maioria das empresas interessadas em sustentabilidade, há uma integração parcial do ecodesign em projetos, porém ainda não de maneira sistematizada.

O estágio 3 corresponderia a uma integração ampla do ecodesign em todo o processo de inovação de uma empresa, da maneira explorada na Pesquisa-Ação reportada. O ETF pode ser visto como um modelo capaz de ajudar as empresas a passarem do estágio 1 ou 2 ao estágio 3 mais consolidado.

O *Transition Design* se posiciona em um quarto estágio dessa evolução no caminho da inovação sustentável, com a sustentabilidade ampliada na sua dimensão social (às vezes chamado de eco-sócio-design), mas também explorando novas formas de inovação responsável, assumindo o papel transformador de uma visão de design e negócio centrados nos próprios desafios socioambientais.

Nesse novo patamar de integração, termo dessa jornada em que o design encontra plenamente a sustentabilidade, existem ainda muitos desafios a serem explorados tanto nos campos práticos como teóricos, para viabilizar os novos *modus operandi* das operações sustentáveis, e possivelmente elementos essenciais na transição para uma sociedade mais sustentável.

Referências

ALBLAS, A.A.; PETERS, K.; WORTMANN, J.C. Fuzzy sustainability incentives in new product development: An empirical exploration of sustainability

- challenges in manufacturing companies. **International Journal of Operations and Production Management**, v. 34, n. 4, p. 513-545, 2015
- BAUMANN, H.; BOONS, F.; BRAGD, A. Mapping the green product development field: engineering, policy and business perspectives. **Journal of Cleaner Production**, v. 10, n. 5, p. 409-425, 2002.
- BHAMRA, T.; LOFTHOUSE, V. **Design for sustainability: a practical approach**. Farnham: Gower, 2007.
- BHAMRA, T.; EVANS, S.; MCALOONE, T.; SIMON, M.; POOLE, S.; SWEATMAN, A. Integrating environmental decisions into the product development process. Part I – The early stages, Presented at EcoDesign '99, 1999.
- BOKS, C. The soft side of ecodesign. **Journal of Cleaner Production**, v. 14, n. 15-16, p. 1346-1356, 2006.
- BOKS, C; MCALOONE, T. Transitions in sustainable product design research. **International Journal of Product Development**, v. 9, n. 4, p. 429-448, 2009.
- BRONES, F., CARVALHO, M. M. Ferramentas de ecodesign no pré-desenvolvimento de produtos. **IV Congresso Brasileiro sobre Gestão Pelo Ciclo De Vida**, São Bernardo do Campo, SP, 9-12 de novembro de 2014.
- BRONES, F.; CARVALHO, M.M. From 50 to 1: Integrating literature toward a systemic ecodesign model. **Journal of Cleaner Production**. Special Volume: CP Strategies, v.96, p. 44-57, 2015, DOI: 10.1016/j.jclepro.2014.07.036
- CESCHIN, F. How the design of socio-technical experiments can enable radical changes for sustainability. **International Journal of Design**, v. 8, n. 3, p. 1-21, 2014.
- CHARTER, M.; TISCHNER, U. **Sustainable Solutions: Developing Products and Services for the Future**. Sheffield, UK: Greenleaf Publishing, 2001.
- CLARK, G.; KOSORIS, J.; NGUYEN HONG, L.; CRUL, M. Design for Sustainability: Current Trends in Sustainable Product Design and Development. **Sustainability**, v. 1, n. 3, p. 409-424, 2009.
- ELKINGTON, J. **Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business**. Oxford: Capstone, 1998.

- _____. Brundtland and Sustainability: History's Balance-Sheet. **OpenDemocracy**, abr. 2007. Disponível em: <http://www.opendemocracy.net/globalization-institutions_government/sustainability_4521.jsp>. Acesso em: 2 abr. 2014.
- FORD, F. D.; FORD, L. W. Stop Blaming Resistance and Start Using It. **Organizational Dynamics**, v. 39, n. 1, p. 24-36, 2010.
- FRAZIER, R. R. **Overcoming middle management resistance to strategic change: design for environment (DFE) at Xerox**. Cambridge, MA: MIT Press, 1996.
- Future Earth. **Future Earth Strategic Research Agenda 2014**. Paris: International Council for Science (ICSU), 2014.
- GOFFIN, K., KONERS, U. Tacit Knowledge, Lessons Learnt, and New Product Development. **J Prod Innov Manag**, v. 28, p. 300-318, 2011.
- GROYSBERG, B.; SLIND, M. Leadership is a conversation, **Harvard Business Review**, v. 90, n. 6, p. 76-84, 2012
- INTERNATIONAL STANDARDIZATION ORGANIZATION – ISO. ISO/TR 14062. **Environmental management – integrating environmental aspects into product design and development**, 2002.
- _____. ISO 14006. **Environmental management systems – Guidelines for incorporating ecodesign**. Geneva, 2011.
- IRWIN, T. Transition design: A proposal for a new area of design practice, study, and research. **Design and Culture**, v. 7, n. 2, p. 229-246, 2015.
- JOORE, P.; BREZET, H. A multilevel design model e the mutual relationship between product-service system development and societal change processes. **Journal of Cleaner Production**, v. 97, p. 92-105, 2015.
- KEITSCH, M. Sustainable Design: A Brief Appraisal of its Main Concepts. **Sustainable Development**, v. 20, p. 180-188, 2012.
- LEWIN, K. Action Research and Minority Problems. **Journal of Social Issues**, v. 2, n. 4, p. 34-46, 1946.

- LOFTHOUSE, V. Ecodesign tools for designers: defining the requirements. *Journal of Cleaner Production*, v. 14, n. 15-16, p. 1386-1395, 2006.
- LOORBACH, D. **Transition Management: new Mode of Governance for Sustainable Development**. Utrecht: International Books, 2007.
- LUTTROP, C.; LAGERSTEDT, J. EcoDesign and the ten golden rules: generic advice for merging environmental aspects into product development. *Journal of Cleaner Production*, v. 14, n. 15-16, p. 1396-1408, 2006.
- MANZINI, E. **Design, Ethics and Sustainability**, Guidelines for a Transition Phase. 2006. Disponível em: <<http://www.dis.polimi.it/manzini-papers/06.08.28-Designethics-sustainability.doc>>. Acesso em: 3 abr. 2014.
- MASH, R. J.; GOVENDER, S.; ISAACS, A. A.; DE SA, A.; SCHLEMMER, A. An assessment of organisational values, culture and performance in Cape Town's primary healthcare services. *South African Family Practice*, v. 55, n. 5, p. 459-466, 2013.
- MCALOONE, T. C. Where's eco-design going? **Proceedings of Electronics Goes Green 2000+ Conference**. Berlin: IEEE, 2000.
- MEADOWS, D. H.; MEADOWS, D. L.; RANDERS, J.; BEHRENS W. W. **The Limits To Growth: A Report for The Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind**. New York: Universe Books, 1972.
- O'HARE, J. A. **Eco-innovation tools for the early stages: an industry-based investigation of tool customisation and introduction**. University of Bath - PhD Thesis, 2010
- ÖLUNDH, G. **Modernising Ecodesign – Ecodesign for Innovative Solutions**. Doctoral thesis. Royal Institute of Technology. Stockholm, 2006.
- RITZÉN, S. **Integrating environmental aspects into product development: proactive measures**. Doctoral Thesis, Department of Machine Design, Royal Institute of Technology, Stockholm, 2000.
- ROZENFELD, H. et al. **Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para a melhoria do processo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

- SENGE, P. M.; STERMAN, J. D. Systems thinking and organizational learning: Acting locally and thinking globally in the organization of the future. **European Journal of Operational Research**, v. 59, n. 1, p. 137-150, 1992.
- TREBILCOCK, M. A model for integrating environmental sustainability into architectural education. **Journal of Green Building**, v. 1, n. 1, p. 73-82, 2011.
- TROTTA, M. G. Product Lifecycle Management: Sustainability and knowledge management as keys in a complex system of product development. **Journal of Industrial Engineering and Management**, v. 3, n. 2, p. 309-322, 2010.
- ULRICH, K. T.; EPPINGER, S. D. **Product Design and Development**. 3. ed. New York: McGraw-Hill, 2004.
- Valleta, F.; Eynard, B.; Millet, D. Proposal of an eco-design framework based on a design education perspective. **21st CIRP Conference on Life Cycle Engineering**. Procedia CIRP 15, p. 349-354, 2014.
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT – WCED. **Our Common Future**. Oxford: Oxford University Press, 1987.

Integração da ACV dentro do processo de desenvolvimento de produtos

Agnes Narimatsu Honda
Fábio Puglieri

Yovana Maria Barrera Saavedra
Aldo Roberto Ometto

Ecodesign

Os produtos que são considerados importantes para melhorar a nossa qualidade de vida são os principais responsáveis pelos problemas ambientais atuais (CCE, 2001). De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT, 2009) e Hauschild et al. (2005), os produtos causam impactos ambientais em todas as fases do seu ciclo de vida, da extração da matéria-prima, passando pelas fases de manufatura, distribuição, uso e fim de vida.

Neste sentido, atualmente muitas organizações estão cada vez mais conscientes da necessidade de integrar aspectos ambientais dentro de seus produtos (ABNT, 2004; 2014). Um grande número de empresas busca os benefícios que podem ser adquiridos a partir da inserção desses conceitos nos modelos de negócios. Entre os principais resultados estão: a redução de custos, o estímulo à inovação, a melhoria na qualidade, a oportunidade de novos negócios, identificação de novos produtos (a partir de bens descartados), redução das infrações legais entre outros (ABNT, 2004; 2014).

A integração das questões ambientais nos produtos é realizada dentro do processo de desenvolvimento de produtos (PDP), considerado para Rozenfeld et al. (2006) o processo de negócio mais crítico para o sucesso das organizações, principalmente em razão da maior internacionalização dos mercados, aumento da variedade e diversidade dos produtos, aumento do nível de exigência dos clientes sobre os produtos e, conseqüentemente, levando à busca contínua das empresas ao atendimento das suas necessidades. Essa integração das questões ambientais é denominada como *Ecodesign* ou *Design for Environment* (DfE).

O *Ecodesign*¹ trata de uma estratégia que visa integrar as ações tomadas durante o desenvolvimento de produtos para diminuir os impactos ambientais de um produto durante o seu ciclo de vida (PIGOSSO, 2008; JOHANSSON, 2002; NIELSEN; WENZEL, 2002; WEENEN, 1995). O termo aparece com diversos sinônimos conforme o lugar onde é usado. Kurk e Eagan (2008) e Pigosso (2008) mencionam que na Europa é conhecido como *Ecodesign* e nos Estados Unidos é utilizado o termo *Design for Environment* (DfE). Hauschild, Jeswiet e Alting (2005) realçam que esses termos são usados simultaneamente para considerar questões de *design* relacionadas ao meio ambiente e à saúde humana durante todo o ciclo de vida de um produto.

Algumas outras definições complementam o significado do *Ecodesign*. Para Bakker (1995) e Johansson (2002), o *Ecodesign* trata do desenvolvimento de produtos através da aplicação de requisitos ambientais dirigidos à redução de impactos ambientais por todos os estágios do ciclo de vida do produto, sem comprometer requisitos de custo, qualidade e desempenho. Ou seja, mesmo com o principal propósito de redução dos impactos ambientais do produto ao longo do ciclo de vida, o *Ecodesign* não pode desconsiderar outros aspectos importantes para o consumidor, como o preço, a facilidade de uso e até mesmo a aparência do produto. Já outras definições, embora menos comuns, incluem a perspectiva social e ética ao *Ecodesign* (KARLSSON; LUTTROPP, 2006).

Junto com o *Ecodesign*, podem estar associados outros DfX específicos para determinados objetivos, como aqueles que visam à recuperação do produto por meio da integração de estratégias de fim de vida (EoL), como é o caso do projeto para reciclagem (*Design for Recycling* – DFR), que define regras e recomendações para o reaproveitamento de materiais e componentes (HAUSCHILD; JESWIET; ALTING, 2005), o Projeto para Remanufatura (*Design for Remanufacturing* – DFR_{eman}), que tem a finalidade de conseguir manter as partes do produto a ser remanufaturado em condições de uso e evitar os danos ocorridos na desmontagem destes, e o Projeto para Desmontagem (*Design for Disassembling* – DFD) (GRAY; CHARTER, 2006).

De acordo com Vezzoli e Sciamia (2006); Pigosso (2008) e Puglieri (2010), nas últimas duas décadas, foram desenvolvidas centenas de práticas de suporte (ferramentas, guias, técnicas etc.) para o *Ecodesign*, sendo inclusive algumas delas adaptadas do próprio desenvolvimento de produtos, como o *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) e o *Quality Function Deployment* (QFD).

O objetivo dessas práticas é facilitar a integração das questões ambientais em todas as fases do ciclo de vida de um produto. Neste sentido, uma das técnicas usadas dentro do *Ecodesign* é a Avaliação do Ciclo de Vida (ACV), que é definida

1 Este texto adota o termo *Ecodesign*.

como uma técnica estruturada e internacionalmente padronizada de gestão ambiental que enfoca na quantificação dos aspectos e impactos ambientais potenciais associados aos produtos em todo o ciclo de vida (ABNT, 2009; EU, 2010).

A ACV é composta por quatro fases, conforme a Figura 1:

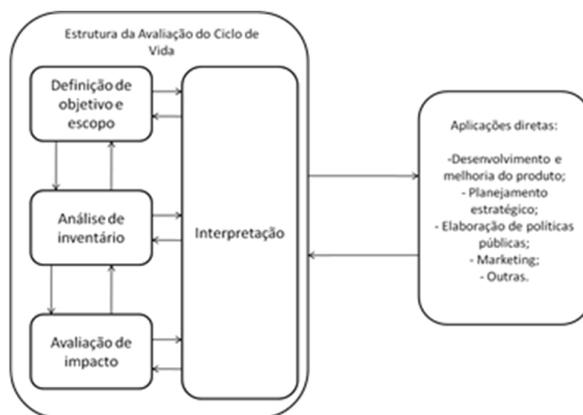


Figura 1 Fases da ACV. Fonte: ABNT (2009).

Na **primeira fase** a aplicação pretendida e razões para execução do estudo são definidas, além de outros detalhamentos, como as funções do sistema de produto, sua unidade funcional e fluxo de referência, a fronteira do sistema e critérios de corte (ABNT, 2009). A **segunda fase** compreende a análise do inventário, que consiste na obtenção de dados e modelagem do sistema. Tipicamente requer os maiores esforços e recursos de uma ACV (EU, 2010). A **terceira fase** é quando, a partir dos dados do inventário, são calculados os impactos ambientais potenciais para as categorias de impacto que a metodologia utilizada apresenta, como aquecimento global, consumo de recursos e toxicidade humana. Por fim, a **quarta fase** é chamada de interpretação e consiste em identificar questões significativas nas fases de inventário e avaliação de impacto, além de estabelecer conclusões e indicar recomendações (ABNT, 2009).

A integração da ACV dentro do processo de desenvolvimento de produtos

Como o *Ecodesign* tem o objetivo de incorporar as questões ambientais no PDP, em adição aos demais critérios usualmente considerados, não se trata de um modelo completamente novo e pode ser encarado como uma variação de um processo existente (KARLSSON, LUTTROPP, 2006; LEWIS et al., 2001). Portanto a proposta de aplicação de ACV no PDP é feita de modo a alterar minimamente

o processo original. Neste trabalho, por exemplo, foi usado o modelo unificado proposto por Rozenfeld et al. (2006).

De acordo com o modelo unificado, o PDP divide-se em 3 macrofases:

- 1 Pré-desenvolvimento: ocorre definição de objetivos e metas da empresa, identificação e seleção de oportunidades para produtos, geração de conceitos de produtos, planejamento estratégico de produtos e planejamento do projeto.
- 2 Desenvolvimento: compreende as fases de projeto informacional, conceitual, detalhado, preparação da produção e lançamento do produto.
- 3 Pós-desenvolvimento: envolve o acompanhamento e o processo de descontinuação do produto.

A definição de objetivos e metas ambientais no pré-desenvolvimento é fundamental para o sucesso do *Ecodesign* e estes devem estar alinhados à estratégia da empresa (GUELERE, 2009). Essa definição é até mais importante do que a escolha das ferramentas a serem usadas nas atividades posteriores, uma vez que os objetivos e metas irão influenciar na escolha das ferramentas (KARLSSON; LUTTROPP, 2006). Uma forma de estabelecer os objetivos e metas ambientais é por meio do perfil ambiental dos produtos existentes ou de concorrentes, obtido através da ACV de um produto de referência, em que é possível identificar os processos e materiais que apresentam maior oportunidade ambiental e em qual etapa do ciclo de vida as oportunidades ocorrem (MILLET et al., 2007).

Na fase de identificação e seleção de oportunidades para produtos, idealmente deveria ocorrer a ACV de todos os produtos existentes no portfólio para identificar quais os produtos que apresentam maior oportunidade ambiental e em quais aspectos do produto (CHARTER; TISCHNER, 2001). Muitas vezes isso não é viável por restrições de custo e tempo. Por isso deve-se buscar priorizar quais produtos devem ser analisados por meio da ACV, podendo agrupar os produtos em categorias e escolher um representante de cada categoria.

Na fase de geração de conceitos de produtos, podem-se incluir as informações fornecidas pela ACV na fase anterior, traduzidas em oportunidades ambientais. Uma vez identificado o problema, pode-se desenvolver ideias e conceitos de produtos que foquem nessas oportunidades. Mesmo que as novas ideias e conceitos não foquem diretamente na questão ambiental, é importante manter o time ciente dos *hot spots* (ou seja, as principais oportunidades ambientais do produto) para que as soluções geradas levem em consideração se podem causar uma piora no perfil ambiental do novo produto.

Na fase de planejamento estratégico de produtos ocorre o gerenciamento do portfólio, em que se definem quais produtos serão retirados do mercado e em quais novos produtos serão investidos. É importante ter a presença de um especialista ambiental no time responsável por essas decisões (JOHANSSON, 2002). Esse profissional é capaz de correlacionar as informações obtidas das ACV

anteriores aos impactos que os produtos podem causar, de forma a influenciar nas decisões. É fundamental incluir as questões ambientais no início do desenvolvimento para aumentar a probabilidade de melhorias ambientais efetivas. A informação prévia da ACV é importante no direcionamento correto da tomada de decisão, ao evidenciar os componentes e fases do ciclo de vida com maiores oportunidades ambientais. A partir dessa informação, podem-se definir objetivos e metas ambientais para os produtos a serem desenvolvidos.

A fase de planejamento do projeto dá apoio à materialização dos objetivos e metas do projeto, incluindo os ambientais. Guelere (2009) ressalta que, caso a empresa não tenha estabelecido anteriormente objetivos e metas claros em relação ao *Ecodesign*, o planejamento do projeto não irá considerar as questões ambientais no plano de projeto e nas fases subsequentes. Do ponto de vista ambiental, na definição dos envolvidos no projeto, pode-se incluir a participação do especialista ambiental na composição do time de projeto, caso esse não tenha sido incluído na fase anterior, além de eventuais parceiros externos se, na análise prévia de ACV, for evidenciado um *hot spot* em algum fornecedor.

Segue-se para as atividades de definição do escopo de produto, do projeto e detalhamento do escopo do projeto. A classificação baseada na tipologia de projetos é importante, pois ocorre a identificação das atividades e recursos necessários para atingir os objetivos finais. Classificar incorretamente um projeto pode levar ao desperdício de recursos ou, em outro extremo, à condenação de um projeto por falta de recursos. No modelo unificado a classificação do projeto é feita considerando o grau de complexidade e o grau de inovação. Os projetos podem ser classificados como incremental, de plataforma, radical ou de pesquisa avançada. De forma geral, em um projeto com alta complexidade e inovação, todas as fases do desenvolvimento devem ser executadas. Em um projeto de menor complexidade, podem-se agrupar algumas fases e simplificar outras. De modo paralelo, projetos de *Ecodesign* também podem ser praticados em diversos níveis. Charter e Tischner (2001) identificaram 4 estágios do *Ecodesign*: reparo, refino, redesenho e mudança de pensamento. Quanto maior o nível de inovação, os ganhos ambientais são maiores, mas os riscos também aumentam.

No projeto informacional estabelecem-se especificações-meta do produto, considerado como elemento mais crítico do desenvolvimento de um novo produto, pois orienta a geração de soluções, assim como os critérios de avaliação e decisão das etapas posteriores. É fundamental que as especificações-meta considerem as questões ambientais para o *Ecodesign* ser efetivo. Nessa fase deve-se definir o problema do projeto de forma clara e completa. Isso deve ser feito aprofundando as informações da fase de planejamento e buscando informações tecnológicas e de produtos concorrentes. Deve-se aproveitar a maior parte das informações

já levantadas na fase de planejamento estratégico, incluindo as levantadas pelas ACV nas fases anteriores.

Após definir o problema, deve-se mapear o ciclo de vida do produto para definir em cada fase do ciclo quais são os clientes e seus requisitos. A ACV complementa esse mapeamento ao incorporar as questões ambientais, que posteriormente definirão os requisitos do produto. A aplicação da ACV pode se diferenciar para cada tipo de projeto. Hur et al. (2005) observaram que formas mais simplificadas de ACV, como as formas matriciais e qualitativas, são mais adequadas para projetos incrementais. Uma grande barreira para a aplicação da ACV é a grande demanda de tempo e esforço que essa técnica requer (ANDRIANKAJA; BERTOLUCI; MILLET, 2013; BHANDER et al., 2003). A possibilidade de utilizar formas simplificadas de ACV nos projetos incrementais, que representam a maior parte dos projetos, aumenta a probabilidade de aplicação no PDP. Hur et al. (2005) também concluíram que formas mais completas da ACV são mais adequadas para projetos mais complexos e inovadores. Conforme a complexidade de um projeto aumenta, a forma completa de ACV tende a ser mais adequada.

Portanto, para projetos de plataforma, a ACV simplificada semiquantitativa pode ser adequada. Como exemplo, Andriankaja, Bertoluci e Millet (2013) criaram uma ferramenta que estima rapidamente o perfil ambiental de um produto baseado em sua tipologia. Os pesquisadores classificaram os produtos em diferentes categorias, baseadas nos perfis ambientais. Assim, o perfil ambiental de um novo produto é feito baseado nos parâmetros críticos, focando os aspectos do ciclo de vida identificados como relevantes. Nesse tipo de projeto, o produto não é totalmente novo e muitas informações já estão disponíveis. Portanto o esforço é reduzido significativamente. Outra opção sugerida por Nielsen e Wenzel (2002) seria realizar a ACV de um produto referência para servir de base para o novo produto.

Os projetos radicais acontecem em menor frequência e naturalmente exigem mais tempo e recursos. Nesses projetos pode-se realizar uma ACV quantitativa completa, sendo necessário ter conhecimento dos materiais e processos específicos. Para produtos completamente novos, Nielsen e Wenzel (2002) sugerem estabelecer um produto fictício para servir de referência. Geralmente, os novos produtos são baseados em tecnologias existentes. Por isso, na maioria dos casos, é possível compor uma referência útil, combinando sistemas e tecnologias existentes.

Já os projetos de pesquisa avançada têm o objetivo de criar conhecimento para projetos futuros e não tratam do desenvolvimento de um produto específico. O foco desses projetos é o desenvolvimento de uma tecnologia e muitas vezes não há informações suficientes para realizar uma ACV. Mas essa limitação não deve excluir a possibilidade de incorporar as questões ambientais, pois as maiores possibilidades de ganhos ambientais encontram-se justamente nas fases iniciais do

projeto de pesquisa avançada. De fato, o que se observa é que muitas pesquisas avançadas são impulsionadas focando em uma questão ambiental. Nesses casos, a ACV pode ter sido conduzida nas fases anteriores, em que se detectou o *hot spot* em que a pesquisa avançada está focando.

Os requisitos do cliente devem ser traduzidos em requisitos do produto, ou seja, em características técnicas mensuráveis. Quanto aos requisitos ambientais, os resultados de uma ACV geralmente são muito complexos e a atuação do especialista ambiental é fundamental para traduzir os requisitos de forma entendível. Por fim, é necessário traduzir os requisitos do produto em especificações-meta. De acordo com Deutz et al. (2013), se os requisitos ambientais não são especificados explicitamente, as chances de atingir metas ambientais são reduzidas.

Além dos objetivos ambientais, deve-se atender a outros requisitos, como desempenho, custos, estética e requisitos regulatórios. O peso dado para o desempenho ambiental de um produto não deve ser maior que o requisito que garante maior competitividade do produto (HAUSCHILD; JESWIET; ALTING, 2005). Se um novo produto for desenvolvido considerando apenas as questões ambientais e esse perde em vendas para um produto desenvolvido sem nenhuma preocupação ambiental, não há ganho ambiental de fato. O que se observa, no entanto, é que melhorias ambientais podem ser facilmente obtidas sem comprometer outros aspectos do produto. Além disso, o trabalho de otimização ambiental muitas vezes leva a inovações que garantem a competitividade dos produtos (ALTING; HAUSCHILD; WENZEL, 1997; CHARTER; TISCHER, 2001). O sucesso das soluções depende do balanço entre os pesos atribuídos às diversas especificações-meta estabelecidas.

No Projeto Conceitual ocorrem as atividades para a busca, criação e seleção de soluções. O modelamento funcional parte da análise das especificações-meta do produto e das funções inicialmente identificadas para estabelecer a função global do produto. Uma vez que as informações geradas nas ACV nas fases anteriores foram consideradas para o estabelecimento das especificações-meta, as questões ambientais estarão incorporadas nessa atividade. A próxima atividade é o desenvolvimento dos princípios de solução para as funções. Nielsen e Wenzel (2002) sugerem avaliar oportunidades de melhora ambiental após identificar os *hot spots*, para gerar alternativas de soluções conceituais baseadas nessas informações. Segue-se então para a seleção da concepção do produto, que será transformado no produto final.

A principal dificuldade é a falta de informações técnicas detalhadas nesse momento, que ainda estão limitadas e abstratas. Portanto é necessário utilizar procedimentos sistemáticos compatíveis com a limitação de informações e que orientem a tomada de decisão sobre a melhor concepção do produto. Para os aspectos ambientais, Hauschild, Jeswiet e Alting (2004) afirmam que considerações

qualitativas podem ser úteis para exclusões rápidas de alternativas, enquanto que a ACV completa deve ser realizada no conceito selecionado. Uma vez definida a concepção do produto, é necessário definir o plano macro do processo produtivo. De modo geral, as atividades descritas nessa fase são totalmente executadas apenas em projetos radicais e de pesquisa avançada, sendo que, nos projetos de pesquisa avançada, o foco é na nova tecnologia e não na aplicação em um produto específico. Em projetos que apresentam menor grau de mudança (incremental e de plataforma), a maior parte do produto já está concebida. Nesses casos, as atividades se aplicam apenas para as funções novas ou a serem alteradas. Nesses tipos de projeto, pode-se utilizar a ACV na forma qualitativa ou semiquantitativa para selecionar e avaliar a concepção final do produto.

O projeto detalhado tem o objetivo de desenvolver e finalizar as especificações do produto. Do ponto de vista ambiental, nesse estágio cerca de 80% a 90% das características do produto estão definidas, com poucas possibilidades de modificações. Portanto as informações ACV apresentam influência limitada, orientando apenas modificações superficiais. A concepção é finalizada resultando no produto integrado, contendo os limites dos parâmetros críticos necessários para atender os requisitos dos clientes e especificações-meta. Dependendo do grau de novidade e complexidade do novo produto, pode ocorrer uma sobreposição entre os projetos conceitual e detalhado. Quanto menor o grau de novidade do produto, o projeto conceitual será mais detalhado, pois é possível utilizar muitas informações dos produtos existentes. Essa sobreposição das fases influencia todos os aspectos do PDP, inclusive o ambiental. Por exemplo, em um projeto incremental, como já se tem muitas informações, a ACV qualitativa executada anteriormente já contém boa parte das informações do produto novo. Nesse caso, apenas uma revisão da matriz seria necessária para adequar as informações no projeto detalhado. Em outro extremo, no projeto de pesquisa avançada a ACV completa só poderá ser executada no projeto detalhado.

Nas fases de preparação da produção e de lançamento do produto, muitas atividades ocorrem em paralelo e ambas têm o objetivo de colocar o produto no mercado, atendendo aos requisitos dos clientes e cumprindo as especificações finais do produto e processo de manufatura. A preparação da produção envolve as atividades da cadeia de suprimentos do ponto de vista interno (produção do lote piloto, definição dos processos de produção e manutenção) e o lançamento do produto foca nas atividades para colocar o produto no mercado (venda, distribuição, assistência técnica e atendimento ao cliente). Nesse estágio, as oportunidades de mudanças são extremamente reduzidas. Caso necessário, nesse momento é possível realizar uma ACV completa do produto para assegurar e mensurar as melhorias ambientais. Além disso, podem-se comunicar as informações ambientais do produto através da rotulagem ambiental, de selos e de certificados, quando aplicável.

A macrofase de pós-desenvolvimento é de extrema importância, pois garante ao PDP a compreensão de todo o ciclo de vida do produto. O principal objetivo é acompanhar o desempenho do produto na produção e no mercado, identificando as oportunidades de melhoria e assegurando que o fim de vida cause o menor impacto aos consumidores, à empresa e ao meio ambiente. Do ponto de vista ambiental, nessa macrofase a melhoria contínua exige uma base de comparação dos efeitos ambientais do sistema de produto. Para isso, a ACV é a forma mais abrangente de estabelecer essa base, pois é possível avaliar se houve melhorias através de uma metodologia para medir os efeitos ambientais.

Para Nielsen e Wenzel (2002), desenvolver um produto utilizando ACV como ferramenta de *Ecodesign* pode demandar muito tempo, mas há benefícios resultantes de um trabalho bem documentado. Depois que o primeiro produto for desenvolvido aplicando esse método, modificações futuras do produto estudado podem ser testadas de forma rápida. Além disso, conclusões relacionadas aos processos e materiais podem ser transferidas em larga escala do produto estudado para outros produtos da mesma família e novos modelos de ACV de produtos similares podem ser baseados no modelo existente.

Millet et al. (2007) observaram que o uso da ACV cria um novo conhecimento sobre as relações entre um produto e seu impacto ambiental. Esse novo entendimento pode ajudar a estabelecer programas de pesquisa e influenciar nas políticas da empresa, graças ao conhecimento gerado sobre os componentes e as etapas que causam maior dano ambiental. Assim, a ACV seria mais uma ferramenta para identificar as principais tendências do que uma ferramenta de desenvolvimento propriamente dita. Os autores argumentam que a companhia deve usar a ACV para adquirir conhecimento em longo prazo, usando a informação obtidas dos produtos lançados para analisar as novas possibilidades de desenvolvimento, no nível estratégico. No ciclo de vida de um produto, da mesma forma que processos como reciclagem, reutilização e remanufatura possibilitam aproveitar alguns recursos naturais, é necessário estabelecer processos que possibilitem aproveitar as informações, incluindo as ambientais, geradas ao longo da vida do produto para retroalimentar o sistema para o desenvolvimento de novos produtos, desde o plano estratégico.

Desenvolvimento de produto aplicando a ACV

Como forma de aplicação da ACV no desenvolvimento de um produto, Narimatsu et al. (2013) relatam o desenvolvimento da escova de dentes Eco Reach Essencial Johnson&Johnson®, que se iniciou com uma estratégia de mercado definida: oferecer uma escova de baixo custo com mais benefícios do que os produtos disponíveis naquele momento.

A etapa subsequente foi a geração de ideias, quando os conceitos foram originados para atender aos requisitos do produto. Diversas ideias foram geradas para alcançar a melhor solução, focando principalmente no custo do produto. O processo de manufatura foi otimizado e o desenho do produto foi desenvolvido para entregar uma escova com menor consumo de matéria-prima e com mais benefícios, tais como: cabo com ângulo ergonômico, limpador de língua e cerdas com 2 níveis.

No entanto, essas soluções não eram suficientes para entregar o objetivo de custo. Em paralelo, outro time de desenvolvimento trabalhou em uma ideia inovadora: incorporar 40% de resíduo pré-consumo no cabo da escova. Este material é gerado como resíduo de produção de outros produtos plásticos higiênicos fabricados no mesmo parque industrial. O desafio do time foi desenvolver um processo que incorporasse esse material reciclado no cabo da escova sem comprometer as propriedades físicas e sem apresentar nenhum risco de segurança ao consumidor. Por isso, um processo adicional foi desenvolvido para permitir a incorporação desse resíduo no cabo da escova. Com esta iniciativa, a geração de resíduos do parque industrial foi reduzida e o custo da escova atingiu o objetivo estabelecido. A menor carga ambiental associada a essa escova deve-se à combinação de menor consumo de material por escova, menor consumo de recursos não renováveis e redução de resíduos sólidos gerados.

Para entender melhor a efetiva contribuição referente à melhoria ambiental que apresentou o processo, uma ACV foi conduzida comparando a escova de dente Eco Reach Essencial Johnson&Johnson® e a escova de dentes Reach Essencial Johnson&Johnson®, que utiliza material 100% virgem. Essa ACV comparativa foi conduzida de acordo com a ISO 14040 e 14044 e de acordo com o método EDIP. A função dos sistemas foi a higiene oral por meio da escova de dente utilizada 3 vezes ao dia durante 3 meses e a unidade funcional para esse estudo foi “promover a higiene oral de 250 pessoas durante 1 ano por meio da escovação de dentes”. Assim, o fluxo de referência para ambos os sistemas foi de mil escovas e as fases do ciclo de vida compreenderam: obtenção de matéria-prima, transporte, fabricação das escovas e fim de vida. Sendo um estudo comparativo, as fases idênticas de ambos os processos (algumas etapas do processo produtivo, transporte, embalagem e uso) não foram consideradas.

Dados primários da formulação, composição dos materiais, localização dos fornecedores e informações sobre o processo produtivo foram utilizados na máxima extensão possível. Foram desconsiderados os impactos ambientais de materiais que representavam menos de 5% em massa do sistema do produto. Dados secundários foram utilizados da base de dados Gabi 4 para polietileno e polipropileno, da literatura relacionada ao consumo de energia de equipamentos e de publicações que refletem a realidade brasileira quanto aos impactos relacionados ao

diesel e à energia hidrelétrica. Todas as categorias de impactos potenciais listados no método EDIP foram consideradas: aquecimento global, degradação do ozônio estratosférico, formação fotoquímica de ozônio, acidificação, eutrofização, ecotoxicidade, toxicidade humana, consumo de recursos renováveis e não renováveis.

Observou-se um maior consumo de energia relacionado à produção da escova de dente Eco Reach Essencial Johnson&Johnson®, devido ao processo adicional necessário para a incorporação adequada do resíduo no cabo desta escova. Esse processo é essencial para assegurar a qualidade do produto final. Para todas as outras categorias, a escova de dente Eco Reach Essencial Johnson&Johnson® apresentou menor impacto potencial. Para avaliar a relevância dos impactos ambientais potenciais, a contribuição de cada impacto potencial foi normalizada para consumos anuais utilizando EDIP 97. Essa análise mostrou que a escova com material reciclado apresentou 44% menos impacto ambiental que a escova com material 100% virgem, conforme mostrado na Figura 2. Desta forma, há evidências de que a escova de dente Eco Reach Essencial Johnson&Johnson® apresenta menor impacto ambiental quando comparada a uma escova sem material reciclado.

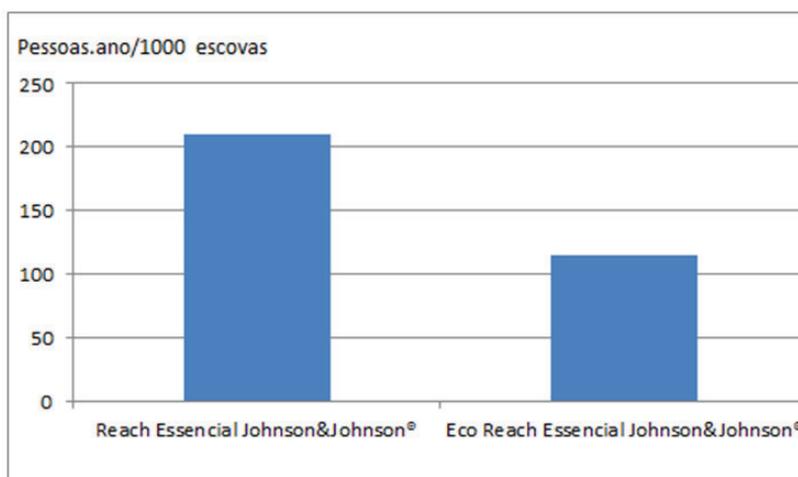


Figura 2 Dados normalizados comparando escova Reach Essencial Johnson&Johnson® e escova Eco Reach Essencial Johnson&Johnson®.

Considerações finais

Quando um produto é desenvolvido considerando seus impactos ambientais desde o início do processo de desenvolvimento, a chance de este apresentar uma melhora ambiental é maior. Esse estudo mostra o desenvolvimento

de um novo produto focado na redução do seu impacto ambiental. Também mostra a importância da aplicação da ACV dentro do PDP e para verificar a melhora ambiental dos novos produtos. Como poderosa ferramenta para avaliação ambiental, a ACV deveria ser utilizada cada vez mais nas etapas iniciais do PDP.

A ACV é uma prática que traz uma série de benefícios para a tomada de decisão no PDP, mas que frequentemente enfrenta dificuldades de aplicação porque requer grande volume de dados sobre o ciclo de vida do produto e por falta de conhecimento dos próprios *designers* sobre a técnica. Se houver uma maior adesão de empresas à Rede Empresarial Brasileira de Avaliação de Ciclo de Vida, essas dificuldades podem ser reduzidas e a ACV pode ser inserida de forma mais extensa no PDP das empresas.

Referências

- ALTING, L.; HAUSCHILD, M.; WENZEL, H. Environmental assessment in product development. *Philosophical Transactions of the Royal Society*, London, v. A 355, p. 1373-1388, 1997.
- ANDRIANKAJA, H.; BERTOLUCI, G.; MILLET, D. Development and integration of a simplified environmental assessment tool based on an environmental categorization per range of products. *Journal of Engineering Design*, Abingdon, v. 24, n. 1, p. 1-24, 2013.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. **NBR ISO 14062**: Gestão Ambiental – Integração de aspectos ambientais no projeto e desenvolvimento do produto. Rio de Janeiro, 2004.
- _____. **NBR ISO 14040**: Gestão Ambiental – Avaliação do Ciclo de Vida – Princípios e Estrutura. Rio de Janeiro, 2009.
- _____. **NBR ISO 14006**: Gestão Ambiental – Diretrizes para incorporar Ecodesign. Rio de Janeiro, 2014.
- BAKKER, C. A. Environmental information for industrial designers. Delft: Technische Universiteit Delft, 1995.
- BHANDER, G. S.; HAUSCHILD, M.; MCALOONE, T. Implementing Life Cycle Assessment in Product Development. *Environmental Progress*, v. 22, n. 4, p. 255-267, 2003.

CHARTER, M.; TISCHNER, U. **Green Solutions: developing products and services for the future**. Sheffield: Greenleaf, 2001.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS – CCE. **O Livro verde sobre a Política Integrada Relativa aos Produtos**. Bruxelas: CCE, 2001.

DEUTZ, P.; MCGUIRE, M.; NEIGHBOUR, G. Eco-design practice in the context of a structured design process: an interdisciplinary empirical study of UK manufacturers. **Journal of Cleaner Production**, Amsterdam, v. 39, p. 117-128, 2013.

EUROPEAN UNION – EU. **ILCD Handbook: general guide for Life Cycle Assessment – Detailed guidance**. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2010.

GRAY, C.; CHARTER, M. Remanufacturing and product design: designing for the 7th generation. **The Centre for Sustainable Design**. University College for the Creative Arts, Farnham, Reino Unido, 2006.

GUELERE, A. F. **Integração do Ecodesign ao Modelo Unificado para a gestão do Processo de Desenvolvimento de Produtos: Estudo de caso em uma grande empresa de linha branca**. 2009. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2009.

HAUSCHILD, M.; JESWIET, J.; ALTING, L. Design for environment – do we get the focus right? **CIRP Annals – Manufacturing Technology**, Paris, v. 53, n. 1, p. 1-4, 2004.

_____. From life cycle assessment to sustainable production: Status and perspectives. **CIRP Annals – Manufacturing Technology**, Paris, v. 54, n. 2, p. 535-555, 2005.

HUR, T.; LEE, J.; RYU, J.; KWON, U. Simplified LC and matrix methods in identifying the environmental aspects of a product system. **Journal of Environmental Management**, v. 75, n. 3, p. 229-237, 2005.

JOHANSSON, G. Success factors for integration of ecodesign in product development. A review of state of the art. **Environmental Management and Health**, Wagon Lane, v. 13, n. 1, p. 98-107, 2002.

- KARLSSON, R.; LUTTROP, C. Ecodesign: what's happening? **Journal of Cleaner Production**, Amsterdam, v. 14, n. 15/16, p. 1291-1298, 2006.
- KURK, F.; EAGAN, P. The value of Adding Design-for-the-Environment to Pollution Prevention Assistance Options. **Journal Cleaner Production**. v. 16 p.722-726.2008.
- LEWIS, H.; GERTSAKIS, J.; GRANT, T.; MORELLI, N.; SWEATMAN, A. **Design + Environment: a Global Guide to Designing Greener Goods**. Sheffield: Greenleaf, 2001. 200 p.
- MILLET, D.; BISTAGNINO, L.; LANZAVECCHIA, C.; CAMOUS, R.; POLDMA, T. Does the potential of the use of LCA match the design team needs? **Journal of Cleaner Production**, Amsterdam, v. 15, p. 335-346, 2007.
- NARIMATSU, A.; PUGLIERI, F.; RANGEL, F. E. F.; OMETTO, A. R.; SILVA, D. A. L. Eco Reach Essencial Johnson&Johnson® toothbrush: an LCA study case application to analyze different materials in handle design. In: CIRP International Conference on Life Cycle Engineering, 2013, Singapore. **Proceedings...** Singapore: Springer Singapore, 2013. DOI: 10.1007/978-981-4451-48-2_89.
- NIELSEN, P. H.; WENZEL, H. Integration of environmental aspects in product development: a stepwise procedure based on quantitative life cycle assessment. **Journal of Cleaner Production**, Amsterdam, v. 10, n. 3, p. 247-257, 2002.
- PIGOSSO, D.C.A. **Integração de métodos e ferramentas de Ecodesign ao processo de desenvolvimento de produtos**. São Carlos, SP. Originalmente apresentada como monografia de conclusão de curso em Engenharia Ambiental, EESC, 2008.
- PUGLIERI, F. N. **Revisão e análise ambiental e operacional de métodos de eco-design baseados em QFD e FMEA**. 2010. Dissertação (Mestrado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2010.
- ROZENFELD, H., FORCELLINI, F. A., AMARAL, D. C., TOLEDO, J. C., SILVA, S. L., ALLIPRANDINI, D. H., SCALICE, R. K. **Gestão de Desenvolvimento de Produtos: Uma referência para a melhoria do processo**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006. 542p.

VEZZOLI, C., SCIAMA, D. Life Cycle Design: from general methods to product type specific guidelines and checklists: a method adopted to develop a set of guidelines/checklist handbook for the eco-efficient design of NECTA vending machines. **Journal of Cleaner Production**, v. 14, 1319-1325, 2006.

WEENEN, J. C. Towards sustainable product development. **Journal of Cleaner Production**, v. 3, n. 1-2, p. 95-100, 1995.

ACV para designers e arquitetos: experiências de modelamento do inventário do ciclo de vida

Andréa Franco Pereira

Avaliação do ciclo de vida

A avaliação do ciclo de vida (ACV) é o estudo dos aspectos ambientais e dos impactos potenciais ao longo da vida de um produto, desde a aquisição da matéria-prima, passando pela produção, uso e disposição.

A International Organization for Standardization apresenta a série de Normas ISO 14040 (ABNT, 2009), que descreve os princípios de realização de uma ACV, comportando certas exigências mínimas. As normas visam a aspectos ecológicos (os danos causados à água, ao ar e ao solo), mas também a certos aspectos relativos ao mal-estar humano (a ecotoxicologia e o ruído). Não existe um método único de ACV, mas eles devem seguir algumas fases elementares determinadas pela Norma:

- Definição dos objetivos, escopo e campo de estudo: devem ser apresentados os propósitos pretendidos e os aspectos considerados relevantes para se direcionar as ações que serão realizadas; aplicabilidade geográfica, técnica e histórica do estudo (quais as fontes dos dados, como atualizar o estudo, como a informação será manipulada, onde serão aplicados os resultados).
- Análise do inventário dos fluxos de matéria, de energia e de resíduo: o inventário, mapeando o fluxo de matéria, de energia e de resíduo, deve ser feito a partir de critérios de seleção de dados, que devem ser apresentados e justificados no relatório final.
- Avaliação do impacto do ciclo de vida: os dados do inventário devem ser classificados e agrupados em categorias (saúde ambiental – aquecimento global, acidificação etc.; saúde humana; exaustão de recursos naturais); os da-

dos atribuídos a uma determinada categoria são modelados de maneira que os resultados possam ser expressos na forma de um indicador numérico.

- Interpretação do ciclo de vida: deve-se avaliar a integridade (verificar se os dados de entrada e saída estão corretos e se há necessidade de complementação) e a sensibilidade (avaliar a confiabilidade dos dados e a influência do acúmulo de incertezas, podendo resultar em, por exemplo, exclusão de estágios do ciclo de vida, exclusão de fluxos de material ou inclusão de unidades de processo).

A aplicação da ACV contribui, portanto, para a identificação das possibilidades de melhoria dos produtos e processos, ajudando nas tomadas de decisão e na escolha de indicadores pertinentes. Sua aplicação é feita, usualmente, após a finalização do projeto, servindo para validar quantitativamente uma decisão tomada e podendo ser empregada para justificar a manutenção de um fluxo de produção ou a fabricação de um determinado produto a partir de análise comparativa.

ACV no âmbito do ecodesign

É crescente a demanda por informações ambientais quantificadas e com base no conhecimento científico que sejam capazes de servir como referência para a verificação do desempenho ambiental de produtos e serviços. Novos cenários vêm impondo às empresas a adequação dos produtos fabricados e da produção (incluindo a construção de edifícios) e a consideração de questões ambientais como política empresarial para uma nova orientação sustentável de desenvolvimento. Nesse sentido, a ACV apresenta-se como método apropriado para auxiliar na implantação de melhores práticas ambientais no setor produtivo.

Embora o método ainda seja aplicado de maneira mais ou menos independente do processo de design do produto ou de projeto arquitetônico – em razão das dificuldades apresentadas para sua utilização, tais como necessidade de precisão dos dados quantitativos e a complexidade da coleta dos dados –, no decorrer das duas últimas décadas aprimoramentos vêm facilitando, sobremaneira, a aplicação da ACV.

É bem verdade que, desde o surgimento das ideias de ecodesign nos anos 1980, o conceito de Ciclo de Vida foi tido como base dos debates. Conceito este em que devam ser consideradas as fases consecutivas e interligadas de um sistema de produto, desde a aquisição de matéria-prima e exploração de recursos naturais até a disposição final do produto (ISO, 2002). Esse pensamento baseia-se no método “Resource and Environmental Profile Analysis”, idealizado pelo Midwest Research Institute (HUNT et al., 1974), que avaliava o equilíbrio quantitativo dos fluxos de matéria e energia trocadas com o ambiente em um sistema de produção ao longo do seu ciclo de vida, levando em conta matéria-prima, energia, consumo

de água, quantidade de poluentes e de resíduos aquosos e gasosos produzidos durante os processos de industrialização.

Verdade também é que o conceito de ecodesign vem mudando nas últimas décadas (absorveu novas nomenclaturas: “design para o meio ambiente”, “design sustentável” etc.), com vistas a adotar novas perspectivas cada vez mais aderentes aos princípios da sustentabilidade, tais como a integração de pessoas, planeta e lucro (considerados na ideia de *triple bottom line*). Mas, certamente, isso não desconsidera a redução do impacto na cadeia produtiva do produto e durante todo o seu ciclo de vida. Bhamra e Lofthouse (2007, p. 39) citam que design para a sustentabilidade “considera o meio ambiente (por exemplo, o uso de recursos e impactos de fim-de-vida) e o impacto social de um produto (por exemplo, usabilidade e uso responsável)”.

Não obstante, o conceito de ciclo de vida jamais deixou de ser incluído nas considerações ambientais relacionadas ao design de produto. Em 2002, a ISO publicou o Relatório Técnico ISO/TR 14062 trazendo recomendações para todos os envolvidos no projeto e desenvolvimento de produtos (bens ou serviços), independentemente do tipo de organização, tamanho, localização e complexidade. O Relatório Técnico indica ações a serem tomadas relacionadas com a integração dos aspectos ambientais nas etapas metodológicas do processo de design e desenvolvimento de produtos (ISO, 2002, p.15). As fases incluem:

- **Planejamento:** quando surgem as ideias e as ações de design. Diz respeito à consideração dos aspectos ambientais sob o conceito de ciclo de vida, momento em que se devem formular exigências ambientais, analisar fatores externos e escolher abordagens de ecodesign adequadas.
- **Projeto conceitual:** quando são realizadas análises orientadas ao ciclo de vida: devem-se formular metas mensuráveis, desenvolver conceitos de design, atender aos requisitos ambientais.
- **Projeto detalhado:** quando soluções de design são definidas: devem-se finalizar as especificações do produto, incluindo considerações sobre o ciclo de vida.
- **Testes/protótipo:** quando as especificações são verificadas: as considerações sobre o ciclo de vida devem ser revistas para o protótipo.
- **Lançamento no mercado:** quando são divulgados os materiais e aspectos ambientais.
- **Revisão do produto:** quando são avaliadas as experiências, os aspectos e os impactos ambientais.

Em 2007, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) publicou um guia para a Gestão do Ciclo de Vida, propondo que “um sistema de gerenciamento de produtos tem o objetivo de minimizar os danos ambientais e socioeconômicos associados à carteira de produtos ou produto de uma organização

durante toda a sua cadeia de valor no ciclo de vida” (REMMEN; JENSEN; FRYDENDAL, 2007, p. 18). A perspectiva é expandir a ideia para se chegar a princípios de sustentabilidade, em sua *triple bottom line* (pessoas, planeta e lucro), bem como sob a “filosofia 6 RE” (REMMEN; JENSEN; FRYDENDAL, 2007, p. 13):

1. REpensar o produto e suas funções: o produto pode ser utilizado de forma mais eficiente.
2. REparar: tornar o produto fácil de reparar, por exemplo, através de módulos que podem ser facilmente alterados.
3. RElocar (*replace*): substituir substâncias nocivas por alternativas mais seguras.
4. REutilizar: projetar para a desmontagem, permitindo que as peças possam ser reutilizadas.
5. REduzir: energia, material e os impactos socioeconômicos.
6. REciclar: selecionar materiais que podem ser reciclados.

Integrar esses princípios nas políticas de desenvolvimento do produto e em seu ciclo de vida implica incluir fornecedores e subcontratados, o que significa abrir a perspectiva para os demais atores (internos e externos) da organização, expandindo os limites da empresa. Comunicação, colaboração e troca de informações são essenciais para controlar e gerenciar os impactos ambientais.

No âmbito da organização, diferentes departamentos podem contribuir para um programa de Gestão do Ciclo de Vida, tais como: departamento de Economia e Finanças, de Vendas e Marketing, de Produção e Distribuição, de Licitação (que promovam compras sustentáveis), de Relacionamento com atores, bem como de Desenvolvimento de Produto (PATALA et al., 2014). A comunicação é importante para promover a colaboração, além de adquirir informações (por exemplo, a partir da cadeia de fornecedores) sobre os impactos causados e sobre os dados de ciclo de vida e responsabilidade social, para além das informações técnicas fornecidas na Ficha de informação de segurança de produtos químicos (FISPQ), obrigatória para fornecedores e normalizada pela Norma ABNT-NBR 14725 (ABNT, 2010).

Do ponto de vista do design de produto, os indicadores estão relacionados com o desempenho operacional e podem ser encontrados junto aos fornecedores de insumos, nos próprios insumos (como materiais, energia e serviços), nas saídas (como produtos, serviços, resíduos e emissões), na distribuição e também na operação e manutenção das instalações físicas e equipamentos da empresa.

Wimmer, Zust e Lee (2004) propõem um conjunto de critérios ambientais de apoio à equipe de design na coleta de todas as informações ambientais relevantes e dados para uma análise do ciclo de vida do produto. Trata-se de um quadro em que podem ser incluídas informações gerais sobre os produtos (nome, peso, volume, o desempenho ambiental dos fornecedores, tempo de vida e funcionalidade), o uso de matéria-prima (materiais utilizados e materiais problemáticos), a fabrica-

ção (tecnologia de produção e produção de resíduos), a distribuição (embalagem e transporte), o uso do produto (usabilidade e consumo de água e energia), os resíduos gerados, ruído e vibração, emissões, manutenção, reparação e fim-de-vida (encaixes e articulações, o tempo para a desmontagem, a taxa de reutilização e de reciclagem), as informações de outros cenários realistas e informações adicionais (dados de negócio e vendas atuais por ano).

Do ponto de vista ambiental, pensar no ciclo de vida do produto é importante em busca da redução dos impactos causados. Nesse sentido, parâmetros quantitativos são úteis para comparar e ajudar quanto às decisões a serem tomadas. Iniciativas que forneçam referências ambientais quantitativas (e também qualitativas) podem ajudar designers e arquitetos em suas tarefas (SOUSA; WALLACE, 2006; CHANG et al., 2014).

Um *checklist* para ecodesign é proposto pelo Eco-Innovation Observatory e o Centre for Sustainable Design (EIO; CfSD, 2013), ajudando as pequenas e médias empresas (PME) e os técnicos (*coaches*) de negócios na busca deecoinovação. Os pontos a serem considerados estão relacionados às necessidades de atendimento aos clientes em termos de desmaterialização, uso compartilhado, integração de funções, otimização funcional de componentes; questões ligadas à produção e fornecimento de materiais e componentes em termos de energia limpa/renovável/baixa, materiais reciclados/recicláveis, menor produção de resíduos; questões ligadas à distribuição do produto para o cliente, relacionadas com a redução de peso e volume, embalagem menor/limpa/reutilizável e modo de transporte e logística eficiente em termos de energia; questões ligadas ao uso, operação, manutenção e reparo do produto, e questões sobre a valorização do resíduo e a eliminação do produto.

Para o Parlamento Europeu, ecodesign está relacionado a limites quantitativos de consumo, estabelecendo a Diretiva 2009/125 (EU, 2009), que define requisitos relacionados ao uso de energia para ecodesign de diversos produtos.

Observa-se que, também para requisitos sociais, é possível dispor de parâmetros quantificáveis que indiquem limites a serem atingidos. Fatores sociais são detalhados (CRUL; DIEHL; RYAN, 2009) como a redução do desemprego urbano e minoritário, a redução da desigualdade de renda, do analfabetismo e do crescimento da população, a melhoria das condições de trabalho, segurança e bem-estar e *status* das mulheres, de incremento de número de trabalhadores qualificados, de oportunidades sociais e interação com a comunidade, a aceitação e a integração das minorias, a prestação de serviços básicos de saúde e de água potável, a abolição do trabalho infantil, bem como a diminuição de deslocamento em grande escala de pessoas e a adoção de padrões internacionais de emprego.

Em resumo, atualmente, e cada vez mais, estudos mostram que o processo de ecodesign necessita de parâmetros, que se configurem como metas ambientais

a serem atingidas (SOUSA; WALLACE, 2006; HOUE; GRABOT, 2009; CHANG et al., 2014; SANYÉ-MENGUAL et al., 2014).

A avaliação quantitativa apresentada pelos resultados da ACV é, portanto, importante para uma análise mais completa quanto aos impactos ambientais provocados pelo sistema do produto analisado e pode contribuir para a tomada de decisão quanto à melhor alternativa a ser adotada para se atingir metas ambientais.

Inventário do ciclo de vida

A construção do inventário do ciclo de vida é etapa essencial para a aplicação de uma ACV. De acordo com a Norma ISO 14040 (ABNT, 2009), trata-se da fase de avaliação do ciclo de vida envolvendo a coleta de dados, a compilação e a quantificação de entradas e saídas (material – matéria-prima e produtos secundários –, energia e resíduo) para um determinado sistema de produto. As entradas e saídas podem incluir o uso de recursos e liberações no ar, na água e no solo.

O inventário dos fluxos de matéria, energia e de resíduo deve ser feito, como dito, a partir de critérios de seleção de dados, que devem ser apresentados e justificados no relatório final. Para tanto devem ser considerados:

- aquisição de dados por meio de coleta, medição, cálculo ou estimativa (na ausência de dados que se aproximem da realidade);
- importância da qualidade dos dados de entrada;
- utilização de dados o mais atualizados possível;
- definição das entradas e saídas de recursos;
- categorias de dados: i) energia; matérias-primas; materiais auxiliares; outras entradas físicas; ii) produtos; iii) emissões para o ar; água, solo; outras emissões advindas da poluição.

Entende-se que o inventário do ciclo de vida deva ser visto como um modelo de representação da realidade do sistema estudado, já que sua construção depende de quem interpreta e desenha o mapeamento dos processos e do fluxo de entradas e saídas no sistema.

O processo de condução de uma análise do inventário é iterativo. Na medida em que os dados são coletados e é conhecido mais sobre o sistema, podem ser identificados novos requisitos ou limitações para os dados que requeiram uma mudança nos procedimentos de coleta de dados, de forma que os objetivos do estudo ainda sejam alcançados. Às vezes, podem ser identificadas questões que requeiram revisões de objetivo ou do escopo do estudo (ABNT, 2009, p. 7).

Nessa perspectiva, o modelamento conceitual é abordagem adequada para tornar sistemas complexos analisáveis, a fim de se compreender as diferentes situações de interdependência entre as variáveis e as interações dinâmicas entre os processos.

Isto implica a visualização das etapas da cadeia produtiva e a compreensão dos dados do fluxo inerentes a cada unidade de processo, bem como os dados advindos dos materiais e dos processos de outros insumos incluídos dentro das fronteiras do sistema.

A visualização gráfica do sistema é elementar, face à complexidade e à quantidade de dados a serem considerados em um inventário do ciclo de vida. Para profissionais de projeto, designers e arquitetos, essa visualização é não somente necessária, permitindo que processos essenciais não sejam esquecidos, mas também muito mais confortável, visto que a representação gráfica é linguagem corrente na prática profissional de projetistas (PEREIRA, 2012).

Alguns exercícios de aplicação

Alguns exercícios serão apresentados a seguir, mostrando experiências didáticas, cujo objetivo tem sido o de permitir que estudantes, e profissionais que atuam no mercado, possam experimentar as dificuldades e, sobretudo, as potencialidades da adoção de um raciocínio de ciclo de vida em seus projetos.

Os exercícios realizados a partir da elaboração do modelo do ciclo de vida do produto, do qual estejam estudando, permitem-lhes a visualização do todo, levando-os a uma melhor compreensão sobre a extensão de suas decisões de projeto e dos possíveis impactos ambientais a serem evitados.

Na graduação, os exercícios vêm sendo conduzidos tendo-se como base a nomenclatura visual do software Umberto (IFU, 2005). Umberto é um programa que permite a análise de fluxo de materiais e cálculo de inventários de ciclo de vida. Baseado no conceito de redes de fluxos de materiais (*Material Flow Networks*), Umberto permite modelar sistemas, como fábricas e linhas de produção, a partir de editor gráfico (*network editor*) que se presta a um modelamento rápido e fácil.

As Figuras 1 e 2 a seguir mostram modelos de inventário construídos por estudantes do Curso de Design da UFMG. O objetivo do trabalho foi o de permitir que os estudantes compreendessem a complexidade dos impactos causados pelo setor produtivo, visualizando em detalhe cada processo de um sistema de produção, determinado por eles próprios. O trabalho consistia na elaboração do inventário do ciclo de vida, a partir de pesquisa sobre um sistema escolhido, contendo a identificação dos processos de produção e modelamento conceitual (representação gráfica) da cadeia produtiva, bem como a construção do inventário com o detalhamento dos insumos de entrada e saída.

A Figura 1 mostra o exercício de modelagem do inventário do ciclo de vida de um sistema de produção de cabides, de fábrica localizada em Belo Horizonte, MG, feitos a partir de polímero polipropileno (PP) reciclado. Os limites do sistema envolvem a compra da sucata de PP triturado, a pigmentação e primeira moldagem em tubos, a trituração e injeção final do cabide, a embalagem e distribuição. A legenda apresentada é baseada na nomenclatura visual no software Umberto.

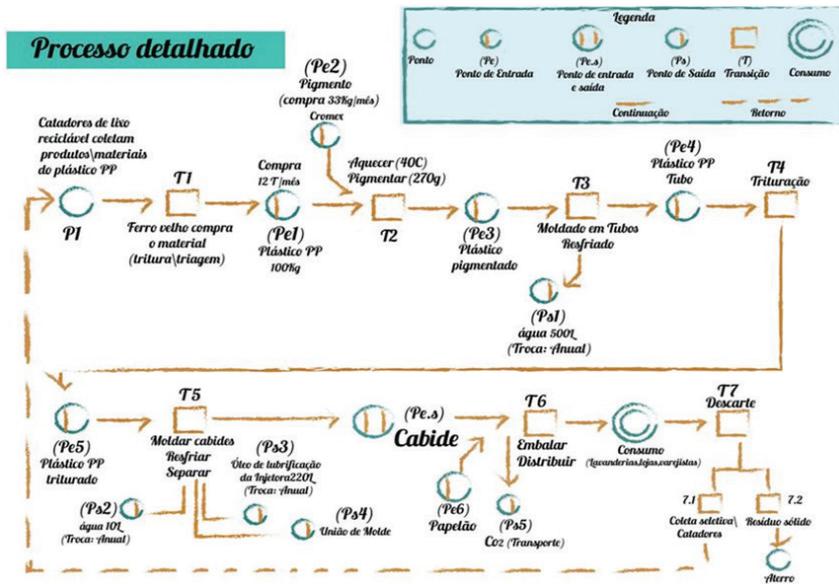


Figura 1 Modelo de inventário do ciclo de vida de sistema de produção de cabides.

Fonte: adaptada de trabalho da disciplina Ecodesign e Meio Ambiente, UFMG.¹

A Figura 2 apresenta o exercício de modelagem do inventário do ciclo de vida de um sistema de produção de embalagens cartonadas longa vida. Sua principal vantagem é evitar o contato dos alimentos com microrganismos, oxigênio e luz, favorecendo a sua preservação por períodos prolongados sem a necessidade de refrigeração. Para tanto, a produção inclui polímero polietileno (PE), papel e alumínio, laminados em seis camadas alternadas. O limite do sistema contempla a obtenção dos três materiais, a impressão do rótulo, bem como as possíveis destinações do produto no fim de vida. A legenda apresentada é baseada na nomenclatura visual no software Umberto.

1 Autoras: Bruna Aparecida Lima, Cristhiane Rodrigues de Sousa, Cynthia Luiza Damasceno Andrade, Danielly Muracchini Mello e Débora Cristina Meira da Silva Barbosa. Disciplina Ecodesign e Meio Ambiente, UFMG, primeiro semestre de 2015.

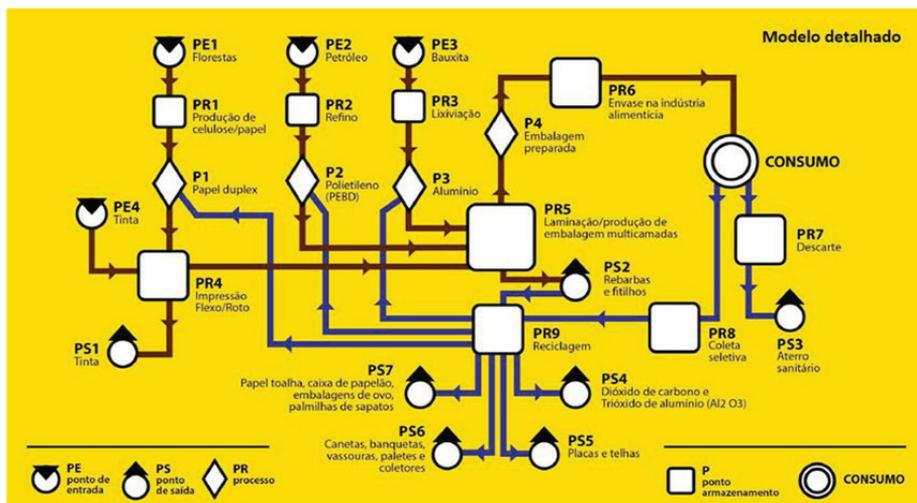


Figura 2 Modelo de inventário do ciclo de vida de sistema de produção de embalagens cartonadas.

Fonte: adaptada de trabalho da disciplina Ecodesign e Meio Ambiente, UFMG.²

A Figura 3 mostra um modelo conceitual de representação do inventário de ciclo de vida (PEREIRA, 2012) que vem sendo aplicado no ensino da ACV para o curso de Pós-Graduação *lato sensu* em Sustentabilidade da UFMG. Seu objetivo centra-se na tentativa de facilitar a compreensão quanto à avaliação do impacto ambiental no ciclo de vida do produto, favorecendo a adoção da ACV por profissionais de projeto.

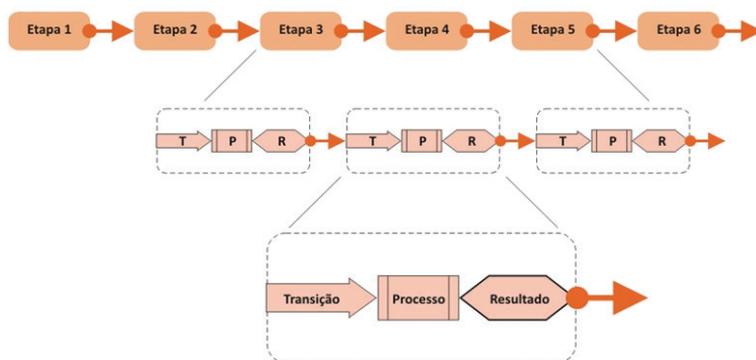


Figura 3 Modelo do sistema geral de inventário do ciclo de vida.

Fonte: Pereira (2012).

- 2 Autores: Aline Aparecida Neves, Allan Gomes Mariano de Souza, Amanda Arantes Bastos e Ana Paula Resende. Disciplina Ecodesign e Meio Ambiente, UFMG, primeiro semestre de 2015.

A Figura 4 apresenta o modelo do inventário do ciclo de vida de um sistema de assentamento e concretagem de laje, mostrando os processos compreendidos no limite do sistema. O escopo e objetivo definiram o estudo da execução de laje pré-fabricada em uma área de 24 m², em habitação unifamiliar, tendo como limitação as atividades envolvidas dentro do canteiro de obra.

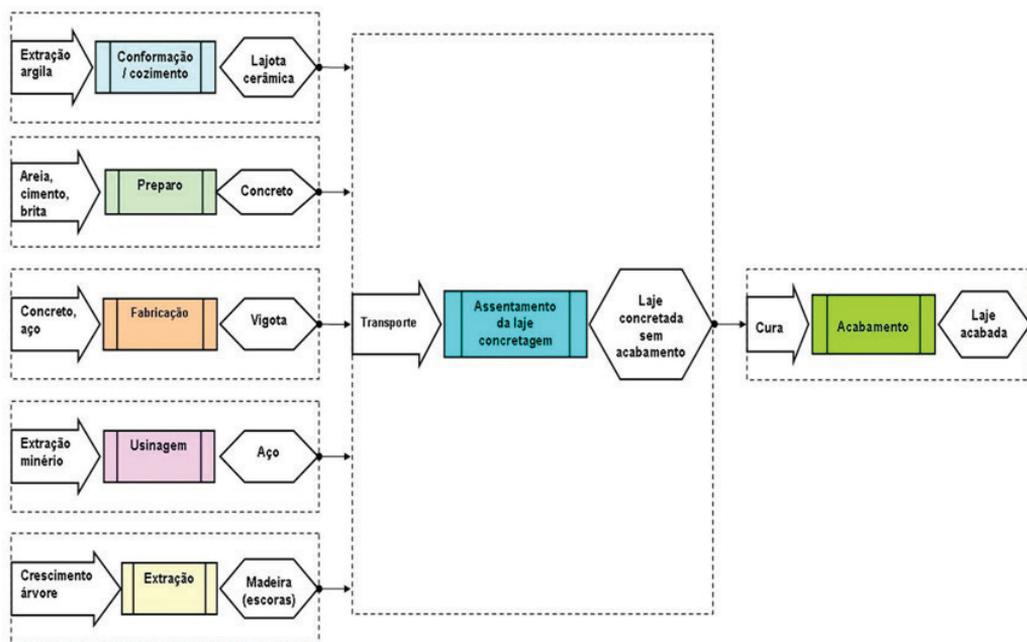


Figura 4 Modelo de inventário do ciclo de vida de sistema de assentamento de laje e concretagem.

Fonte: adaptada de trabalho de disciplina da Pós-Graduação em Sustentabilidade, UFMG.³

As Figuras 5a-c apresentam o modelo do inventário do ciclo de vida de um sistema de placa de gesso acartonado para acabamento interno de alvenaria. O escopo e objetivo do estudo visaram levantar as diferentes etapas do ciclo de vida do gesso acartonado, considerando, para análise quantitativa, o revestimento interno de uma parede em alvenaria convencional com 3,5 m de largura por 2,8 m de altura (aproximadamente 10 m²), localizada em uma residência no município de Lagoa Santa, MG.

3 Autores: Amanda Bramusse Torres, Juliana Reis Silva, Rogério Vilela Lages e Tatiana Fernandes Pedrosa. Disciplina Análise do Ciclo de Vida e Ecodesign, UFMG, segundo semestre de 2014.

O limite do sistema compreendeu três processos principais (Figuras 5a, 5b e 5c): a) a fabricação da placa de gesso acartonado, b) a instalação da parede acabada e c) o reúso do resíduo após a demolição.

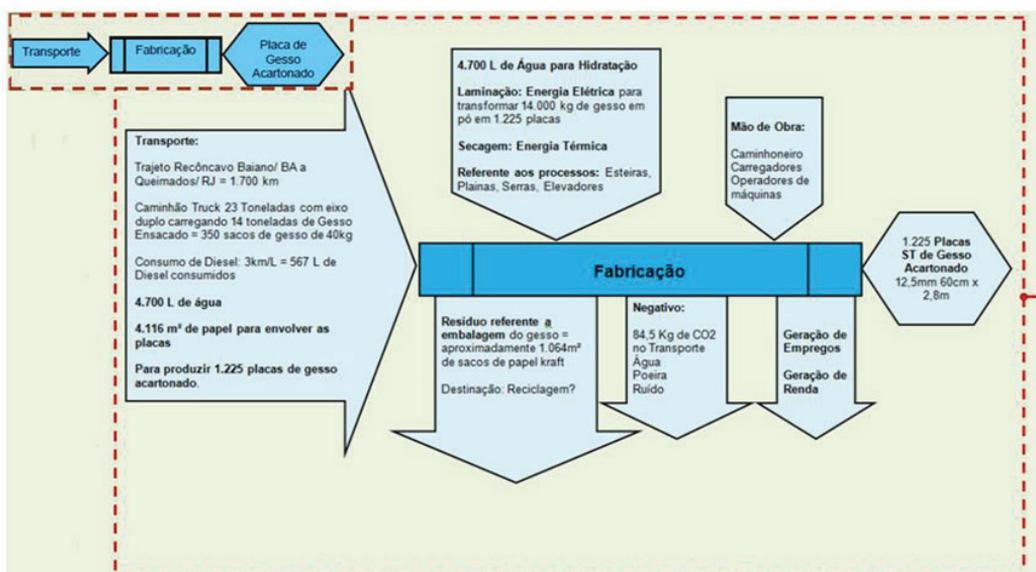


Figura 5a Modelo de inventário do ciclo de vida de sistema de placa de gesso acartonado para acabamento interno de alvenaria: processo de fabricação da placa de gesso acartonado.

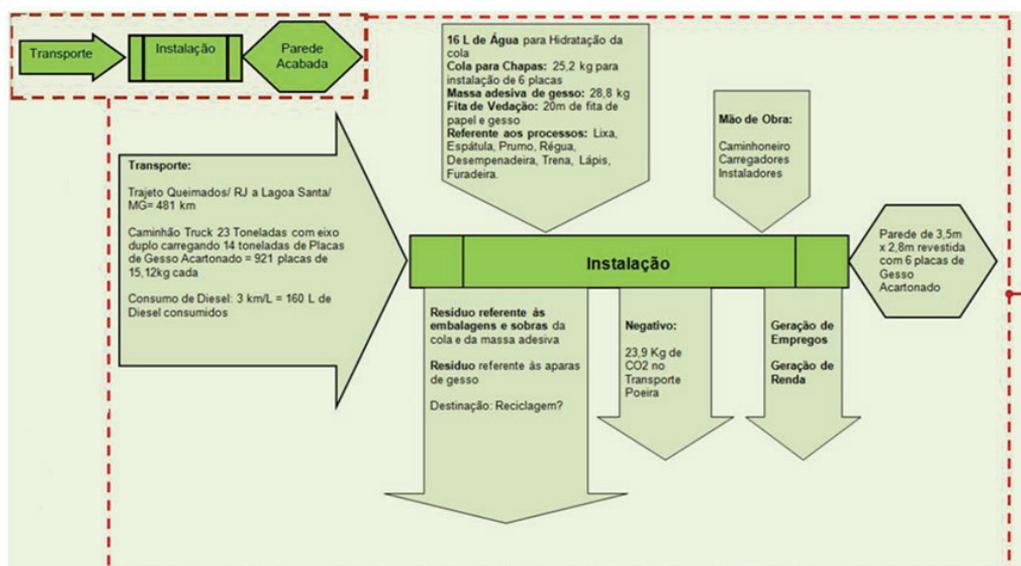


Figura 5b Modelo de inventário do ciclo de vida de sistema de placa de gesso acartonado para acabamento interno de alvenaria: processo de instalação da parede acabada.

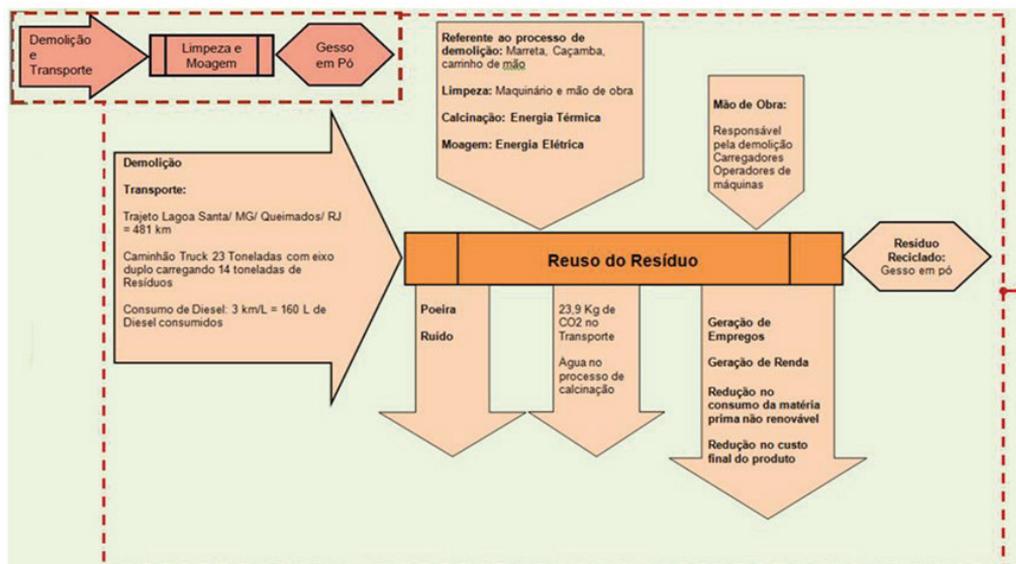


Figura 5c Modelo de inventário do ciclo de vida de sistema de placa de gesso acartonado para acabamento interno de alvenaria: processo de reuso do resíduo após demolição.

Fonte: adaptada de trabalho de disciplina da Pós-Graduação em Sustentabilidade, UFMG.⁴

Relevância da visualização do inventário do ciclo de vida

O texto apresenta resultados da experiência adquirida pela autora, desde 2009, no ensino da análise e Avaliação do Ciclo de Vida (ACV) para projetistas e futuros projetistas (designers e arquitetos), no curso de Graduação em Design e na Pós-Graduação *lato sensu* em Sustentabilidade da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). A importância da visualização e construção do inventário do ciclo de vida é ressaltada junto aos estudantes, para que estejam aptos a dialogar com especialistas de ACV, mais do que se tornarem *experts* na execução de uma ACV, favorecendo, assim, maior interdisciplinaridade na prática profissional e ampliação de sua visão do projeto.

A experiência de ensino da ACV para estudantes e profissionais de design e arquitetura tem demonstrado a eficácia da atenção dada ao modelamento do inventário do ciclo de vida para facilitar a compreensão quanto à ACV e seus procedimentos de aplicação.

4 Autores: Augusto Campos Noll, Camila Kissi Candido da Silva, Juliana Ferreira Quick, Marco Túlio Nóbrega Cesarino Mattos Santos e Mariana Lazarini Prado Generoso. Disciplina Análise do Ciclo de Vida e Ecodesign, UFMG, segundo semestre de 2014.

O destaque dado à fase de construção do inventário, etapa essencial na ACV, permite a compreensão sobre os processos envolvidos no sistema do produto analisado: as matérias-primas e secundárias, os produtos e os serviços associados, e também a energia gasta e o resíduo produzido em todo o ciclo de vida do produto. Permite, igualmente, melhor compreensão quanto aos dados do fluxo de entrada e saída de materiais, energia e resíduos inerentes a cada unidade de processo, como também dos processos de outros insumos incluídos na fronteira do sistema.

A visualização gráfica desse sistema é fundamental e mostrou-se adequada para profissionais de projeto, face à complexidade e quantidade de dados a serem considerados em um inventário do ciclo de vida. A partir da representação gráfica conceitual, a cadeia produtiva é visualizada, permitindo que sejam delimitados os parâmetros para a coleta quantitativa dos dados.

A proposta de exercícios de modelamento do inventário do ciclo de vida tem auxiliado na transmissão do conhecimento, ajudando os estudantes na compreensão do todo a partir de um raciocínio de ciclo de vida. Isto tem lhes permitido um melhor entendimento sobre a extensão das decisões de projeto, sobre os impactos ambientais causados pelos processos produtivos, bem como sobre sua responsabilidade com vistas à redução de tais impactos.

Agradecimentos

Aos estudantes da disciplina Ecodesign e Meio Ambiente do Curso de Graduação em Design e da disciplina Análise do Ciclo de Vida e Ecodesign do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* em Sustentabilidade, ambos da UFMG, por aceitarem o desafio dos trabalhos.

Às agências de fomento à pesquisa Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e à Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) pelos recursos financeiros concedidos, que permitiram a aquisição dos softwares de ACV e seus estudos de aplicação.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. ISO NBR:14040.

Gestão Ambiental e Avaliação do Ciclo de Vida e Princípios e Requisitos. Rio de Janeiro: ABNT, 2009.

_____. NBR 14725 – Produtos químicos – Informações sobre segurança, saúde e meio ambiente. Parte 4: Ficha de informações de segurança de produtos químicos (FISPQ). Rio de Janeiro: ABNT, 2010.

- BHAMRA, T.; LOFTHOUSE, V. **Design for Sustainability: A practical approach**. Farnham: Gower Publishing, 2007.
- CHANG, D.; LEE, C. K. M.; CHEN, C.-H. Review of life cycle assessment towards sustainable product development. **Journal of Cleaner Production**, v. 83, n. 15, p. 48-60, 2014. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.07.050>
- CRUL, M.; DIEHL, J. C.; RYAN, C. (Eds.). **Design for Sustainability. A Step-by-Step Approach**. Paris: United Nations Environment Programme, 2009.
- ECO-INNOVATION OBSERVATORY; THE CENTRE FOR SUSTAINABLE DESIGN – EIO; CfSD. **Eco-innovate! A guide to eco-innovation for SMEs and business coaches**. Bruxelas, 2013. Disponível em: <<http://cfsd.org.uk/site-pdfs/eco-innovate-sme-guide.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2014).
- EUROPEAN UNION – EU. **Directive 2009/125/EC of the European Parliament and of the Council of 21 October 2009**. EU, 2009.
- HOUE, R.; GRABOT, B. Assessing the compliance of a product with an eco-label: From standards to constraints. **International Journal of Production Economics**, v. 121, p. 21-38, 2009. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijpe.2008.03.014>
- HUNT, R. G.; FRANKLIN, W. E.; WELCH, R. O.; CROSS, J. A.; WOODAL, A. E. **Resource and environmental profile analysis of nine beverage container alternatives**. Midwest Research Institute (USA), Environmental Protection Agency, 1974.
- INSTITUT FÜR UMWELTINFORMATIK – IFU. **Umberto: A Software Tool for Life Cycle Assessment and Material Flow Analysis**. User Manual. Hamburg: IFU, 2005.
- INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION – ISO. **ISO/TR 14062: Environmental management – Integrating environmental aspects into product design and development**. Genebra: ISO, 2002.
- PATALA, S.; HÄMÄLÄINEN, S.; JALKALA, A.; PESONEN, H.-L. Towards a broader perspective on the forms of eco-industrial networks. **Journal of Cleaner Production**, v. 82, n. 1, p. 166-179, 2014.
- PEREIRA, A. F. Avaliação do Ciclo de Vida (ACV) no ambiente construído: importância da modelagem do inventário do ciclo de vida para projeto de pro-

duto e arquitetônico. In: RESENDE, M. A. P. (Org.). **Tecnologia do Ambiente Construído e Interdisciplinaridade**. Belo Horizonte: Instituto de Estudos do Desenvolvimento Sustentável, 2012.

REMMEN, A.; JENSEN, A. A.; FRYDENDAL, J. **Life Cycle Management: A Business Guide to Sustainability**. Paris: United Nations Environment Programme, 2007.

SANYÉ-MENGUAL, E.; PÉREZ-LÓPEZ, P.; GONZÁLEZ-GARCÍA, S.; LOZANO, R. G.; FEIJOO, G.; MOREIRA, M. T. et al. Eco-Designing the Use Phase of Products in Sustainable Manufacturing. The Importance of Maintenance and Communication-to-User Strategies. **Journal of Industrial Ecology**, v. 18, n. 4, 2014.

SOUSA, I.; WALLACE, D. Product classification to support approximate life-cycle assessment of design concepts. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 73, n. 3, p. 228-249, 2006.

WIMMER, W.; ZÜST, R.; LEE, K.-M. **ECODESIGN Implementation – A Systematic Guidance on Integrating Environmental Considerations into Product Development**. New York: Springer, 2004.

Seção 4

Design e Artesanato

Ecovisões sobre Design e Artesanato

Virginia Pereira Cavalcanti

Não se pode precisar ao certo em que momento na história se deu a aproximação do design com o artesanato no Brasil, e qualquer tentativa nesse sentido seria um esforço desnecessário, pouco frutífero. É de conhecimento notório, por outro lado, que nomes como Lina Bo Bardi e Aloísio Magalhães trilharam uma interlocução importante ao conectar o popular e o erudito na cultura, especialmente no campo do artefato, contrariando nossa prática histórica¹ de distanciar o fazer manual do pensamento intelectual.

Essa dicotomia na realidade brasileira é muito próxima daquela encontrada em outros países da América Latina e no seu artesanato. Mas de qual artesanato estamos falando? A despeito das controvérsias e por vezes conflituosas definições da palavra e dos desdobramentos possíveis – artesanato tradicional e não tradicional, trabalhos manuais, arte popular, entre outros – abordamos o artesanato a partir do entendimento de coletividade, ou seja, aquele feito por grupos familiares ou não, a partir de um conhecimento assistemático, transmitido normalmente pela oralidade, e com o uso de ferramentas ou mesmo de meios mecânicos.²

Esse é o artesanato de que estamos falando e fio condutor de uma história de aproximação com o profissional de design, que no Brasil custou a acontecer. A necessidade de alargar seu próprio olhar a partir do outro, demandou conhecimentos ainda pouco usuais aos processos do design, o que acabou por provocar interlocuções de grande valor em campos como a antropologia, sociologia, história, educação. Um certo desconforto provocado pelo deslocamento do papel do designer como eixo central no processo criativo para o de um lugar mais secun-

1 Adélia Borges, em seu livro *Design + Artesanato: o caminho brasileiro* (2011), discute esse distanciamento no capítulo intitulado “Histórico de um isolamento”, p. 29.

2 Definição adotada pela UNESCO em 1997.

dário, o de participe na criação de artefatos com técnicas produtivas, em muitos casos, desconhecidas.

Num contexto em que a produção está condicionada a fatores subjetivos como a maré, a chuva ou a temperatura do ambiente e do forno, e para os quais o controle é limitado, a aproximação do design com o artesanato foi o palco também para o embate com uma nova e complexa realidade; bem diferente daquela usualmente encontrada na indústria e que coloca em questão os tradicionais modelos, metodologias e práticas de projeto de design.

Nessa pauta entraram também outras interseções transversais e que afetam diretamente a produção artesanal. Palavras-chave como mercado, sustentabilidade, gestão, políticas públicas precisaram ser inseridas nessa discussão, mas com seu sentido ampliado, especialmente no que tange as questões sociais e econômicas. Os caminhos para lidar com tamanha complexidade trouxeram grande diversidade de abordagens intervencionistas.

Contemporaneamente, no Brasil, não existe apenas um, mas vários tipos de modelos de intervenção que articulam ações que envolvem a aproximação entre design e artesanato e que são implementados por ONG, universidades, profissionais liberais, órgãos governamentais. Estima-se que a atividade envolva cerca de 8,5 milhões de artesãos e movimento aproximadamente 28 bilhões de reais por ano.³ Um dado numérico de tamanha expressividade que certamente justifica a iniciativa de governos e da sociedade civil em apoiar a atividade artesanal no Brasil.

Os limites dessa relação é que ainda parecem confusos para a maioria dos atores envolvidos. É evidente que na realidade contemporânea, o designer tem sido impelido a desenvolver competências para compreender a sociedade complexa,⁴ em contínua transformação. E isso implica a capacidade de, criticamente, moderar as contradições que emanam de contextos tecnológicos, econômicos, sociais, culturais e ambientais em favor de modelos de desenvolvimento socialmente mais inclusivos e sustentáveis.

No entanto, nem sempre a relação design-artesanato tem sido tratada com o devido cuidado. Por vezes, o design tem sido direcionado a implementar ações que visam a resultados imediatos, na maioria das vezes pautados pela materialização em produtos artesanais, e isso tem se refletido em resultados pontuais, com pouca ou nenhuma sustentabilidade.

3 Apesar de datar de 2002, os dados numéricos ainda são significativos. *Revista Sebrae*, julho-agosto, 2002.

4 Ao qualificar de complexa, a pesquisa aproxima a conceitos da teoria da complexidade que considera a incerteza, a multiplicidade de futuros, a subjetividade e a cultura na compreensão do mundo atual, de acordo com as perspectivas de autores como Morim, Pligogine, dentre outros.

A ótica da valorização dos bens culturais e de seus territórios, ao estabelecer o diálogo entre consumo e produção, tradição e inovação, cria condições de potencializar os recursos locais em favor de benefícios para as comunidades e, dessa forma, o designer pode se deslocar de seu papel de criador para o de mediador dessa tradução. Um deslocamento que se apara no reconhecimento do potencial criativo e técnico de artesãos e artesãs, essencialmente no valor da dimensão humana inequívoca e inerentemente invisível atrás da materialidade.

A busca por alternativas que preservem a atividade e, ao mesmo tempo, ampliem a geração de renda de comunidades artesanais, é **fundamental**, principalmente em locais onde são poucas as oportunidades de trabalho. Por isso, se o ambiente artesanal é uma oportunidade de atuação para o designer, é fundamental uma atuação responsável e preparada para lidar com a complexidade e as contradições inerentes ao universo artesanal.

É difícil estreitar ou mesmo delimitar os formatos e possibilidades de interlocução que aproximam o design e o artesanato brasileiro. Para a composição da Mesa Redonda Design e Artesanato, o enquadramento proposto foi o de refletir, intuir, provocar, tomando como ponto de partida os relatos e vivências dos atores que contribuíram para a construção da história dessa relação no Brasil.

Diante dessa complexidade é que apresentamos os caminhos que os convidados da mesa redonda Design e Artesanato percorreram – experimentando, vivenciando, errando e acertando – e a inestimável contribuição com a qual nos honraram. Histórias que trazem visões e experiências, diversas, ricas em suas singulares narrativas tanto pelo seu sincero relato quanto pela possibilidade de conhecer diferentes olhares, formações profissionais e instâncias de atuação.

O espírito precursor e desbravador em ações de campo foi representado pela Profa. Lia Monica Rossi. Em “Design e artesanato no Brasil: sustentabilidade e verbos criativos”, descreve 10 estudos de caso, dentre muitos de sua atuação,⁵ entre os anos de 1994 a 2015, em 14 comunidades do Nordeste, em que lidou com as modalidades artesanais de Renda Labirinto, Renda de Bilro, Renda Renascença, Renda Irlandesa, Batique, Pintura em Seda, Couro caprino, Ponto de Cruz e Rendendê.

Lia, que é natural de Buenos Aires, Argentina, mas de nacionalidade brasileira, é graduada em Comunicação Visual pela ESDI/UERJ e mestre em Engenharia da Produção pela COPPE/UFRJ, e militou na aproximação do design com o artesanato desde muito cedo. Em sua narrativa, exemplifica seu caminho a partir da aplicação da técnica de *verbos criativos* nos seus trabalhos de consultoria junto ao Artesanato – adaptar, fragmentar, combinar, substituir, reduzir, eliminar, diversificar e promover/valorizar, utilizados sozinhos ou combinados. Entre suas

5 Alguns dos casos contou com a parceria do designer José Marconi Bezerra de Souza.

premissas, ressalta o respeito as redes de interação social local e valorização do patrimônio estético da comunidade.

Em contraponto, Helena Sampaio, em “O Artesanato Solidário e o design: notas para reflexão”, traz a visão da Gestão das políticas públicas e abre o caminho para um novo olhar sobre o artesanato no Brasil. Antropóloga de formação, relata sua experiência como coordenadora nacional do Artesanato Solidário (ArteSol),⁶ uma organização da sociedade civil (OSCIP) voltada para o desenvolvimento de projetos de geração de renda baseados na valorização de saberes e fazeres populares.

A narrativa traz três seções. A primeira apresenta as premissas do ArteSol, incluindo objetivos, desenho organizacional, redes de apoio, ações em campo e no contexto mais amplo dos programas concebidos no âmbito do Conselho da Comunidade Solidária. A seguir, descreve alguns casos que envolvem o artesanato de tradição e o design – projeto Veredas (MG), Taubaté (Vale do Paraíba-SP), Vale do Jequitinhonha (MG), Burití dos Lopes e São Vicente de Paula (Piauí), Divina Pastora (Sergipe). Na última, estabelece interseções entre cultura popular, *design*, mercado, desenvolvimento local e sustentabilidade.

Helena Sampaio, que é professora do Programa de Pós-Graduação em Educação e da Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), pontua a importância de compreender as políticas sociais do programa por meio de princípios emancipatórios, que devem ser aportados para combater situações de pobreza e não alimentar a condição de dependência.

Em “*O designer orgânico: reflexões sobre a produção do conhecimento entre designers e louceiras em Itamatatua – MA*”, Raquel Noronha faz uma reflexão sobre a produção do conhecimento e as negociações entre os detentores de saberes acadêmicos e os detentores de saberes tradicionais, a partir de uma abordagem sobre o caso das louceiras de Itamatatua⁷ e as redes de relações entre artesãos, designers e turistas.

Designer de formação, mestre e doutora em Antropologia, Raquel é professora do Departamento de Desenho e Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão e articula o diálogo entre os dois campos de conhecimento. Enquanto pesquisadora, teve a oportunidade de realizar uma etnografia na comunidade e investigar, em sua construção material e simbólica, o impacto da chegada do

6 No texto, Helena Sampaio mostra como o ArteSol fez parte de um conjunto de programas concebidos e desenvolvidos no âmbito do Conselho da Comunidade Solidária entre os anos de 1995 e 2002, os quais tinham como característica comum desenvolver parcerias com a sociedade civil e o Estado.

7 Comunidade remanescente de quilombo de Itamatatua, localizada no município de Alcântara, no Maranhão, entre 2010 e 2014.

turismo em um povoado que produz louça há trezentos anos e as modificações decorrentes nos artefatos e nas pessoas.

Em sua abordagem, defende que construir metodologias colaborativas de design está necessariamente associado a admitir que todos os envolvidos no processo projetual podem ser *designers orgânicos*.⁸

Uma visão expandida, que alinha pesquisa, ensino e extensão com o envolvimento de professores, técnicos e estudantes de diversas áreas do conhecimento com foco em comunidades artesãs, é a abordagem de Ana Maria Andrade em “Design e Artesanato: a experiência do Laboratório de Design O Imaginário”.⁹ A narrativa descreve o percurso do Laboratório O Imaginário, contexto de criação e premissas, e exemplifica seu modelo de intervenção em ambientes artesanais a partir do exemplo dos casos de Conceição das Crioulas e Cabo de Santo Agostinho.

Arquiteta de formação, Ana Andrade é Mestre em Educação pela Temple University (EUA) e Doutora em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design. Como coordenadora do Laboratório, atua tanto na gestão institucional e das ações quanto no campo junto a equipe. Com um formato transdisciplinar de abordagem, o modelo tem cinco eixos – comunicação, mercado, produção, gestão e design –, que, aliados às premissas de parceria, qualidade e sustentabilidade, pretendem traduzir a história, técnica e práticas sociais de comunidades artesãs.

O desafio do Laboratório de aproximar a universidade da realidade de pequenos municípios e lugarejos no estado repercutiu também no curso de Design da UFPE, que, provocado, passa a confrontar o conhecimento acadêmico com a prática, sensibilizando e comprometendo estudantes e professores com a necessidade de transformações sociais.

Com um olhar sobre a inovação social, Rita de Castro Engler trata, em “Design, Artesanato e Empreendimentos Criativos: caminhos para sustentabilidade”, o artesanato como um empreendimento criativo e cita como exemplo os casos do PICNIC (Holanda) e Encontro dos Povos (Minas Gerais, Brasil). Uma abordagem que envolve a participação de comunidades artesãs dentro de um escopo mais amplo, que inclui apresentações culturais, seminários, debates e novos estudos para soluções locais.

Graduada em Engenharia de Produção, mestre e doutora em Engenharia de Produção e Gestão de Inovação Tecnológica (Paris), traz um olhar que considera

8 No texto, Raquel pontua como o filósofo marxista italiano Antonio Gramsci cunhou a expressão *intelectual orgânico* para designar aqueles que produzem conhecimento na *práxis*, na luta contra a hegemonia.

9 O Laboratório O Imaginário foi criado vinculado aos Departamentos de Design e de Cultura da UFPE, com o objetivo de aliar design e artesanato no cumprimento da missão da UFPE, definida para o período 1995 -2003, de contribuir para transformar a sociedade.

os empreendimentos criativos pelo seu potencial criativo e possibilidades territoriais, e como caminho para sustentabilidade.

É a partir das contribuições dessas narrativas que compartilhamos e de suas transversalidades que esperamos contribuir de alguma forma para encorpar, de forma crescente, a reflexão sobre as singularidades e potencialidades que envolvem a aproximação entre design e artesanato no Brasil.

Referências

ANDRADE, A.; CAVALCANTI, V. **Imaginário pernambucano: design, cultura, inclusão social e desenvolvimento sustentável**. Recife: Zoludesign, 2006.

ANDRADE, A. M. Q. **A gestão de design e o modelo de intervenção de design para ambientes artesanais: um estudo de caso sobre a atuação do Laboratório de Design O Imaginário/UFPE nas comunidades produtoras Artesanato Cana-Brava e Centro de Artesanato Wilson de Queiroz Campos Júnior – Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco**. 2015. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Educação, Curso de Pós-Graduação em Design.

BARDI, L. B. **Tempos de grossura: o design no impasse**. São Paulo: Instituto Lina Bo Bardi e P.M. Bardi, 1980.

BONSIEPE, G. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

BORGES, A. **Design+Artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

BRAGA, I. **O perfil de um designer brasileiro: Aloisio Magalhães**. Disponível em: <<https://www.scribd.com/doc/13363/O-perfil-de-um-designer-brasileiro-Aloisio-Magalhaes>>. Acesso em: 5 fev. 2016.

LEITE, J. S. (Org.). **A herança do olhar: o design de Aloísio Magalhães**. Rio de Janeiro: Artviva, 2003.

Design e artesanato no Nordeste: sustentabilidade e verbos criativos

Lia Monica Rossi

Design: uma palavra exótica para os brasileiros há 60 anos, hoje nomeia popularmente inúmeras atividades, como maquiagem de rostos e de produtos. Da mesma forma, para a maioria das empresas e das instituições oficiais, a compreensão do termo vagueia pelo mito redentor de que todos os problemas serão resolvidos através de uma nova e sedutora estética. E no caso específico da atuação junto ao Artesanato, aspectos intrínsecos ou correlatos ao projeto de design, como o cálculo de custos, modelagem e seriação, ergonomia e segurança no trabalho etc. não são considerados pelo cliente (e nem sempre pelos próprios designers).

Para esclarecer nossa posição, citamos Redig (1977):

Desenho Industrial (Design) é o equacionamento simultâneo de fatores ergonômicos, perceptivos, antropológicos, tecnológicos, econômicos e ecológicos, no projeto dos elementos e estruturas físicas necessárias à vida, ao bem-estar, e/ou à cultura do homem (p. 32).

Este conceito com jeito de manifesto pode parecer óbvio para muitos, mas certamente não é para todos, principalmente para novas gerações de docentes e estudantes. E o que é mais interessante hoje, com o advento de novos termos, é constatar que Sustentabilidade é desde sempre parte integrante da atividade do Designer como conceituada acima e como nós a compreendemos:

Sustentabilidade: “condição de permanência em certo nível por determinado tempo”. Para ser sustentável o projeto deve integrar a questão social, a questão econômica, a questão energética e a questão ambiental. Isto é, o projeto deve ser socialmente justo, economicamente viável, ecologicamente correto e também culturalmente diverso (Wikipedia, 2015).

Intervenções

Bauhaus, a primeira escola de design (Alemanha, 1918), procurou incorporar a sabedoria artesanal na passagem para a criação de produtos para a indústria. No Brasil, ao contrário, o artesanato foi largamente ignorado por um Modernismo míope adepto do “look industrial” ou uma “estética da máquina” aparentemente industrial, muitas vezes presentes nos protótipos bauhausianos. Como costuma acontecer entre espíritos colonizados, imita-se o resultado, mas não o espírito gerador. Em oposição a essa corrente dominante no design oficial, tem grande destaque o trabalho das arquitetas Lina Bo Bardi e Janete Costa no resgate e inserção da arte popular e de produtos artesanais em importantes exposições, consultorias e projetos arquitetônicos e culturais desde as décadas de 1950 e 1960.

Algumas modalidades artesanais no país são centenárias. Cerâmica, cestaria e trançado são de tradição indígena. Algumas são técnicas da Antiguidade, disseminadas na Idade Média por e para nobres, aristocratas e eclesiásticos. O trabalho em couro remete aos antigos ofícios tradicionais europeus. Rendas foram trazidas pelos europeus a partir do século XVII, e os bordados transmitidos em escolas de educadoras religiosas até meados do século XX. Por que então a ênfase na intervenção oficial a partir de décadas recentes, e por que buscar a contribuição de designers nessas intervenções?

A exemplo do que já aconteceu em outros países, como Espanha, México e Colômbia, no início da década de 1990 agências governamentais brasileiras perceberam a emergência de “salvar” nosso artesanato da extinção. Para nós, essa preocupação surge no vértice de duas situações opostas, mas convergentes.

De um lado, a grande redução na antiga e disseminada demanda por artigos feitos a mão, como os enxovais de casamento e de bebê que mães e avós guardavam em baús domésticos, usuais nas casas burguesas até uns 50 anos atrás, as toalhas de banquete ricamente bordadas, rendadas e engomadas primorosamente pelas serviçais. Para a maioria de antigos consumidores desses artigos, não há mais banquetes nem serviçais.

Por outro lado, temos o artesanato que no Brasil ainda é conceituado como produto mal-acabado, barato e fora de moda. Como saída da crise, significativos desafios se colocam para os agora envolvidos na mesma causa: promotores, designers e artesãos. Além de melhorar (ou preservar) a geração de renda, o produto resultante deve atender a mudança nos padrões de consumo das novas gerações, a concorrência de produtos industriais “com cara de artesanato”, o artesanato importado a preços imbatíveis (feito por artesãos pior remunerados que os nossos) e muito mais. Nem pequeno, nem fácil, nem curto é esse novo caminho.

Em outras palavras: torna-se fundamental mudar de patamar e de conceito, revestir-se de novas linguagens mercadológicas, produtivas, logísticas, estilísticas

e outras para atender novos nichos de consumo, para atingir novo status para o produto e para o produtor. Esse é o “neoartesanato”, como denominado pelos ibéricos (Machado, 1982). Como em outros países, o design veio contribuir oportunamente nesses aspectos e, simbioticamente, o artesanato lhe ofereceu uma opção desejável e viável de atuação na geração e/ou adequação de produtos para novos usuários. Para o designer, uma alternativa de realização profissional face à descrença por um país industrialista, e a correlata e irrealizada inserção maciça do design na produção nacional como era sonhada na década de 1960.

Sem dúvida a avassaladora atualização tecnológica conquista hoje cada vez mais espaços e redes emocionais. Mas, irônica e felizmente, e contrariando expectativas, parece que a invasão de *gadgets* e *games* globalizados também provoca, em vez de reduzir, a busca por “identidades”, por diferenças nacionais, locais ou individuais.

Assim, o artesanato vem preencher essa lacuna pelo “único”, pelo “ser diferente” que se abriga em cada alma humana. E em uma sociedade de consumo, o “diferente e único” pode ser adquirido, mesmo que não tenha sido vivido. Mas atenção: nada disso interessa ao artesão, que, como qualquer produtor, quer vender muito pelo melhor preço.¹ Filosofias à parte, a vida do artesanato não representa só a sobrevivência de uma importantíssima e ancestral atividade cultural, mas também uma significativa razão econômica para o país e principalmente para a cadeia produtiva. Estima-se que 8,5 milhões de brasileiros estão envolvidos no setor artesanal, gerando R\$ 50 bilhões por ano (Empresa Brasil de Comunicação, 2013). É nesse contexto que situamos nosso trabalho.

Abordagem e método

Para este artigo foram selecionados 10 estudos de caso dentre muitos de nossa atuação (Borges, 2011), alguns em parceria com o designer José Marconi Bezerra de Souza, de 1994 a 2015, em 14 comunidades do Nordeste, em 9 modalidades artesanais: Renda Labirinto, Renda de Bilro, Renda Renascença, Renda Irlandesa, Baticue, Pintura em Seda, Couro caprino, Ponto de Cruz e Rendendê. Alguns projetos fizeram sucesso, alguns não, e outros não sabemos. A contratação de consultoria pelas agências governamentais não inclui o acompanhamento da pós-produção e o fundamental *feedback* e ajustes de todo o processo.

Temos como método de trabalho inicial conversar com os artesãos, observar e perguntar muito, coletar dados gerais sobre a história e as origens da modalidade no local, o grupo e as relações de produção, o produto, a comercialização, a saúde e os postos de trabalho etc. Aos poucos nos inteiramos de questões produtivas, financeiras, administrativas e ergonômicas. Assim como é usual na manufatura industrializada, péssimas condições de trabalho também são recorrentes

no artesanato. Warren (1976) relata o uso de banhos de uísque nos olhos usados pelas bordadeiras inglesas na era vitoriana (século XIX) para anestésiar o cansaço visual em jornadas de 16 horas. Em Alagoas, flagramos bordadeiras sentadas sob a fraca lâmpada do poste de luz da rua (em casa não seria mais forte).

Também vamos conhecendo dados pessoais, como funções e habilidades específicas, aspirações individuais etc. Evidentemente o diálogo não tem a objetividade descrita aqui, e a confiança e o conhecimento mútuos vão se construindo paulatinamente, procurando uma linguagem comum. Eventualmente, já nesse primeiro encontro, são propostas algumas ideias a serem desenvolvidas como amostras ou protótipos. Fornecemos o material e remuneramos as amostras ou protótipos independentemente da qualidade dos resultados. O tempo investido pelo artesão na confecção de uma nova amostra corresponde ao tempo que ele utilizaria em um produto do seu repertório, com consumidor conhecido ou provável. Nos projetos institucionais junto ao Artesanato nunca há previsão de gastos com protótipos, como é usual na indústria, e como seria justo com o artesão.

Após posterior análise e reflexão sobre os dados e os produtos, começamos a elaborar alternativas mais objetivas de solução, de mudança, de melhoria. O caminho utilizado geralmente é a técnica de *Verbos Criativos, Generativos ou Verbos de Ação* (Roukes, 1988). Veremos nos exemplos a seguir que raramente o resultado é um produto totalmente novo. É usual que sejam pequenas intervenções no repertório já produzido pela comunidade, além de eventuais ações extrínsecas ao design, mas fundamentais, como fornecimento de óculos ou luminárias.

É importante frisar que temos como princípio respeitar as redes de interação social local (vicinais, familiares) e valorizar o patrimônio estético da comunidade que sempre nos serve de inspiração. E, principalmente, que toda proposta de mudança apresentada aos artesãos é somente uma alternativa (estética, formal, funcional, mercadológica) ao repertório do grupo. Cabe a eles incorporar ou não as novas ideias segundo seus próprios critérios.

Verbos criativos

Nos exemplos a seguir mostraremos a aplicação de alguns *Verbos Criativos* em nossos trabalhos de consultoria junto ao artesanato. São eles: Adaptar, Fragmentar, Combinar, Substituir, Reduzir, Eliminar, Diversificar, e Promover/Valorizar, utilizados sozinhos ou combinados.

1. ADAPTAR um bom “desenho original”

Renda Labirinto/Chã dos Pereira, Agreste Paraibano
Pintura em seda/Catolé do Rocha, Sertão Paraibano

Cliente: PAB/SETRAS PB, 1994 e 1995

Designers: Lia Monica Rossi e José Marconi B. de Souza

O trabalho de adaptação consiste em fazer uma interpretação do tema proposto para a linguagem técnica e expressiva da modalidade artesanal em questão. Sabemos que os motivos tradicionais para Renda Labirinto datam dos séculos XVI e XVII na Europa. No final do século XX, bordadeiras de Chã dos Pereira ainda executavam, em grupo e durante muitos meses, toalhas de banquete fartamente preenchidas com intrincadas volutas barrocas.² Nossa proposta foi no sentido de inovar, regionalizar e atualizar essa linda modalidade artesanal. A rica arte rupestre (Almeida, 1979) tão disseminada na Paraíba serviu de inspiração para novos temas na Renda Labirinto. Posteriormente esses temas também foram utilizados na Pintura em seda, modalidade solicitada pelas batiqueiras do Sertão exaustas pelo árduo trabalho do Batique.

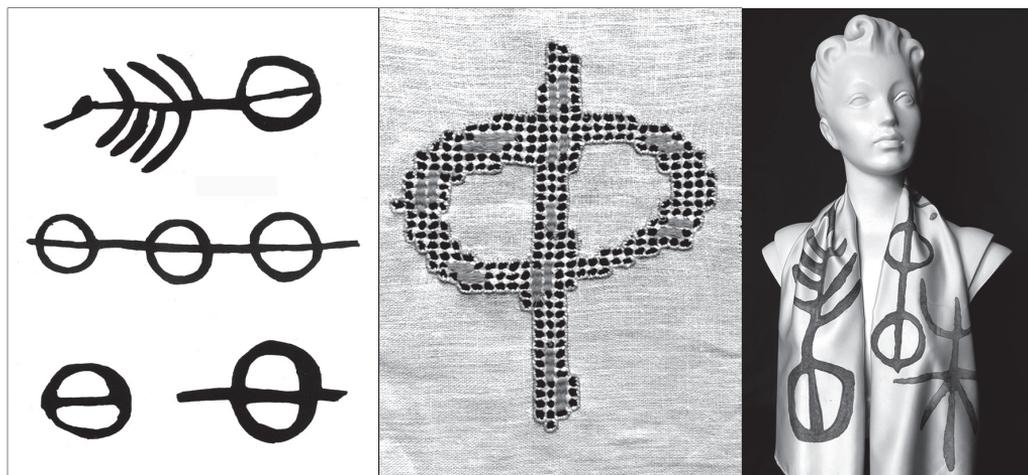


Figura 1 Motivos de arte rupestre. Motivos adaptados para Renda Labirinto e para xale com pintura em seda.

2. ADAPTAR componentes tradicionais para novos produtos

Couro caprino/Ribeira de Cabaceiras, Cariri Paraibano

Cliente: SIC/Senai-PB/Arteza, 1998

Designer: Lia Monica Rossi

O Cariri nordestino é conhecido pela extensa criação de caprinos e produtos derivados do couro curtido tradicionalmente na casca de angico (tanante). Ultimamente, a motorização dos vaqueiros diminuiu a demanda de produtos para suas tarefas a cavalo, como montaria, selas, arreios e vestimentas. Os novos produtos propostos deveriam aproveitar suas habilidades

coureiras e atender novos consumidores. Um novo nicho, de poder aquisitivo maior, é representado pelos frequentadores de rodeios e vaquejadas. Entre outros produtos desenvolvemos a “mochilinha” adaptando o chapéu de vaqueiro fechando-o com zíper e utilizando um arreo de cavalo (trança de 8 fios) para a alça. No design do novo colete feminino, foram adaptados os adornos tradicionais de sela em relevo acolchoado e acabamentos em costura de suvela.³



Figura 2 “Mochilinha” de chapéu de vaqueiro. Adornos da sela tradicional. Novo colete feminino.

3. FRAGMENTAR elementos e COMBINAR com produto tradicional

Couro caprino/Ribeira de Cabaceiras, Cariri Paraibano

Cliente: SIC PB/ SENAI PB/ Arteza, 1998

Designer: José Marconi B. de Souza

Analisando produtos de montaria já fabricados pela comunidade, os componentes foram fragmentados, separados de seu contexto e categorizados em novos arranjos. A tradicional sandália nordestina tipo franciscana serviu de base para o design do novo calçado, combinada àqueles elementos extraídos e fragmentados. Foram utilizados ambos lados (flor e carnal) do couro caprino curtido localmente e acrescentados solados de borracha, elásticos, cadarços, rebites, metais, colagem e demais materiais e técnicas já utilizadas pelos artesãos locais.⁴

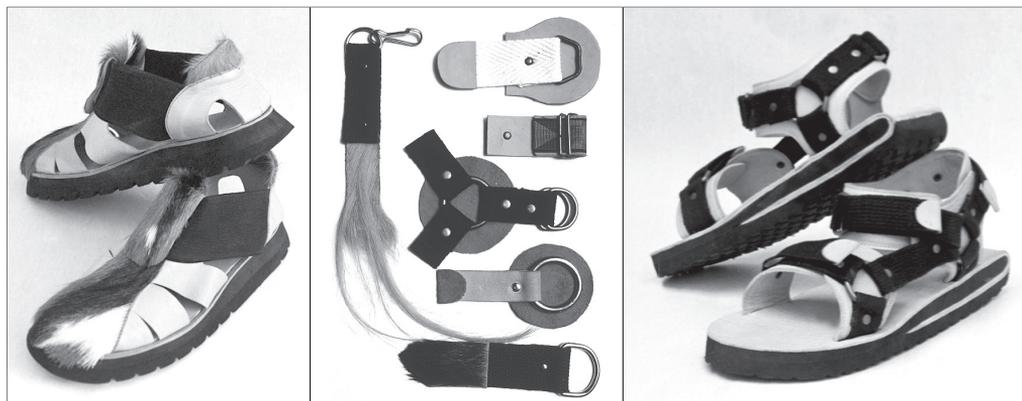


Figura 3 Componentes de selaria fragmentados. Novos calçados.

4. ELIMINAR desperdício

Couro caprino/Ribeira de Cabaceiras, Cariri Paraibano

Cliente: SIC/Senai-PB/Arteza, 1998

Designer: Lia Monica Rossi

As patas do animal são partes desvalorizadas do couro natural; nos caprinos elas não atingem a medida padrão do couro que é 1 “pé quadrado” (30 cm x 30 cm aproximadamente) e então são recortadas para pequenos objetos de menor valor agregado, como chaveiros. Neste projeto utilizamos patas inteiras aproveitando e valorizando seu formato natural como tampo de bolsa simples em couro cru.

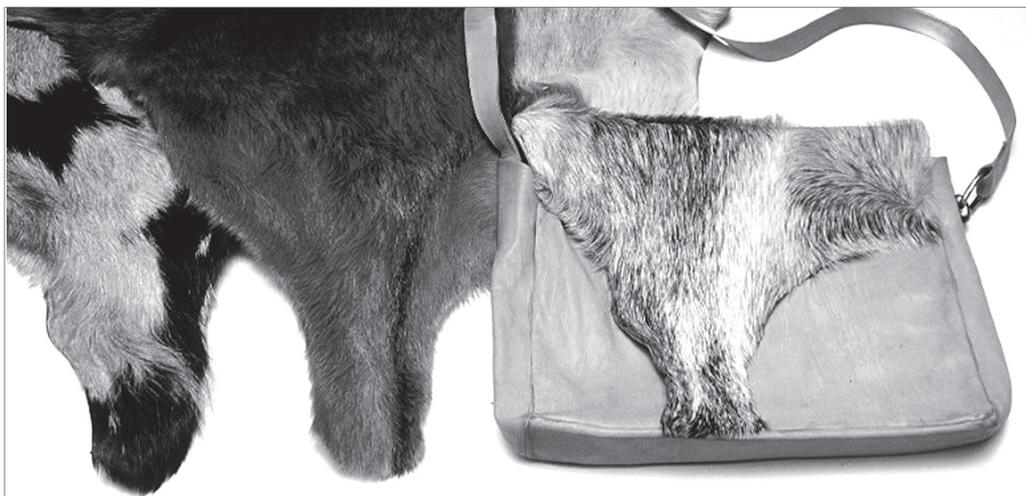


Figura 4 Pata de caprino como tampo de bolsa.

5. ELIMINAR processo de estamparia insalubre, ADAPTAR um bom original e ELIMINAR parte dolorosa do processo

Batique/Catolé do Rocha, Sertão Paraibano

Cliente: PAB/Setras-PB, 1994

Designers: Lia Monica Rossi e José Marconi B. de Souza

O Batique, tradicional na Tailândia, chega ao Brasil na década de 1960. Essa modalidade de estamparia supõe isolamento por cera de partes do desenho que vão sendo tingidas por cores separadamente. Tradicionalmente a cera depois é retirada usando contínuas passadas de ferro elétrico sobre camadas de papel jornal. Quando chegamos à comunidade, as artesãs apresentavam dores gástricas, inflamação das mucosas do nariz e garganta. Por razão de rapidez e economia de energia, o ferro quente usado para eliminar a cera tinha sido substituído por mergulhar a peça em uma solução de formol em água fervente.

Contratamos um técnico químico do Senai-PE para examinar o processo e propor alguma solução. Por ser um catalisador, o acréscimo do formol na água de tingimento a 100 °C elevava a temperatura a 160 °C, vaporizando-se no ambiente e invadindo o organismo através das mucosas. A solução proposta pelo técnico foi colocar o formol com a água a 50/60 °C. Como se vê, um “novo produto” não era absolutamente a prioridade naquele momento.

Em outra intervenção vimos que a maneira utilizada pelas batiqueiras para inserir a cor preta no último tingimento supunha a retirada da cera em todo o contorno do desenho com “meia-tesoura” e dedos enfaixados. Técnica trabalhosa e perigosa, além de deteriorar progressivamente os detalhes do desenho. Adaptar um novo e bom original com cuidadosa seleção de cores para os diferentes banhos de cor permitiu reservar naturalmente para o último tingimento as áreas de preto e eliminar a penosa tarefa da “meia-tesoura”.

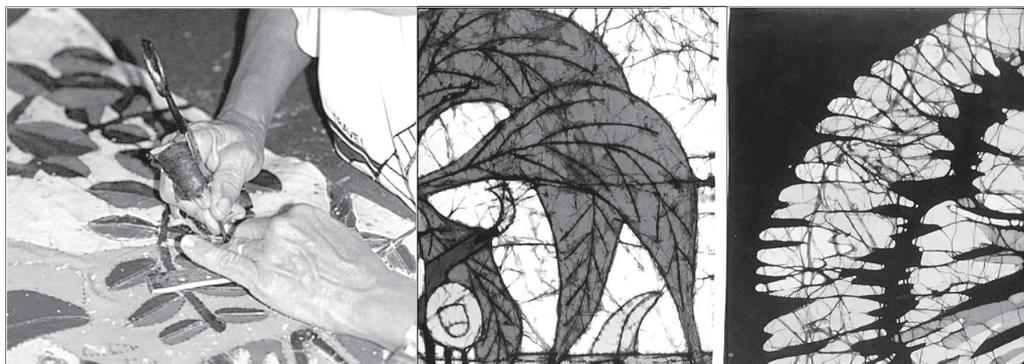


Figura 5 Batiqueira com “meia-tesoura”. Contorno raspado para cor preta. Detalhe de Batique com novo processo de inserção do preto.

6. SUBSTITUIR matéria-prima perecível

Renda de Bilro/Caiçara, Curimataú Paraibano

Cliente: PAB/Setras-PB, 1995

Designers: Lia Monica Rossi e José Marconi B. de Souza

Pedaços de papelão de caixas de sapato são tradicionalmente utilizados como gabaritos (“pique”) dos motivos de Renda de Bilro. No “pique” são afixados os espinhos de mandacaru ou alfinetes que guiam os bilros sobre a almofada.

Esse papelão é frágil e quebradiço e exige contínua reprodução dos “piques” em novo papelão, o que resulta em progressiva deformação do desenho. A Renda resultante é irregular na modulação do motivo, variável na largura e ondulada no comprimento. Os defeitos prejudicam sua qualidade, seu preço e sua aplicação no tecido.

A título de experiência, alteramos radicalmente a matéria-prima do “pique” no processo. Após análise da geometria do motivo, o risco foi reconstruído por computação gráfica e impresso por serigrafia em lâmina de PVC flexível. O novo risco fez grande sucesso entre as rendeiras.⁵

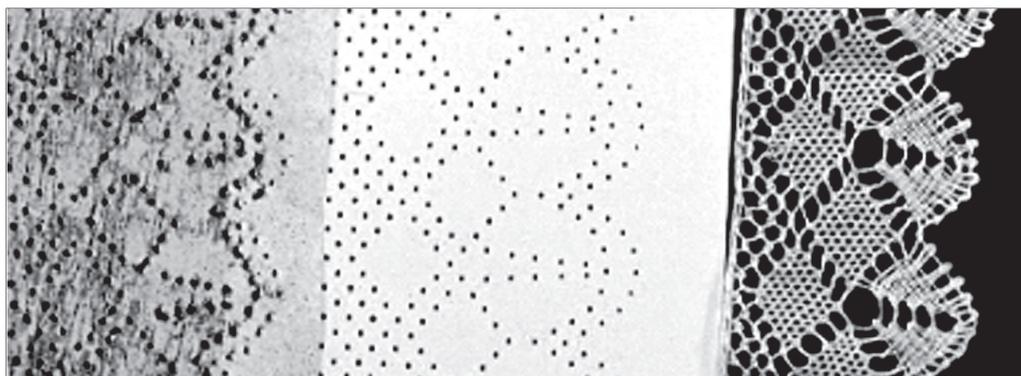


Figura 6 Cartão de “pique” original. Novo cartão em PVC. Nova renda.

7. REDUZIR para otimizar

Renda Irlandesa/Divina Pastora, Leste Sergipano

Cliente: Artesanato Solidário/Artesol, 2002

Designer: Lia Monica Rossi

A Renda Irlandesa da Divina Pastora foi elevada a Patrimônio Material com selo de Indicação Geográfica em 2008. É das mais valorizadas do país, em parte devido ao custo do lacê industrial de seda usado como matéria-prima e ao seu intrincado desenho barroco. O custo e o estilo não favorecem um consumo fácil.

A ideia foi criar produtos menores, rápidos de fazer e menos custosos. Aproveitando a proximidade da época natalina, escolhemos montar com as rendeiras

uma oficina de criatividade onde elas deveriam desenhar adornos para a Árvore. Reagiram, porque algumas jamais tinham segurado um lápis, mas os resultados foram surpreendentes, bonitos e criativos.⁶



Figura 7 Adornos de Natal em Renda Irlandesa.

8. ELIMINAR processo de acabamento

Renda Labirinto/Córrego do Rodrigues, Litoral Leste Cearense

Cliente: Secretaria da Cultura do Ceará/Sebrae-CE, 2003

Organdi é um tecido de fios muito finos tramados muito próximos, o que lhe confere uma aparência de papel. A Renda Labirinto em organdi é especialmente trabalhosa e delicada pela dificuldade de desfilar o tecido a ser bordado. As peças são feitas no bastidor e, como no caso destes panos de bandeja, o tecido vai sendo deslocado e reafixado no bastidor. Como é tradição no Labirinto, só por ocasião da venda e na frente do cliente são recortados os excessos de tecido em toda a volta e por fim separadas as peças. A beleza desta peça com 6 panos de bandeja aguardando sua separação nos inspirou a criação de um xale simplesmente eliminando essa separação. Um trabalho a menos e um lucro a mais, sempre lembrando que peças de vestuário são muito mais valorizadas pelo mercado que as de cama e mesa.



Figura 8 Xale de panos de bandeja ainda unidos.

9. DIVERSIFICAR para sobressair

Bordado Rendendê/Entremontes, Rio São Francisco, Sertão Alagoano

Cliente: Artesanato Solidário/Artesol, 2000 e 2002

Designer: Lia Monica Rossi

O tradicional Rendendê de Sergipe e Alagoas, vendido aos turistas em mercados e feiras locais e na beira do Rio S. Francisco, geralmente é confeccionado em algodão rústico chamado “Panamá Pesado”, acrescido de temas em ponto cruz (como moranguinhos copiados de revistas europeias) e cercado de bico de crochê branco. A variedade de adornos, acabamentos e cores competem com a geometria do tema em Rendendê e não valorizam o trabalho manual investido.

Tendo em vista novos mercados no Sudeste do país, com apoio do Artesanato Solidário/Artesol, desenvolvemos novas linhas de produtos de Rendendê em linho e cambraia de linho Braspérola⁷ aplicando somente o Rendendê. A qualidade do tecido (mais fios na trama por cm) reduziu o tamanho dos pontos, aumentando sua delicadeza,⁸ mas triplicou o tempo de confecção. Como entrevistamos diretamente nos aspectos da produção, o desenvolvimento do novo design demandou uma ação de treinamento. Realizamos então uma série de oficinas chamadas “Tempo e Linha” (Cavalcanti, 2003) para exercitar o cálculo de custos de novas matérias-primas e de mão de obra. É importante frisar que das 60 bordadeiras somente 10% se dispuseram a trabalhar nos novos tecidos, que exigem maior acuidade visual e precisão técnica. Para novas linhas de produtos em algodão, optamos pelo Panamá Leve (14 fios duplos/cm) acessível a todas.⁹

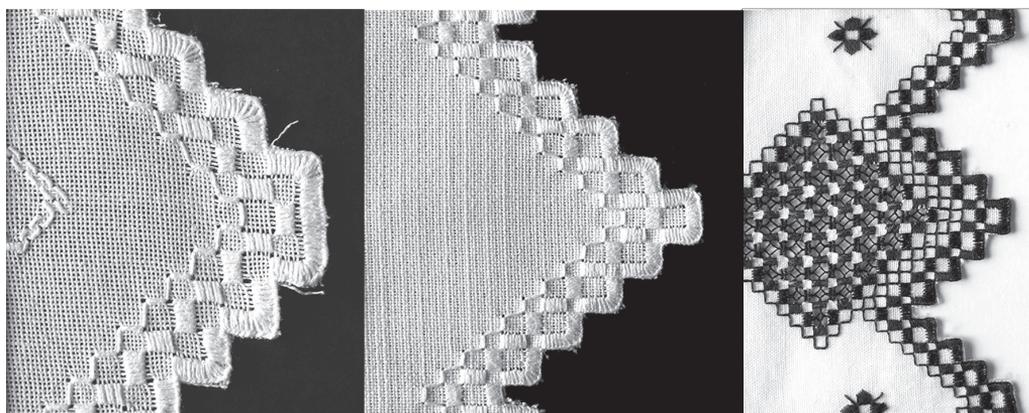


Figura 9 Rendê em Panamá Pesado (12 fios/cm), linho misto (15 fios/cm) e cambráia de linho (30 fios/cm).

10. PRESERVAR, PROMOVER, VALORIZAR, REVITALIZAR...

Bordado Rendê/Entremontes, Rio São Francisco, Sertão Alagoano
 Projeto da Coleção Samplers para ACASA/São Paulo (s/d prevista)
 Designer: Lia Monica Rossi

Rendê é o nome adaptado de *Hardanger*, bordado nórdico tradicional aplicado a vestuário, cama e mesa. A Coleção Samplers, projeto que mantemos em lenta, mas contínua execução em Entremontes (AL), pretende explicitar em uma exposição o processo de confecção do bordado Rendê, a beleza e variedade de seus pontos (Memória de Ofício).

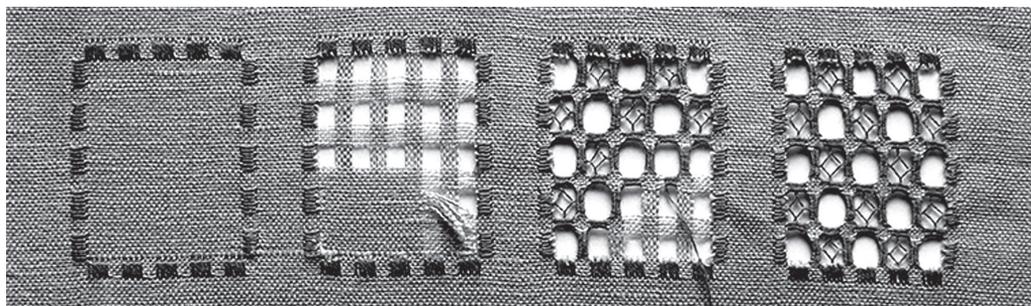


Figura 10 Fases de confecção do ponto aranha do Rendê em linho Carambeí (rami) pela bordadeira Julienne.

Algumas reflexões

Muito aprendemos como designers e como pessoas trabalhando com artesãos. Vilarejos, coisas, vivências e gentes inesperadas habitam no final de estradas

de terra esburacadas, boleias de caminhão, viagens pelo rio, caronas em motos de vaqueiros pelo sertão. Lugares que não estão no mapa, desfazendo nossos muitos mitos acadêmicos e confirmando que Design raramente é só uma intervenção estética. Esperamos ter demonstrado aqui que é um conjunto mais complexo de intrincadas relações.

No processo de revitalização do artesanato no Brasil a partir de década de 1990, muito foi feito, mas muito mais falta fazer e fazer diferente. As instituições, mesmo que bem-intencionadas, têm dificuldade em compreender alguns aspectos da intervenção do Design no Artesanato: a abrangência possível e desejável de suas ações, os limites técnicos e o tempo necessário para uma intervenção minimamente responsável, eficaz e sustentável. Infelizmente os últimos governos não mostraram algum interesse pelo tema, mas isso não impede ações de novos grupos e pesquisadores.¹⁰

Através de relatos neste 5º SBDS, compreendemos de maneira mais clara profundas diferenças entre modalidades abarcadas no Brasil sob o termo comum de Artesanato. A tradição ceramista, por exemplo, das mais antigas do mundo, data também no Brasil de milhares de anos anteriores ao descobrimento europeu. Peculiaridades antropológicas e ecológicas pré-históricas que perduram nos dias de hoje, um pertencimento com a terra local, obtida e trabalhada corporalmente, conferem à Cerâmica, e a seu artesão, o caráter único de uma relação telúrica.¹¹ Algo bem diferente ocorre com o bordado, tradicionalmente sofisticado. O processo ancestral de plantar o algodão, colher, descaroçar, fiar e tramar o tecido foi substituído pela produção automatizada. Hoje a bordadeira utiliza linhas e tecidos industrializados em lugares distantes ou desconhecidos, em desenhos trazidos por eclesiastas e nobres europeus notadamente no século XIX. Somam-se a isso significativas diferenças na comercialização dos produtos dessas duas modalidades.

Além do atual descaso governamental, o segmento artesanal como um todo vive os problemas de sempre, como por falta de incentivos, gestão, distribuição, marketing etc.¹² No caso específico de rendas e bordados, há ainda problemas com a matéria-prima, como a descontinuidade na oferta de linhas e tecidos de fibras naturais, entre outros.¹³

Por tudo que foi dito, esperamos que sejam efetivadas muitas ações¹⁴ como forma de preservação, valorização e revitalização das habilidades manuais, documentados e divulgados os produtos antigos e atuais das comunidades. Nós continuamos trabalhando. Talvez iludidos, certamente apaixonados.

Artesanato: riqueza da cultura brasileira e sobrevivência de muitos brasileiros e brasileiras.

Referências

Livros

ALMEIDA, R. *A Arte Rupestre nos Cariris Velhos*. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 1979.

BORGES, A. *Design+Artesanato – O caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

CAVALCANTI, C.; MATTOSO, C. (Org.). *Da sede ao pote*. São Paulo: Comunidades, Gama, 2003.

DILLMONT, T. *Encyclopedia of Needlework*. Mulhouse: DMC Library, 1886.

GEISEL, L.; LODY, R. (Org.). *Artesanato Brasileiro – rendas*. Rio de Janeiro: Funarte, 1981.

GUIMARÃES, D.; CARVALHO, G. *Ceará feito a mão*. Fortaleza: Terra da Luz, 2000.

MACHADO, S. F. C. *Guia de la Artesania de Santa Cruz de Tenerife*. Direccion General de la Pequeña y Mediana Industria/Seccion de Artesania, Cabildo Insular de Tenerife, 1982.

REDIG, J. *Sobre Desenho Industrial*. Rio de Janeiro: ESDI, 1977.

ROUKES, N. *Design Synectics*. Worcester: Davies Publications, 1988.

WARREN, G. *A Stitch in Time – Victorian and Edwardian Needlecraft*. New York: Taplinger Publishing Company, 1976.

Artigos

BORGES, A. A intervenção do design no produto de artesanato. In SAMPAIO, H. (Coord.). *Artesanato, Intervenções e Mercados – caminhos possíveis*. São Paulo: Artesanato Solidário, 2007. p. 33.

SOUZA, J. M. B.; ROSSI, L. M. Design e Artesanato do cenário paraibano. In *Anais do Fórum Internacional de Design e Diversidade Cultural*, 1994, Florianópolis, SC. Federação das Indústrias de Santa Catarina. p 16-20.

_____. Design e Artesanato no cenário paraibano. In: Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 1994, São Paulo. **Anais do P&D Design 1994**, Associação Nacional dos Designers, Rio de Janeiro, 1994, vol 2.

_____. **Artesanato e Design: uma união desejável**. UFPB/Dep. Design Campina Grande, PB. 1999. Não publicado.

Entrevistas

ROSSI, L.M. **Artesanato tradicional no espaço urbano – Rendas e Bordados**. 2004. Artesanato Solidário/Sesc-SP. Entrevista concedida à Documenta Video Brasil.

_____. Estudo de caso e entrevista na íntegra. In MESQUITA, A.; AZEREDO, N. **Aproximação entre Designers e Artesãos – impacto social, cultural e econômico**. Monografia, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense. Campos dos Goytacases, RJ, 2013. p. 93-103, 124-133. Entrevista concedida às autoras.

_____. Design Popular Brasileiro – Renda: Diversa como o Brasil. In BRASIL. **Almanaque da Cultura Popular**, São Paulo, ano 15, n. 174, p. 28. Entrevista concedida a N. Pesciotta em out. 2013. Andreato Com. e Cultura.

ROSSI, L. M.; SOUZA, J. M. B. **O artesão não é o guardião da cultura e identidade nacionais**. 2012. Entrevista concedida a Daniel Douek. Entrevista concedida a Daniel Douek para A Casa, Museu do Objeto Brasileiro, São Paulo.”

Catálogos

GAMA, M.; FONSECA, M.; MEDEIROS, S. (Org.). **Rendeiras e Labirinteiras de Nisia Floresta (RN)**. Natal: UFRN; Comunidade Solidária, 2001.

LEITE, R. P. (Coord.). **Sítio dos Bordados (SE)**. Projeto “Artesanato, tecnologia e desenvolvimento no Baixo São Francisco”. Aracaju: Artesanato Solidário, 2004.

_____. (Coord.). **Porto dos Bordados/Porto da Folha (SE)**. Projeto “Artesanato, tecnologia e desenvolvimento no Baixo São Francisco”. Aracaju: Artesanato Solidário, 2004

PAIVA, V. (Coord.). **Bordados de Entremontes (AL)**. Brasília: Artesanato Solidário, 2001.

ROSSI, L. M.; SOUZA, J. M. B. **Design e Artesanato Paraibano – Projeto de Pesquisa, Produto e Extensão**. João Pessoa, 1994. DDI UFPB/ATECEL UFPB/Setras-PB. Relatório de pesquisa e criação de produtos para as modalidades Renda de Labirinto, Tecelagem de Redes e Batique. Não publicado.

_____. **Design e Artesanato Paraibano – Projeto de Pesquisa, Produto e Extensão**. João Pessoa, 1995. DDI UFPB/ATECEL UFPB/Setras-PB. Relatório de pesquisa e criação de produtos para as modalidades técnica mista: Pintura em seda com Batique, Renda de Bilro e Renda Renascença, Identidade visual para Artesanato, Motivos rupestres e ecológicos, catálogos de produtos de Batique, Novo suporte para Renda de Bilro. Não publicado.

ROSSI, L. M.; GUIMARÃES, D. **Pesquisa do Artesanato Cearense**. Fortaleza, 2003/2004. Sebrae/Secult/CDMAC. Relatórios de pesquisa e criação de produtos para as modalidades Tecelagem de Rede em Jaguaruana, Tecelagem em Carquejo e Mocambo, Renda Labirinto em Aracati, Trançado de Sisal em Grangeiro, Literatura de Cordel em Juazeiro do Norte. Não publicado.

Sites

www.art-deco-sertanejo.com

<http://www.acasa.org.br/autor/lia-monica-rossi>.

Empresa Brasileira de Comunicações, 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/agencia-brasil/galeria/audios/2013/12/artesanato-movimenta-mais-de-r-50-bilhoes-na-economia>>. Acesso em: 29 set. 15.

Indústria Têxtil e do Vestuário – Textile Industry – Ano VIII 2016. Disponível em: <<http://textileindustry.ning.com/forum/topics>>. Acesso em: 5 ago. 2016.

Slideshare, 2014. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/ManuelaAlves1/o-linho-42449054?next_slideshow=1>. Acesso em: 5 ago. 2016.

Wikipedia, 2015. Disponível em: <pt.wikipedia.org/wiki/sustentabilidade>. Acesso em: 29 set. 15.

Outros

ROSSI, L. M. The embroidered house: an illustrated review of needlework in British interiors. In ELLIOT, G.; MATHEWS, D. (Orgs.). **Historic Interiors of London**. School of Continuing Education, Summer 2007 presentations. The University of Reading, UK. Não publicado.

Notas

- 1 Ver nosso texto “O artesão não é o guardião ...” em Entrevistas.
- 2 Ao finalizar o produto, o preço obtido pela venda era irrisório. Além disso, as dimensões e as características técnicas próprias do Labirinto dificultavam muito as tarefas de lavar e passar toalhas e colchas, que voltavam de São Paulo para serem higienizadas corretamente na comunidade (bastidor e sol).
- 3 Ferramenta para furar o couro que depois é costurado a mão com fina tira do mesmo material em agulha curva.
- 4 Os protótipos foram executados somente no tamanho 39-40. Não houve recursos para desenvolver prototipagem da numeração masculina mais completa (37-38 e 41-42). Anos depois, somente o número 39-40 era encontrado nas feiras da região...
- 5 Neste projeto também não houve recursos da instituição para desenvolvermos “piques” digitais para toda a coleção de motivos da renda.
- 6 As amostras foram enviadas para a sede da Artesol no DF, e soube neste SBDS que foram muito disputadas.
- 7 Empresa falida em 2001.
- 8 Soubemos aqui no SBDS que nossos guardanapos de Entremontes em puro linho foram adquiridos em sofisticado comércio de São Paulo por Athina Onassis para seu casamento em 2005.
- 9 Levamos tecidos de algodão mais finos também para as bordadeiras de Poço Redondo (SE), onde adaptamos aos novos Designs pontos tradicionais daquela comunidade. Hoje, 15 anos depois, esses produtos são vendidos no Aeroporto de Aracaju.
- 10 Vimos alguns trabalhos acadêmicos nos últimos tempos e a realização de alguns eventos. É um alento, mesmo sabendo que pouco das escritas e das falas se traduzem em ações.
- 11 Em oficina com estudantes no Ceará, a proposta de Design foi unicamente projetar embalagens eficientes para os objetos cerâmicos de Arte Popular. Nenhuma alteração nos produtos, tratados quase como objetos rituais.
- 12 Todo Engenheiro da Produção aprende que transporte só acrescenta custos ao produto. Os preços dos Correios, por exemplo, oneram demais o artesanato no Brasil e ainda há alto risco de roubo e extravio de encomendas.
- 13 Considerado o tecido mais ecológico do mundo, o Brasil não fabrica linho desde a década de 1990. Atualmente a fibra é importada pelo linifício Leslie. Nos últimos anos fecharam-se 438 empresas têxteis no Brasil, em parte “graças” a acordos comerciais com a China.

- 14 Face à escassa bibliografia no gênero, destacamos o trabalho da Funarte na virada de 1970/1980 com a publicação da série “Artesanato Brasileiro”. As ações mais efetivas são as do Artesanato Solidário/Artesol/Comunitas que registrou suas ações na década de 2000. Nessa época a CEART/Central de Artesanato do Ceará publicou Memórias de Ofícios de algumas modalidades do Estado. A curadora Adelia Borges continua a trabalhar na área, assim como Renato Imbroisi, a promotora Renata Mellão em ACASA e outros como os que participaram deste SBDS.

O artesanato solidário e o design: notas para reflexão

Helena Sampaio

Este texto tem por objetivo compartilhar algumas ideias sobre a relação entre design e artesanato a partir de um lugar muito particular: o de alguém com formação em antropologia e que atuou por um bom período como coordenadora nacional do Artesanato Solidário (ArteSol), uma organização da sociedade civil (OSCIP) voltada para o desenvolvimento de projetos de geração de renda baseados na valorização de saberes e fazeres populares.

Organizei o texto em três seções. Na primeira, abordo as ideias que estão na origem do ArteSol, seus objetivos, desenho organizacional, redes de apoio e ações em campo no contexto mais amplo dos programas concebidos no âmbito do Conselho da Comunidade Solidária. Na segunda seção trago algumas histórias que, a exemplo da escolha dos animais no pensamento totêmico,¹ são, sobretudo, boas para pensar as possibilidades de encontro – e às vezes também de desencontro – entre o artesanato de tradição e o design. Na última parte do texto, à guisa de considerações finais, busco alinhar as principais ideias apresentadas, discutir e estabelecer elos entre cultura popular, design, mercado, desenvolvimento local e sustentabilidade.

Contexto de criação e tecnologia social

O ArteSol fez parte de um conjunto de programas concebidos e desenvolvidos no âmbito do Conselho da Comunidade Solidária entre os anos de 1995 e

1 Lévi-Strauss (1975), ao analisar a presença dos animais no totemismo, sustenta que a escolha deles resulta de operações de correlação e de oposição realizadas pelos homens para pensarem o mundo e as sociedades onde vivem. Os animais, para Lévi-Strauss, eram escolhidos porque eram bons para pensar e não porque eram bons para comer como supunham os seus colegas funcionalistas.

de 2002,² os quais tinham como característica comum desenvolver parcerias com a sociedade civil e o Estado. Os programas eram inovadores em pelo menos três aspectos: i) rompiam com um modelo de política social baseada em ações de caráter essencialmente assistencialista; ii) propunham a focalização das ações e iii) desenvolviam metodologias próprias para a realização de diagnósticos (que orientavam o planejamento e a implementação dos projetos), para o acompanhamento e avaliação das ações desenvolvidas em campo.

O Artesanato Solidário, especificamente, foi criado em 1999 como um programa emergencial de geração de renda a partir da valorização dos artesanatos de tradição em localidades nordestinas atingidas pela seca. Em 2002, o programa tornou-se uma OSCIP e, desde então, procurou, no desenvolvimento dos projetos de campo, não se distanciar de suas marcas de origem.

Uma dessas marcas era romper com alguns paradigmas na área dos programas sociais. Pobreza, como se sabe, custa caro; para enfrentá-la, as ações devem ir além do assistencialismo que tende a alimentar a dependência dos assistidos diante do Estado e/ou de entidades beneficentes que sempre são os doadores de recursos e de meios para sanar carências. Uma das manifestações da relação doador/assistido é o próprio modo como as populações-alvo das ações são denominadas. Em geral, programas de cunho assistencialista – ainda que alguns sejam de fato necessários e inevitáveis – denominam os beneficiários por atributos que os colocam invariavelmente em situação de déficit em relação a algum padrão de normalidade da sociedade, seja em relação à riqueza, à escolaridade, à saúde e/ou ao pertencimento a um determinado grupo social. São os “moradores carentes”, “famílias de renda baixa”, “jovens excluídos”, “pessoas analfabetas”, “grupos em situação de vulnerabilidade social” etc. que se definem como alvo das políticas sociais.

Os programas originados no Conselho da Comunidade Solidária partiam do princípio de que políticas sociais devem ser emancipatórias, estimular o protagonismo e a autonomia dos envolvidos. Para isso devem ser concebidos para combater situações de extrema pobreza e não para alimentar a condição de dependência dos grupos assistidos frente a ações paliativas e permanentes. Os programas, portanto, precisam investir na sustentabilidade das ações que empreendem, visando à melhoria das condições de vida das pessoas envolvidas. Com uma postura crítica em relação a implementação de projetos sociais que não preveem acompanhamento e avaliação e que não têm prazo para encerrar, os projetos do Artesanato Solidário tinham objetivos claros, planejamento de ações e gastos e

2 Os principais programas eram: Universidade Solidária, Alfabetização Solidária e Artesanato Solidário e Capacitação Solidária. Atualmente, os três primeiros são associações ou OSCIP vinculadas ao Centro Ruth Cardoso criado em 2009.

tempo certo de duração, em geral, dois anos. A definição das ações a serem desenvolvidas em campo era feita com a participação dos grupos de artesãos e artesãs a partir do conhecimento que tinham sobre o seu saber-fazer. Ao término de cada projeto, procedia-se à avaliação dos resultados. A meta perseguida em todos eles, independentemente das tipologias de artesanato (rendas e bordados, tecelagem, trançados e cestaria, cerâmica, brinquedos etc.) e das regiões e localidades onde se desenvolviam, era a formação de um grupo de artesãos/artesãs, legalmente organizados como associações ou cooperativas, com capacidade de produzir e vender os seus produtos.

O segundo aspecto inovador dos programas concebidos no Conselho da Comunidade Solidária era a focalização das ações. Professora Ruth Cardoso costumava dizer que a pobreza não é igual em toda a parte e manifesta-se de forma diferente em cada lugar. Recomendava às equipes, no desenvolvimento dos projetos de campo, observar os marcadores de diferenças – gênero, sexualidades, cor, étnicas e de gerações –, que costumam produzir desigualdades e discriminações, e as segmentações reais e simbólicas que são construídas em cada rua, localidade, município, região etc. onde desenvolvíamos um projeto do ArteSol. Seguindo a recomendação, buscávamos identificar em campo as formas variadas de expressão da pobreza e das desigualdades e, a partir daí, com a participação do grupo mobilizado, construir alternativas para minorar os seus efeitos.

Embora a focalização constitua uma dimensão importante do desenho dos programas sociais, ela por si não deve ser considerada suficiente para garantir os resultados esperados. Ao lado da definição dos grupos para e com os quais os projetos desenvolverão as suas ações, é fundamental que sejam também estabelecidas as estratégias e os recursos metodológicos para alcançar os objetivos. No Artesanato Solidário o aumento da autoestima dos artesãos e das artesãs e a organização deles em grupos de trabalho eram ao mesmo tempo meio e fim das ações de todos os projetos de campo. Sem o uso de metodologias apropriadas, a focalização pode resultar em discriminação dos participantes e aumentar ainda mais as suas dificuldades para a inclusão cidadã.

Vou procurar, nos parágrafos seguintes, detalhar como o Artesanato Solidário incorporou essas inovações propostas pelo Conselho da Comunidade Solidária em seus projetos de campo. O Artesanato Solidário foi inovador porque propôs um olhar diferenciado para a realidade brasileira, especialmente para as regiões mais pobres do País. Partia do pressuposto que ao lado da pobreza material de algumas localidades brasileiras havia uma grande riqueza – o saber-fazer de seus moradores.

O patrimônio imaterial, que se expressa no artesanato de tradição, foi, portanto, o ponto de partida do Artesanato Solidário; cada um de seus projetos em campo tinha por objetivos gerar trabalho e renda para os artesãos e artesãs e de-

sencadear ações que pudessem melhorar as suas condições de vida. As localidades selecionadas para receber as ações de um projeto deviam atender a dois critérios: apresentar baixo índice de desenvolvimento humano (IDH) e contar com moradores detentores de algum saber-fazer artesanal. Com base no cruzamento desses dois critérios – pobreza material e riqueza cultural – demos início à construção da tecnologia social do Artesanato Solidário. A partir da identificação de saber-fazer em uma dada localidade e da realização de um diagnóstico das condições locais, passava-se, com a participação do grupo de artesãos e artesãs preliminarmente mobilizado, à elaboração de um plano de trabalho contendo uma série de ações específicas voltadas para a promoção da autoestima dos envolvidos, para a organização coletiva dos artesãos e artesãs, para o aprimoramento dos produtos de artesanato e para inserção dos mesmos no mercado consumidor.

A tecnologia social do Artesanato Solidário, desde o início do programa, jamais deixou de ser aperfeiçoada ou considerada acabada. Essa postura exigiu da equipe gestora uma atenção redobrada em relação aos diferentes instrumentos de acompanhamento e de avaliação dos projetos em campo.³ Por sua vez, a manutenção dos projetos e a própria sustentabilidade do Artesanato Solidário dependia da captação de recursos públicos e privados. Nesse sentido, o aprimoramento constante dos instrumentos de mensuração de custos e de avaliação de resultado dos projetos de campo impunha-se como condição necessária também para a continuidade do Programa e para a ampliação do número de seus projetos em diferentes localidades. A OSCIP Artesanato Solidário chegou a contar com uma ampla e diversificada rede de financiadores e apoiadores, públicos e privados, com os quais estabeleceu diferentes tipos de parceria – financeira, técnica, de divulgação etc. Graças a essa rede de parceiros e ao apoio recebido, o ArteSol realizou muitas exposições e seminários, editou livros e catálogos, produziu vídeos etc., disseminando a sua tecnologia social e divulgando os resultados obtidos em campo. Em São Paulo, na sede do ArteSol, funcionava também uma central de negócios de produtos de artesanato produzidos nas associações e cooperativas de artesãos/artesãs formadas a partir dos projetos desenvolvidos. Os objetivos dessa central – conhecida como Central ArteSol – eram ampliar os canais de venda dos grupos de artesãos por meio da inserção de seus produtos em diferentes nichos do mercado.⁴

3 As atividades relativas à gestão dos projetos eram realizadas na sede do Artesanato Solidário em São Paulo por uma equipe de jovens *trainees* (em geral, eram recém-egressos de cursos de graduação de Economia ou de Administração Pública) sob a orientação de gestores mais experientes.

4 A Central ArteSol foi a primeira organização de artesanato no Brasil a receber o selo e a certificação internacional do Comércio Justo.

Para ilustrar o modo de atuação do Artesanato Solidário em campo, vou relatar as fases de um projeto do Artesanato Solidário intitulado “Projeto Veredas”, que abrangeu cinco municípios ao norte do Estado de Minas Gerais: Uruana de Minas, Sagarana, Riachinho, Bonfinópolis de Minas e Natalândia.

Um diagnóstico preliminar na região de Veredas, realizado pela consultora Luciana Vale, que atuava na região, revelou que a fiação e a tecelagem tinham sido, no passado, muito importantes na vida de seus moradores. Era tarefa das mulheres, fiadoras e tecelãs, produzir as roupas de toda a família e o enxoval da casa. Mas os tempos eram outros e as roupas das pessoas e as da casa passaram a ser compradas prontas na cidade. Com a mudança dos costumes provocada pelo avanço dos processos de urbanização e industrialização, as atividades de fiar e tecer na região de Veredas caíram em desuso e perderam o valor que tinham no passado. As mulheres das gerações mais velhas deixaram de ensinar as mais jovens, que também não mais queriam aprender porque não viam mais utilidade nesse conhecimento. Mas a região de Veredas estava empobrecida, sem oportunidades de trabalho para os seus moradores. O cultivo do algodão nas grandes propriedades rurais era a única atividade econômica na região na época da implementação do projeto do Artesanato Solidário.

Estava claro para a equipe do Artesanato Solidário que era preciso promover a valorização da fiação e da tecelagem manual para torná-las uma alternativa de trabalho e de renda para as mulheres da região. Mas antes de implementar o projeto, era preciso conhecer melhor as mulheres artesãs da região e consultá-las acerca do interesse em participar dele. Também era fundamental reunir mais conhecimentos sobre as técnicas da fiação e da tecelagem na região. Realizamos para isso uma pesquisa com cerca de 150 mulheres artesãs moradoras dos cinco municípios da região onde havia essa tipologia de artesanato. Com os dados da pesquisa, pudemos traçar o perfil dessas mulheres artesãs e saber de suas expectativas em relação à atividade.

Das 150 mulheres que responderam ao questionário e estavam interessadas em participar do projeto, cerca de um terço era chefe de família, quase 20% não sabia ler e boa parte, embora tivesse declarado saber ler e escrever, não havia concluído o primeiro ciclo do ensino fundamental. A grande maioria delas tinha mais de 40 anos, concentrando-se na faixa de idade entre 40 e 50 anos.

Como outros projetos desenvolvidos pelo Artesanato Solidário, o Projeto Veredas realizou diversas oficinas de capacitação – tingimento natural, desenvolvimento de produtos, formação de preços, cooperativismo etc. – e promoveu diversas atividades lúdicas e culturais com os grupos de mulheres. Como o Projeto Veredas envolvia 5 grupos de mulheres, as ações em campo demandaram da equipe do ArteSol um rigoroso plano de trabalho e também sensibilidade e flexi-

bilidade para adequá-lo às necessidades e aos interesses dos diferentes grupos de artesãs e aos recursos disponíveis em cada município.

O Projeto Veredas, devido a sua abrangência, teve uma duração maior, de três anos (2003-2006), que a dos demais projetos do Artesanato Solidário. O projeto também contou com vários parceiros: Ministério da Integração Nacional, Sebrae Minas Gerais e, na fase final, Ministério da Cultura para a constituição de Pontos de Cultura nas sedes das associações. Os principais objetivos do Projeto Veredas eram aumentar a autoestima das artesãs, incentivá-las a se organizarem coletivamente e revitalizar a fiação e a tecelagem de forma a torná-las uma atividade geradora de renda na região. Assim, as ações em campo procuravam dar conta de duas dimensões: a realização pessoal das mulheres participantes do projeto e a formação de uma cadeia produtiva envolvendo as técnicas de fiação, tingimento natural e tecelagem.

A realização de uma série de atividades aparentemente simples, mas antes inimagináveis para essas mulheres, como sair sozinha de casa para encontrar outras mulheres, conciliar as tarefas da casa e as atividades do projeto, deflagrou nas artesãs comportamentos que expressavam o aumento da autoestima: tornavam-se, com o tempo, mais vaidosas e preocupadas com as suas aparências, mais organizadas e independentes em relação às demandas domésticas e da família.

Nas oficinas de repasse do saber, as mestras fiandeiras e as mestras tecelãs foram escolhidas para atuarem como professoras. A decisão, além de valorizar a forma de transmissão de conhecimentos tradicionais, contribuiu também para reforçar os vínculos entre as diferentes gerações de mulheres na região. Buscou-se ainda desenvolver a autoestima das mulheres por meio da realização de atividades que promoviam situações de encontro entre os grupos de artesãs e a sociedade mais ampla. Dentre essas atividades destacam-se as visitas feitas pelas artesãs aos centros históricos e comerciais da região ou às sedes dos demais grupos da região e a realização de exposições nas sedes do projeto nos cinco municípios. Em todas essas atividades, havia a preocupação, da parte da equipe do Artesanato Solidário, de criar oportunidades para as artesãs de Veredas desenvolverem o sentimento de pertença em relação a seus grupos e para se tornarem respeitadas e reconhecidas por seus conhecimentos pela sociedade mais ampla.

O impacto do Projeto Veredas na região foi de diferentes naturezas. Além de gerar trabalho e renda para 150 mulheres (beneficiando indiretamente cerca de 750 pessoas), provocou mudanças profundas na vida de cada uma delas. Ressalto a desenvoltura hoje dessas mulheres diante de atividades que antes de participarem do projeto nem sequer ousavam tentar por considerá-las difíceis demais. O que antes consideravam difícil, hoje acham fácil. Mais do que isso: novas atividades e responsabilidades foram incorporadas no dia a dia dessas mulheres que hoje

têm uma renda própria, determinação para seguir em frente e orgulho de seus ofícios, que exercem com muita criatividade.

O Projeto Veredas traduz ainda outra sorte de preocupação dos programas concebidos no âmbito do Conselho da Comunidade Solidária: pequenas organizações (associações, cooperativas etc.) são instrumentos importantes de fortalecimento da sociedade civil. São hoje cinco grupos de produção de artesanato, um em cada município. Cada grupo especializou-se em uma atividade artesanal – fiação, tingimento com corantes naturais e tecelagem. E juntos formam uma cadeia produtiva. Produzem xales, mantas, jogos americanos almofadas etc. Tanto para a concepção e instalação da cadeia produtiva envolvendo os cinco grupos de produção como para o desenvolvimento dos produtos, as artesãs de Veredas contaram, por meio do Programa Artesanato Solidário, com a presença de vários profissionais da área de design.

Depois que os grupos estavam formados e trabalhando de forma cooperada, o projeto estimulou, por meio de uma série de oficinas nas áreas de gestão do trabalho coletivo, relações interpessoais, associativismo, entre outras, a formalização desses grupos em associações ou cooperativas de artesãos.

Para finalizar, uma última nota. Na tecnologia social do Artesanato Solidário, uma ideia sempre foi muito especial – a ideia de troca. Estava presente em todas as etapas dos projetos de campo e neles ocorria em pelo menos três dimensões: i) entre os próprios artesãos e artesãs, por meio da transmissão de seus saberes e fazeres e na organização dos grupos de trabalho; ii) entre os artesãos e os seus produtos de artesanato, mediante o aperfeiçoamento da técnica e da expressão criativa nos produtos que desenvolvem; iii) entre os grupos de artesãos e artesãs e o mercado consumidor. Na próxima seção conto algumas histórias sobre essa ideia de trocas e os desafios que elas representam.

A gambá e o mercado – reflexões sobre artesanato e tradição

É próprio das sociedades contemporâneas e globalizadas a valorização do singular, autoral, diferente. Nesse cenário, é de certa forma previsível que o artesanato, em razão de suas características inerentes, seja reverenciado como uma atividade econômica para a geração de renda e de reconhecimento da diversidade cultural dos povos.

Tornam-se cada vez mais frequentes os eventos, seminários, simpósios, encontros, cursos etc. dedicados a debater o futuro do artesanato como alternativa de geração de renda e de desenvolvimento local. Por toda parte em que ocorrem – no Brasil, nos países vizinhos da América Latina ou mesmo em países europeus –,

ouvimos duas máximas: “o produto de artesanato precisa se adequar ao mercado” e “o produto de artesanato deve ter valor agregado”.

Contarei duas histórias que podem ajudar a pensar sobre a relação entre artesanato de tradição e mercado consumidor e sobre os riscos que as duas máximas citadas acima podem representar quando aplicadas sem muita cerimônia para o universo dos conhecimentos tradicionais.

A primeira, que dá o título desta seção, é quase uma metáfora da complexa relação que existe entre o artesanato de tradição e o mercado consumidor. Ela se passou em Taubaté, município paulista localizado no Vale do Paraíba e bastante conhecido por seu tradicional artesanato de cerâmica.⁵

Conhecidos como “figureiros” e “figureiras” de Taubaté, suas peças têm um colorido forte, muito particular e, em geral, retratam cenas do cotidiano, histórias do folclore brasileiro, mas especialmente figuras religiosas e aves, destacando-se o presépio e o pavão.

De tempos em tempos, alguma entidade de apoio ao artesanato brasileiro, governamental ou de particulares, resolve realizar uma intervenção nas peças desses artesãos e artesãs. O objetivo das intervenções, que somam muitas, é invariavelmente o mesmo: “adequar as peças de cerâmica ao mercado consumidor” para aumentar as vendas e incrementar os ganhos de seus produtores. Em uma dessas ocasiões, o alvo da intervenção dos supostos “especialistas” do mercado consumidor foi o presépio, uma tradicional peça do artesanato de Taubaté.

A intervenção no presépio tinha por finalidade diminuir o custo da produção da composição religiosa e, em decorrência, reduzir o seu preço final no mercado consumidor. Os “especialistas” acreditavam que o aumento da venda dos presépios decorreria do menor preço deles para o consumidor final. De acordo com essa lógica, era preciso, portanto, diminuir o tempo de produção da peça, o que foi feito mediante a supressão de alguns de seus personagens.

No presépio de Taubaté, ao lado dos personagens tradicionais – a Sagrada Família, pastores e os animais usuais (carneiros, bovinos, jumento, galinhas etc.) –, existe um gambá. A composição da peça religiosa se inspira em uma lenda que diz que Maria, ao dar à luz o menino Jesus, não teve leite para amamentá-lo. Um gambá, que passava por ali, ao ver o sofrimento da mãe, ofereceu-se para amamentar o recém-nascido. De pronto, Maria refugou a generosa oferta, mas depois, superando o nojo pelo animalzinho, aceitou-a agradecida. Para recompensar a gambá pelo seu gesto, Maria concedeu-lhe uma graça: a partir daquele dia nenhuma fêmea de sua espécie sofreria a dor do parto. Explica-se, assim, a presença do

5 Agradeço ao professor Ricardo Lima por compartilhar essa história que aqui tentarei reproduzir.

gambá, ama-de-leite do menino Jesus, no presépio dos figureiros e das figureiras de Taubaté.

Os “especialistas” que realizaram a intervenção na peça, infelizmente, não conheciam a lenda que a inspirava e eliminaram a gambazinha. Ao eliminá-la da composição, romperam-se os fios da cultura que ligam lendas, costumes, crenças e usos ao artesanato de tradição. Sem a gambá, o presépio de Taubaté perdeu justamente o que o distinguia de todos os outros presépios feitos por tantos outros artesãos e artesãs mundo afora. Sem a gambazinha, o presépio de Taubaté perdeu a sua singularidade.

A outra história que vou contar refere-se à segunda máxima mencionada no início desta seção: o produto de artesanato tem que ter “valor agregado”.

A expressão tornou-se moeda corrente nos programas governamentais e nos projetos desenvolvidos por diversas organizações da sociedade civil. Nem mesmo os cursos e profissionais de design estão conseguindo escapar do modismo que já dura bastante. A bem verdade, o entendimento da ideia de “valor agregado” no produto de artesanato é tão variado quanto a aplicação que se faz dela. Vou compartilhar uma experiência.

Em visita a uma organização de promoção do artesanato no estado do Mato Grosso, fiquei bastante preocupada quando me contaram como estavam “agregando valor cultural” à cerâmica utilitária de uma comunidade quilombola. Na localidade em questão, os artesãos produzem há muitas gerações panelas e vasilhas que usam tanto para o preparo dos alimentos como para os serviços rituais de oferendas aos orixás. Desconhecendo qualquer manual de antropologia, os técnicos dessa organização não se deram conta que modos de preparar e de servir os alimentos e rituais religiosos são dimensões fundamentais da cultura. Ignoraram também que o saber-fazer as panelas e as vasilhas é o patrimônio imaterial do grupo. A organização fez pouco disso tudo, pois no seu entendimento os objetos de cerâmica produzidos deveriam expressar de forma literal e plasticamente o passado dos quilombolas e suas histórias de sofrimento e resistência.

A organização de apoio ao artesanato, em um infeliz *insight* que supôs ser política e culturalmente correto, orientou os artesãos e artesãs a deixarem de produzir peças de cerâmica utilitária que, no entender dos executores do projeto, era destituída de “valor cultural”. Os especialistas em agregar valor passaram então a realizar oficinas de argila com os moradores do quilombo, nas quais, munidos de ilustrações de livros de história do Brasil, orientavam os quilombolas a produzirem peças figurativas que retratassem a sua condição de descendentes de escravos. A intervenção dessa organização social no quilombo pôs fim à produção das tradicionais panelas e vasilhas; no lugar delas, surgiram peças tridimensionais representando cenas de danças no terreiro, de negros sofrendo castigos corporais, de trabalho na lavoura dentre outras.

O resultado da intervenção foi lamentável. Os artesãos foram desrespeitados em seus saberes fazeres tradicionais; ao serem convencidos a abandonar a produção de peças utilitárias, os quilombolas tiveram que enfrentar um desafio que os infantilizava. Diferentemente dos artesãos do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais, ou do Vale do Ribeira, em São Paulo, não fazia parte do saber-fazer dos quilombolas de Mato Grosso a produção de peças figurativas. As peças com o tal “valor cultural agregado”, desenvolvidas após a intervenção dos “especialistas”, eram toscas, mal-acabadas, caricaturas de um equívoco. De exímios produtores de cerâmica utilitária, os moradores do quilombo se viram transformados em aprendizes de um saber-fazer para eles desconhecido. Essa história nos ajuda a acender o sinal amarelo quando ouvimos a torto e a direito qualquer menção ao “valor cultural agregado”.

No artesanato de tradição, que se transmite com criatividade e sempre com muita inovação de geração para geração, que faz parte dos modos de vida, das festas, dos ritos, do cotidiano também em constante transformação, o valor cultural não se agrega, porque não é algo externo ao objeto de artesanato; ao contrário, é parte de sua produção e existência.

Diálogos singelos

No Artesanato Solidário, costumávamos nomear o conteúdo das oficinas de produtos de artesanato como “diálogos singelos”. A noção de diálogo supõe antes de tudo respeito ao produto e o reconhecimento de que os artesãos e as artesãs são os detentores do conhecimento quando se trata de artesanato. Assim, toda intervenção em um saber-fazer tradicional deve se orientar por uma única palavra: respeito. Respeito ao artesão e à sua técnica ao seu processo de trabalho, aos modos de transmissão do conhecimento que variam em cada tipologia de artesanato (relações de gênero, vínculos pessoais e familiares etc.) e ao meio ambiente, especialmente nos casos em que a matéria-prima é obtida por meio de extrativismo.

O respeito supõe aprendizado das organizações, programas etc. com os artesãos: o que fazem, como fazem, o que querem. Somente depois podemos buscar estabelecer com os diversos modos de fazer, em suas diferentes tipologias (dimensão técnica) e com os artesãos e artesãs (dimensão política) um diálogo delicado.

Para ilustrar o que entendo por “diálogos singelos”, vou relatar algumas ações em campo do Artesanato Solidário que envolvem intervenção em produtos.

Vou começar pelo projeto desenvolvido pelo Artesanato Solidário em Buriti dos Lopes, no Piauí. Nesse município as mulheres são exímias bordadeiras do ponto-de-cruz e se orgulhavam do avesso perfeito do bordado das peças que faziam, cujos desenhos costumavam copiar de revistas como *Faça Fácil*, *Ponto de Cruz*, dentre outras do mesmo segmento. Feito esse diagnóstico e depois de

ouvir das bordadeiras que elas desejavam criar peças diferenciadas para o mercado, o Artesanato Solidário propôs ao grupo uma série de oficinas de produto. O objetivo das oficinas era ampliar o repertório das artesãs para que pudessem desenvolver seus próprios desenhos. Realizadas por uma arte-educadora e por uma designer de produto, as oficinas com as bordadeiras deram origem a uma sofisticada e ao mesmo tempo singela coleção: toalhas de mesa, jogos americanos e guardanapos feitos em tecidos de algodão e de linho na cor cru com bordados em ponto-de-cruz representando aves desenhadas pelas próprias artesãs. Liberadas dos riscos com desenhos de Papai Noel em trenó, framboesas, meninas em trajes holandeses etc., as artesãs de Buriti dos Lopes são agora também autoras dos riscos que bordam.



Figura 1 Guardanapos em linho com desenhos de aves. Buriti dos Lopes/PI.

Fonte: acervo Artesanato Solidário.

Outra história que ilustra a ideia de “diálogo singelo” que orientou as ações de intervenção do Artesanato Solidário no artesanato aconteceu em Divina Pastora, Sergipe, onde se encontra a renda irlandesa.

Quando o Artesanato Solidário iniciou o projeto em Divina Pastora, sabemos que as rendeiras haviam aprendido esse saber-fazer com suas mães, que, por sua vez, tinham aprendido com suas avós e estas com suas bisavós e tetravós. Com um pouco mais de pesquisa,⁶ descobrimos que, apesar do nome, essa tradi-

6 Pesquisa realizada pelos antropólogos Antonio Augusto Arantes e Rogério Proença, então consultores do Programa Artesanato Solidário.

cional renda se originou no norte da Itália por volta dos séculos XVI/XVII e se manteve preservada nos conventos da Irlanda – daí o nome pelo qual passou a ser conhecida – de onde se disseminou para diversas partes do mundo, para Sergipe, no Brasil, inclusive, por meio da atuação de religiosas irlandesas na região.

O diagnóstico realizado pelo Artesanato Solidário em Divina Pastora revelou que as rendeiras ainda estavam presas à tradição de fazer peças de grandes dimensões, plenamente preenchidas com todos os pontos que conheciam, respeitando a tradição da época em que as peças de renda irlandesa vestiam as mesas de banquete das casas grandes, os altares das igrejas e os seus clérigos. As artesãs ainda sonhavam em receber um dia encomendas de enxovais da parte das moças ricas da região, como era costume na época de suas avós. O problema é que essas encomendas tinham se tornado raras, deixando as rendeiras desanimadas com o ofício e sem renda. Muitas estavam quase desistindo de rendar e já não mais transmitiam para as novas gerações esse saber-fazer. Era preciso, portanto, desenvolver novos produtos para novos usos e costumes da vida contemporânea. A continuidade da tradição local exigia mudanças e inovação nos produtos de renda irlandesa.

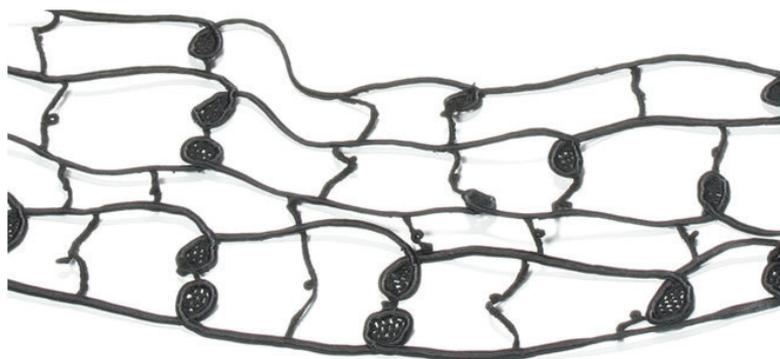


Figura 2 Echarpe desenvolvida pelas artesãs a partir de oficinas de produtos. Divina Pastora, Sergipe.

Fonte: acervo Artesanato Solidário.

A ação do Artesanato Solidário no grupo de rendeiras de Divina Pastora buscou, assim, dar novos usos à renda, mas sem perder nenhum ponto da técnica tradicional. Primeiro, foi realizado com as artesãs um inventário de todos os pontos que conheciam da renda irlandesa e os seus respectivos e peculiares nomes locais (pipoca, chiclete, aranha tecida, cocada, vassourinha etc.). O passo seguinte foi desenvolver novos produtos.

Atualmente são raros os clientes interessados em comprar toalhas de mesa de cinco, seis metros de comprimento, toalhas de altar e vestes para clérigos. As

mesas acompanham o tamanho das casas, cada vez menores; a Igreja Católica e seus representantes parecem também se interessar menos por aparatos pomposos. Para as oficinas de produto, o Artesanato Solidário contratou vários designers para desenvolverem com a sofisticada técnica da renda irlandesa novas peças mais adequadas aos usos das casas contemporâneas: toalhas de lavabo, toalhas de bandejas, jogos americanos, guardanapos. No lugar de peças para a liturgia católica, o designer Renato Imbroisi desenvolveu colares que batizou de “fita divina”, echarpes e outros adereços.

Outra história de “diálogo singelo” promovido pelo Artesanato Solidário com o artesanato ocorreu em Pitimbu, no litoral da Paraíba. O projeto nessa localidade começou com uma conversa com dona Zefinha, mestra em trançado e cestaria com fibra de coco, e com a mobilização de moradores interessados em aprender essa tipologia de artesanato. A peça principal feita por Dona Zefinha era uma cestinha em forma de galinha: a parte inferior tem um rabo de galinha e a superior, que funciona como tampa, uma cabeça da ave. A peça, com uns 40 centímetros, serve para guardar coisas miúdas.

Trançado e cestaria é uma tipologia de artesanato que envolve muitos saberes e técnicas que dona Zefinha, na condição de mestra, transmitiu generosamente aos moradores de Pitimbu que queriam aprender o ofício e que se reuniam ao seu redor. Até chegar à etapa em que se aprende a fazer os pontos do trançado e a erguer um objeto tridimensional, os artesãos devem saber identificar um coqueiro que produz boa fibra, cuidar para que a folha colhida seja do alto do coqueiro, saber transformar folhas em fibra, saber construir o instrumento para desfiar e desfibrar o vegetal, calcular a quantidade necessária de fibra para a produção de uma peça dentre outros conhecimentos.

Após alguns meses da realização das oficinas de transmissão do saber com a mestra, os artesãos, embora dominassem a técnica no trançado, só conseguiam produzir uma única peça: a cesta com rabo e cabeça de galinha inventada por Dona Zefinha e agora copiada por todos do grupo. Quando estimulados a produzir outros objetos, respondiam que faziam o que viam: galinhas.

O consultor do projeto do Artesanato Solidário em Pitimbu era, naquela ocasião, Fernando Augusto, um artista mamulengueiro e grande conhecedor da cultura popular. Foi ele quem teve a ideia de promover um encontro entre os artesãos e artesãs de Pitimbu e as pinturas do Eckhout, pintor holandês que retratou índios e mamelucos, flores e frutas tropicais e estivera, há três séculos, em terras pernambucanas a convite de Maurício de Nassau. Estava acontecendo naquele momento em Recife uma grande exposição das obras de Eckhout e o Artesanato Solidário considerou que a visita do grupo de artesãos de Pitimbu, liderado pela mestra Zefinha e na companhia do consultor Fernando Augusto, à exposição poderia ser incluída nas ações do projeto em campo.



Figura 3 Frutas de fibra de coco criadas pelos artesãos e artesãs de Pitimbu, Paraíba, após visita à exposição das obras de Eckout, em Recife.

Fonte: acervo Artesanato Solidário.

O encontro inusitado entre pessoas que faziam peças de artesanato de fibra de coco e um pintor europeu erudito do século XVII teve resultados fecundos, confirmando a aposta feita pelo Artesanato Solidário. Os artesãos e artesãs ficaram encantados com o que viram e, inspirados nas pinturas de frutas e flores tropicais feitas há três séculos por um holandês de passagem pelo Brasil, começaram a produzir exuberantes frutas e flores tropicais com o trançado de fibra de coco.

Outra história dobre “diálogos singelos” se passou em São Vicente de Paula, no Piauí, onde é tradicional o trançado com fibra de carnaúba. Foi em uma oficina de desenvolvimento de produtos proposta pelo Artesanato Solidário que o grupo de artesãos e artesãs, com a orientação de uma designer de produtos de Teresina, decidiu desenvolver uma linha de produtos baseados apenas em uma figura – um círculo trançado com fibras coloridas. As peças mudam de uso conforme o tamanho de sua circunferência: um porta-copo de dez centímetros de diâmetro se transforma em um porta-panela, que, por sua vez, vira um *sousplat*, que se torna, com 1,5 m de diâmetro, uma mandala decorativa.⁷ A partir desse con-

7 A mandala colorida de carnaúba feita pelos artesãos de São Vicente de Paula (PI) foi transformada pela designer Claudia Moreira Sales em um original tampo de mesa.

ceito, surgiram outros produtos ao emendarem as peças menores com as maiores: painel de parede, caminho de mesa etc. Em São Vicente de Paula, as oficinas de desenvolvimento de produtos promovidas pelo Artesanato Solidário priorizaram as técnicas de tingimento da matéria prima – fibra de carnaúba – e a padronização do tamanho dos diâmetros das diferentes peças.



Figura 4 Sousplats de carnaúba em preto e branco. São Vicente de Paula, Piauí.

A melhor intervenção que se pode fazer no artesanato de tradição é a que consegue ficar mais perto da invisibilidade – intervir sem ferir. Em outras palavras, as ações dos “especialistas” nos produtos de artesanato devem ser de tal forma delicadas que os próprios artesãos e artesãs, após algum tempo, exibam-nos como autorais, resultantes de suas invenções. Há muita razão nisso. A cultura é dinâmica, assimila, adapta, seleciona e se transforma. A mera presença dos “especialistas” nessas localidades já significa que onde estivemos será desde então diferente.

Enfim, ao compartilhar essas experiências, meu objetivo é contribuir para a reflexão sobre algumas questões que surgem com certa frequência quando falamos de artesanato de tradição, design e sustentabilidade.

Para pensar sobre a relação entre esses termos, gosto de citar uma frase da antropóloga Maria Laura Viveiros de Castro para quem “o melhor uso da expressão cultura popular corresponde ao desejo de ultrapassar fronteiras, estabelecer comunicações” (Viveiros de Castro, 1992). E por falar em fronteiras a serem transpostas, uma definição de economia criativa pode ser útil. Economia criativa seria a tradução do valor imaterial em formas e soluções que conferem valor econômico ao produto; deve, portanto, traduzir saberes e singularidades. Nessa definição, a principal ideia é que os saberes, as ideias, os valores intangíveis são

recursos que não acabam, mas, ao contrário, se renovam e se transformam. Essa foi a aposta que orientou os projetos desenvolvidos pelo Artesanato Solidário em mais de 100 localidades de 20 estados do Brasil.

Em relação à ideia de sustentabilidade no mundo do artesanato e do design, a visão de futuro de Mau (2004) nos oferece uma boa dica. Ao defender a transição do conceito de consumo para o de sustentabilidade, o autor explora a potencialidade e o poder do design para a melhoria do bem-estar da humanidade. Eis aí o desafio que devemos ter sempre em mente.

Referências

- ARTESANATO SOLIDÁRIO. **Artesanato, intervenção e mercado: caminhos possíveis**. São Paulo: Artesanato Solidário, 2006.
- CASTRO, M. L. V. Os estudos de folclore no Brasil. **Seminário Folclore e Cultura Popular** (Série Encontros e Estudos, Vol. 1). Rio de Janeiro: Instituto Nacional do Folclore, 1992.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Totemismo Hoje**. Petrópolis: Editora Vozes, 1975.
- MAU, B. **Massive Change**. London: Phaidon Press, 2004.
- SAMPAIO, H. Caminhos para a sustentabilidade da produção cultural. In GÓES, F. (Org.). **Cultura, arte e tradições fluminenses** (Vol. 1). Rio de Janeiro: Aeroplano, 2004. p.76-83.
- _____. A experiência do Artesanato Solidário. In WERTHEIM, J. (Org.). **Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura** (Vol. 1). Brasília: Unesco, 2003. p. 43-50.
- _____. Ruth Cardoso and the Comunidade Solidária: Coherence and Innovation. Apresentado na conferência **Ruth Cardoso: a Tribute**, Columbia University, 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10022/AC:P:8325>>. Acesso em: 8 jun. 2017.

O *designer orgânico*: reflexões sobre a produção do conhecimento entre designers e louceiras em Itamatatua – MA

Raquel Noronha

Uma reflexão sobre a produção do conhecimento e as negociações entre os detentores de saberes acadêmicos e os detentores de saberes tradicionais: esta é a discussão proposta neste capítulo que analisa o contato entre artesãos, designers e turistas, nas disputas discursivas pelo denominado artesanato do quilombo, sua construção material e simbólica, e investiga como cada ator social envolvido impõe a sua forma de falar sobre artefatos e sobre identidade cultural.

O lugar do qual falo é o de pesquisadora – antropóloga e designer – que teve a oportunidade de realizar uma etnografia na comunidade remanescente de quilombo de Itamatatua, localizada no município de Alcântara, no Maranhão, entre 2010 e 2014. O contexto encontrado no povoado, que há mais de trezentos anos produz louça, especialmente as utilitárias, como travessas, potes e alguidares, é o da *chegada do turismo*¹ que, nas últimas três décadas, vem modificando as feições dos artefatos por lá produzidos e comercializados.

Dos quintais às prateleiras (NORONHA, 2015a) narra o fluxo dos artefatos como consequência de processos socioculturais que pude identificar em campo. A conversão de produtos utilitários em *souvenirs* para que os turistas “levem o quilombo para casa”, como costumam dizer as *mulheres que trabalham com o*

1 O encontro entre nativos e turistas é objeto de análise de diversos autores do campo da Antropologia do Turismo (MACCANNELL, 1989; COHEN, 1998; VAN DEN BERG, 1994). Neste artigo, trago a categoria *chegada do turismo* com um fenômeno em andamento, que ainda precisa ser problematizado. Mais informações sobre esta questão ver Noronha (2015b).

barro,² vem provocando diversos fenômenos que podem ser analisados à luz do design e dos estudos sobre a sustentabilidade, especialmente em seus aspectos culturais, em se tratando de um saber-fazer tradicional e, portanto, patrimônio imaterial de nossa cultura.

A redução do tamanho das peças para facilitar a compra pelos os turistas inviabiliza o contato corporal que secularmente molda o barro. As posições de trabalho deixam de enfatizar a escala corporal, nas quais as mulheres abraçavam, se envolviam corporalmente com seus artefatos, e passam a ser manuais, utilizando-se as bancadas do Centro de Produção Cerâmica, para onde se deslocaram, deixando para trás a produção nos antigos quintais.

Se o contato corporal entre as louceiras e os artefatos vem diminuindo, assim também acontece com a transmissão do saber para as jovens da comunidade. De uma produção de quase duzentos potes por mês, o que garantia o sustento de toda a família, hoje a renda mensal advinda da produção cerâmica raramente ultrapassa R\$ 250,00 por artesã, levando as mais jovens à busca pelo emprego assalariado nas cidades.

Itamatatiua já recebeu diversas consultorias de “qualificação artesanal” promovidas pelo Sebrae; é lugar privilegiado para os estudos antropológicos das categorias *terras de preto e terras de santo* (ALMEIDA, 2002; 2006; PAULA ANDRADE, 2003; PRADO, 2007; SÁ, 2007; PAULA ANDRADE; SOUZA FILHO, 2006), pelas peculiaridades de sua formação territorial. Acostumadas a receberem pesquisadores e turistas, as artesãs são orgulhosas de suas tradições, como a feitura da louça e os festejos para a dona das terras, Santa Tereza D’Ávilla.

É neste cenário, em que diversos atores sociais corroboram a constituição da identidade local, que os convido a analisar o processo de construção do conhecimento sobre a cerâmica que lá se produz. Como inquietações que me encaminharam para essa reflexão, parto da premissa de que os processos de construção dos saberes locais perpassam a questão do *fazer projetual*, atividade que é a pedra de toque do trabalho do designer, para analisar as relações que se estabelecem entre designers e artesãos.

Imaginando (e projetando para) o outro

Em inúmeras comunidades produtoras de artesanato no Brasil, é possível observar os processos colaborativos entre designers e artesãos (BORGES, 2011; NORONHA, 2012b; KRUCKEN; DE MORAES, 2009). Os matizes dessa relação são inúmeros e podem variar de uma ação bilateral em que os conhecimentos são

2 Em Itamatatiua raramente as louceiras se intitulam artesãs. Acionam tal categoria identitária apenas em contextos de disputas ou de demarcação de suas fronteiras políticas e simbólicas.

compartilhados até uma relação unívoca na qual o artesão é um mero replicador dos modelos projetados pelos designers. Muitos são os relatos e denúncias deste tipo de relação assimétrica, na qual uma visão de mundo se impõe a um sistema de conhecimento menos articulados com a economia de mercado.

Durante a pesquisa de campo em Itamatatiua, tive a oportunidade ouvir uma artesã que me relatou os impasses trazidos à comunidade por uma encomenda realizada por um grupo de designers que tinham a incumbência de produzir pequenos vasos para serem *souvenires* de um renomado banco. A única questão é que as peças tinham que caber em uma embalagem pré-determinada. *A priori*, isso não lhes pareceu um problema, porque era fácil reproduzir cem unidades de tamanhos semelhantes.

Contudo, a redução do tamanho das peças causada naturalmente pelo processo da queima, uma espécie de desidratação do barro, ocasionou uma perda de quase todas as peças, que ficaram pequenas demais para adequarem-se às embalagens. No forno, no qual são queimadas as peças, não há controle de temperatura porque é também um forno artesanal, a lenha, e o resultado final depende do local do forno no qual a peça se encontra, se mais perto ou mais afastado das chamas.

Este episódio ilustra as dificuldades das artesãs em solucionar uma demanda simples de mercado, e o que percebi durante o relato foi uma profunda decepção por parte das artesãs em não conseguirem atender à demanda.

Durante a pesquisa de campo, identifiquei diversos momentos em que as artesãs se deparavam com os impasses de adequar a sua produção ao *outro*; ao gosto do *outro*; ao que o *outro* espera encontrar no quilombo. E afinal, o que desejam os turistas no quilombo?

A “chegada dos turistas”, como é chamado o fenômeno divisor de águas para as mulheres que trabalham com o barro, trouxe em seu bojo mudanças que atingem o povoado e refletem-se em novos posicionamentos por parte das artesãs e a produção cerâmica consolida-se como *enfeite* (CANCLINI, 1983), *lembrança do quilombo*. O resultado do saber-fazer é modificado, qualificado, reinventado para atender a quem vem *de fora*. A forma, o acabamento, o processo criativo, a precificação, a identificação dos produtos, os materiais, a escala da produção, tudo vem se adequando às demandas externas. Os turistas, os consultores, os pesquisadores que chegam a Itamatatiua, participam com as artesãs da construção desses produtos e da ressemantização das identidades locais.

Problematizar a minha própria presença em campo, como antropóloga e designer, conduziu-me à percepção do uso de categorias profissionais como *layout*, *projeto*, *concepção*, *marca*, no diálogo entre as artesãs e os designers cujos trabalhos acompanhei, enquanto pesquisava em Itamatatiua. Foi possível observar situações de troca de saberes de forma assimétrica, em que o saber formal, acadêmico, impunha-se ao saber local, passado oral e corporalmente através de gerações.

O direcionamento da produção para o *outro*, fruto do processo de diminuição do consumo local, pelos próprios produtores da louça, que eram também consumidores, possibilitou o exercício de imaginação sobre o que o *outro* deseja. Os designers têm papel-chave na construção do imaginário local, na medida em que atuam como mediadores entre “os de fora” e os moradores do povoado.

Entre as idas e vindas – minhas, dos designers e dos turistas – as narrativas construíram-se, entrelaçando-se às estratégias locais de construção identitária e produção artesanal.

Tim Ingold afirma que o processo de perceber o mundo é construído por meio da imaginação, que, para ele, não se trata de criar imagens sobre aquilo que não existe. *Imaginar*, diz Ingold (2012b), é criar a partir de dentro, por meio da percepção e da ação, no próprio movimento, no próprio *tornar-se das coisas*. É tecer o mundo à medida que avançamos em sua percepção. É, sobretudo, uma forma criativa de se viver, em um mundo sempre em formação.

No encontro entre o pesquisador e os sujeitos da pesquisa, a imaginação sobre o outro se constrói no contato. Na situação que relato é possível ver como a imaginação sobre o outro provoca a criatividade das artesãs: durante uma tarde de trabalho no galpão, estávamos eu e três artesãs. A atividade era pintar a frio as bonecas já cozidas. Juntei-me a elas para conversar sobre a técnica da pintura e o processo criativo das bonecas.



Figura 1 Ensaio fotográfico As bonecas do quilombo. (continua)



Figura 1 Ensaio fotográfico As bonecas do quilombo. (continuação)

Fonte: elaborada pela autora, 2013.

A Figura 1 mostra o momento relatado e os vários tipos de bonecas produzidos. Durante a conversa, pergunto a Eloísa:

Raquel: Quem são estas bonecas? Elas são mulheres reais?

Eloísa: Ah, são as pessoas da comunidade. A gente vai modelando as artesãs mais velhas, que já morreram... Aí tinha Andreza. Fiz uma boneca de Andreza, há muito tempo atrás, e um homem do Canadá levou ela pra lá... Andreza foi viajar pro Canadá... (risos). Tem também Raimunda Preta, tem Chica Pimenta que a gente chamava Neusa. A gente fica pensando né, pra fazer os outros mais antigos.³

Feitas à imagem das antigas artesãs, as bonecas representam as que já morreram. Materializam pessoas do passado, que detinham o saber-fazer da cerâmica, ou outro saber específico. A “viagem de Andreza” revela o quão importante é a materialidade das bonecas que representam mulheres. O artesanato comprado

3 Entrevista concedida por Eloísa de Jesus à autora, em 9 de agosto de 2013.

por um estrangeiro, em seu trânsito intercultural (CANCLINI, 1983), leva a própria mulher representada, para conhecer outro país.

A ligação entre o material e as mulheres é aludida pelas artesãs por meio da materialidade do artesanato. Naquele momento de trabalho, pedi a Eloísa que descrevesse as peças que estavam sendo pintadas, por ela, por Rita, por Duca e por mim. O resultado é um passeio pelo cotidiano do lugar, com suas atividades, e pelas situações mais comuns na vida das mulheres do povoado:

Eloísa: Sempre eu gosto de fazer, eu faço algumas bonequinhas porque fico lembrando do passado, das mulheres daqui, até hoje também a gente gosta de fazer elas com pote na cabeça, de fazer feixe de lenha, porque eu lembro muito que tinha a Neuza né, que eu gosto também de fazer, que é aquela ali, porque ela só fazia louça assim com o bebê mamando e nua da cintura pra cima, aí ela faz assim, ainda tem a Maria Fonseca, que ela gostava de fazer [louça] de “coca”, as tiras todas pros pote, ela gostava de fazer de “coca” [de cócoras], e também a Raimundinha ali, que ela teve quase uns dez filhos, aí eu lembro que ela era, ia pra roça assim bem buchuda, ou pro barreiro, aí com o bebê assim na cintura, buchudona aí com o cofo na cabeça ou a lenha. Aí isso, por isso que a gente gosta de fazer elas. Tinha também o trabalho das parteiras... Tia Leoná, tia Tereza, até pouco tempo ainda arrumavam a barriga de todinha as crianças daqui...

O trabalho, a convivência nos afazeres domésticos, o cuidado com os filhos, o parto, as atividades extrativistas, a busca da água no poço, todas as atividades do cotidiano relacionadas ao universo feminino do povoado são representadas pelas bonecas do quilombo.

Perguntei se elas modelavam a si próprias ou a outras do grupo atual, e elas dizem que não, que faziam mais gente do passado. Na opinião de Duca é isso que os turistas buscam:

Duca: São só as antigas, as que são de antigamente. A gente não tem graça fazer, a gente já se conhece, né? Eu faço um monte só que eu escuto falar, Eloísa, Neide, Pirrixi contando... aí eu imagino e faço no barro. Os turistas querem o que é da tradição.

Raquel: E o que é tradição pra você, Duca?

Duca: É os antepassados, os antigos.⁴

4 Entrevista concedida por Eduarda Moraes à autora, em 10 de agosto de 2013.

A imaginação das artesãs sobre o passado, sobre as antigas artesãs, inspira as formas, as posições, as atividades a serem representadas pela boneca do quilombo. A *tradição*, trazida por Duca como elemento motivador para a compra das bonecas, é materializada com a modelagem das antigas louceiras.

Nos encontros provocados pelo turismo e por todas as mudanças que decorrem deste fenômeno, surgem as diferentes percepções dos diversos atores sobre a produção da cerâmica em Itamatatiua, principalmente quando o artefato é alçado a signo diacrítico da identidade étnica. O *souvenir*, que será colocado na estante, como prova da visita ao quilombo, tem uma história a contar.

Sobre a produção das bonecas é importante mencionar que não é um produto tradicional, mas que fora “trazido” por uma consultoria do Sebrae em meados dos anos 1990. De lá para cá, tornou-se uma das peças mais vendidas, e é também a mais cara da loja. Como símbolo do quilombo – aquele do imaginário do turista – a boneca encontrou seu lugar privilegiado nas prateleiras da loja e, supostamente, nas estantes das casas dos turistas. Ressalto, portanto, a identificação de um processo de acionamento de traços diacríticos do quilombo, por meio de um desenvolvimento de produto por um designer. As narrativas criadas e a forma como as artesãs se apropriaram da “nova tradição” mostram a sua capacidade imaginativa sobre o outro e a sua negociação pela própria forma de contar a história do quilombo. Ao turista é oferecido o que está no imaginário das artesãs sobre ele.

O campo da Antropologia do Turismo vem dando conta das discussões sobre os processos de *encenação* e *autenticação* das identidades culturais locais por meio do fenômeno turístico. A busca pelo outro, pelo exótico, pelo diverso é tema de discussão entre autores como Dean Mac Cannell (1989), Erik Cohen (1998), Pierre Van den Berg (1994). *Tradição* e *autenticidade* são categorias acionadas para acessar estes outros espaços, desejados pelos turistas.

O quilombo é este lugar em que os resquícios do passado ficaram acumulados e podem ser acionados no presente. Os turistas buscam estes espaços movidos pela curiosidade, por apreender através da presença e da vivência (o que pode parecer um paradoxo, pela extrema efemeridade de suas permanências nos locais), como é uma vida supostamente tradicional, a “verdadeira experiência quilombola”, como foi dito por uma turista.

As imagens construídas nestes encontros povoam o imaginário local, das artesãs, sobre o que buscam os *outros*, os *de fora*. É comum nos relatos que obtive nesta pesquisa a forma como as artesãs aludiam aos turistas ou mesmo aos gestores e aos consultores de projetos e pesquisadores: os *outros*, *eles*, os *de fora*.

O uso de termos que provocam uma indefinição sobre quem são essas pessoas que vêm de fora mostra o distanciamento entre a imagem construída sobre o público de seus produtos – os turistas – e o que estes últimos realmente esperam do quilombo.

Quilombo “para viagem”

Para trazer as imagens dos atores externos, lanço mão de um episódio no qual algumas turistas chegaram repentinamente a Itamatatuiá, no final de janeiro de 2012. Eram três mulheres que viajavam de férias, vindas do Rio de Janeiro: uma era jovem, tinha acabado de passar no ENEM, para medicina. Estava acompanhada pela mãe e pela tia. Tinham vindo conhecer São Luís e resolveram passar aquele dia em Alcântara. De lá, informaram-se da existência de um quilombo e disseram-se interessadas em conhecer o artesanato.

Foram acompanhadas até o povoado por um guia local. Chegaram em carro particular, já por volta das 15h. Ficaram cerca de meia hora no lugar. Entraram na loja e o guia adiantou-se em pedir a Eloísa para abrir o galpão, para que as visitantes pudessem conhecer o lugar de trabalho e verem as peças sendo preparadas.

No diálogo entre elas e Ângela, que estava na loja, as perguntas sempre incluíam a categoria *quilombo*. Essa fora a primeira vez em Itamatatuiá que ouvi as artesãs afirmarem que eram quilombolas. Nas conversas até então – era janeiro de 2012 –, ainda não tinham assumido este papel explicitamente para mim. Durante os meses em que estive em Alcântara, foi raro ouvir alguém de lá se autodenominar *quilombola* ou referirem-se ao lugar como *quilombo*. Além dessa situação, a outra vez que presenciei o acionamento da categoria pelas mulheres de Itamatatuiá foi na ocasião (dezembro de 2010) em que promovi um seminário entre as artesãs de Itamatatuiá, Brito e Santa Maria, quando realizava o mapeamento das cadeias produtivas dos artesanatos que produzem (NORONHA, 2011).

Ao descreverem e valorizarem os seus produtos, em uma atividade coletiva que denominei “vender o produto”, propus que ressaltassem as qualidades do seu artesanato para os outros dois grupos presentes. Neste momento, todos os grupos mencionaram que era “artesanato do quilombo”. Quando perguntei se eram quilombolas, afirmaram: “Sim, a gente se inscreveu para ser quilombola no seminário do Aconerug”, disse uma artesã de Santa Maria. Pirixi, que estava presente na atividade falou: “Sou quilombola, igual à minha mãe, igual a todos os meus antepassados”.

Na presença do *outro*, de quem é de fora, a fronteira étnica se estabelece: com a chegada das três mulheres, trazidas por um guia turístico, a artesã se identificou como *quilombola* e mostrou-lhes o *artesanato do quilombo*. Quando conversei com as *turistas*, disseram que “estavam querendo conhecer um quilombo verdadeiro há muito tempo, que no Rio não tinha quilombos como aquele”.



Figura 2 Ensaio fotográfico *Turistas conhecendo o artesanato do quilombo.*

Fonte: autora, 2013.

A categoria *tradicional* acionada pelas turistas desencadeou um rápido diálogo sobre o que consideravam como tal e a imagem do quilombo do passado, do clima bucólico do lugar, do ritmo de vida menos acelerado, das pessoas negras... as imagens eleitas como representativas do que consideram *tradicional* estavam ligadas ao universo do rural e ao tempo da escravidão.

No conjunto de imagens (Figura 2), trago algumas referências que ajudam a mapear o que está sendo chamado de *tradicional* e o papel desempenhado por essas turistas no quilombo. O ambiente bucólico com palmeiras, a cena das mulheres transportando a água na cabeça – uma com o balde de plástico, outra com o pote de cerâmica –, tudo isso remete ao imaginário de um lugar congelado no tempo, onde as tradições podem se reproduzir sem o contato – ou com muito pouco contato – de forma oposta ao que ocorre nas grandes cidades. E é este o quilombo que as turistas pretendiam conhecer.

E isso tudo, simbolicamente, viaja dentro daquela caixa, “marcada” com o selo de Itamatatiua. Além de peças em cerâmicas a preços módicos, leva-se o quilombo e a experiência de ter estado lá, tudo embalado “para viagem, por favor!”.

Por que achavam aquele quilombo tradicional? Na noite daquele mesmo dia conversei com três artesãs que exercem funções importantes na Associação – presidente, tesoureira e secretária – sobre a busca dos turistas pelo quilombo, e sobre o fato de se identificarem como quilombolas. Na conversa, ouvi as seguintes palavras:

Neide: Ser quilombola dá orgulho para a gente. Quando a gente diz que é preto, lembra do sofrimento dos nossos avós, do passado, da escravidão. Sendo quilombola a gente tem mais [acesso à] saúde, tem aposentadoria... E [os *outros*] têm mais interesse pela gente. Somos pretos, mas somos quilombolas também!⁵

O discurso sobre serem *pretas*,⁶ serem *quilombolas*, surge como opções, muitas vezes dicotômicas, que convivem no cotidiano das artesãs. É pertinente notar que as categorias identitárias são acionadas perante o meu questionamento, ou pela presença de turistas. A identidade, retomando as reflexões de James Clifford, não é uma história linear. “Como o sorriso do gato da Alice”, diz o autor, ela é intermitente, e surge quando é conveniente... (CLIFFORD, 1988).

5 Entrevista concedida por Neide de Jesus à autora, em 18 de janeiro de 2012.

6 A categoria identitária mencionada refere-se à categoria territorial de Itamatatiua e outros povoados do território

A contenção dos materiais

Em todo processo da cadeia produtiva da cerâmica de Itamatatiua, é possível perceber a luta para conter os materiais. Parece que em cada etapa da produção a tendência dos materiais é sair do controle do artesão e direcionar-se para a sua desintegração. Retira-se a argila mais profunda para garantir a textura perfeita para o trabalho; adiciona-se areia para evitar que a louça rache na queima; amassa-se com muito cuidado para extrair pedras e gravetos que provocariam as rachaduras; armazena-se o barro coberto para evitar a evaporação excessiva; guarda-se as peças em caixas d'água para controlar o tempo de secagem e organizar o processo de acabamento das peças... Em cada momento da cadeia produtiva é preciso conter os materiais para que haja o melhor aproveitamento da fornada, que em linhas gerais só acontece uma vez por mês. É importante mencionar que acontece em determinada fase da lua, e as mulheres não podem trabalhar no período menstrual. Caso estas interdições também sejam desrespeitadas, corre-se o risco de as peças saírem rachadas do forno.

O processo de contenção que observei nas etapas da cadeia produtiva da louça de Itamatatiua é um processo identificado por Stuart Hall como uma das estratégias de sobrevivência da cultura popular na contemporaneidade. A contenção, na visão de Hall (2009), é um dos movimentos da dialética nos quais os estudos sobre cultura popular estão inseridos: o conter e o resistir. Por meio destas duas abordagens, o autor trata das clivagens que possibilitam os processos de ressemantização das práticas tradicionais.



Figura 3 Ensaio fotográfico *A contenção do material*. (continua)



Figura 3 Ensaio fotográfico *A contenção do material. (continuação)*

Fonte: autora, 2014.

Conforme a breve narrativa acima, os materiais e as forças da natureza estão em constante embate. O papel das artesãs é o de se anteciparem aos entraves da produção e conterem os materiais, chegando a um ponto de equilíbrio. A característica da *antecipação do resultado* (INGOLD, 2012b) é muito valiosa para pensar o processo criativo e o direcionamento da produção cerâmica para o gosto do turista. Este movimento de pensar à frente é o que caracteriza a atividade projetual – e como pontuei no item anterior, é o que propicia o processo da imaginação. Quando designers chegam a Itamatatiua, já encontram uma forma de produzir baseada nesta antecipação do resultado, do que é esperado pelo *outro*. Contudo, para Ingold, essas formas de antever – a do designer e a do artesão – diferenciam-se; a do artesão caracteriza-se por estar sempre “um passo à frente do material” e isso, na opinião do autor, “não é um modo de predeterminar a forma final das coisas, mas é uma forma de abrir caminho e improvisar uma passagem. Neste sentido, antecipar é olhar através do futuro, e não projetar o futuro a partir do presente” (INGOLD, 2012b, p. 6, tradução livre), como tradicionalmente é conceituado o projetar do designer.

Essa abordagem de Ingold ajuda a problematização das metodologias de projeto de design, principalmente as que envolvem comunidades tradicionais. Como mencionei anteriormente, diversas são as críticas sobre as hierarquias entre saberes acadêmicos e os tradicionais, entre elas, principalmente, constam aquelas em que a criatividade do artesão é tolhida pelos direcionamentos estéticos-formais dos designers.

Em uma entrevista cedida ao sociólogo Paulo Keller (2011), o antropólogo Ricardo Gomes Lima fala de uma comunidade que trabalha com bordado, e que estes eram feitos em cores exuberantes, muito fortes e em combinações contrastantes. O grupo recebeu uma consultoria e para adequarem-se ao mercado, o designer responsável implantou a estética do *ton-sur-ton*. Agora os bordados eram beges sobre o tecido branco. Certo dia, o pesquisador chegou à comunidade e surpreendeu uma artesã bordando que, vendo-o, sentou em cima do bastidor, escondendo o trabalho. Ele a questionou, e a artesã, muito embaraçada, “confessou-se”: estava com saudades do seu bordado colorido e, de vez em quando, bordava do jeito de que ela gostava.

John Thackara (2008) chama a atenção para os modelos de desenvolvimento que privilegiam os valores ocidentais e da economia de mercado como única saída para a geração de inovação; por outro lado, afirma que para que as sociedades atinjam algum grau de sustentabilidade é necessário que os projetos se “localizem”, ou seja, que as soluções projetuais sejam projetadas em contextos reais, considerando-se os atores envolvidos na questão; outro aspecto enfatizado por Thackara é que o objetivo do designer não é especificar planos ou metas, mas é descobri-los no próprio fazer projetual.

Manzini (2015) posiciona o trabalho do designer na contemporaneidade a partir da sua capacidade de mediar e tangibilizar os processos projetuais, que cada vez mais vêm sendo empreendidos por cidadãos (designers difusos), com o intuito de criar soluções que viabilizem as demandas de suas próprias vidas. Neste sentido, o autor posiciona o *designer expert* – aqueles que detêm o conhecimento formal sobre o desenvolvimento de projetos – em um lugar de gestão dos processos criativos e projetuais, e não como um finalizador de produtos, apenas. Enfatiza, ainda, que os processos colaborativos em design se tornam uma ampla conversa multifacetada entre indivíduos e grupos, em colaboração ou em conflitos de pontos de vista (MANZINI, 2015).

A comparação entre o antever do designer e o antever do artesão, trazida por Ingold, e as observações sobre o fazer projetual trazidas por Thackara e Manzini ajudam a analisar a realidade encontrada em Itamatatua. A histórica submissão das artesãs ao que (e a quem) vem de fora, inicialmente os senhores de escravos, depois a Igreja, e na contemporaneidade, os consultores, precisa ser rompida para que a identidade – tão almejada por quem as visitas – seja valorizada por elas próprias.

Retomando a discussão de Hall, precisamos atentar aos processos de transformação cultural, que o autor descreve como sendo um “eufemismo para o processo pelo qual algumas formas e práticas culturais são expulsas do centro da vida popular e ativamente marginalizadas” (HALL, 2009, p. 232). O papel do designer em cadeias produtivas locais precisa ser repensado dentro da lógica da contenção e da resistência, como uma continuidade da própria maneira de trabalhar do artesão.

Para que uma abordagem da parceria dos processos de cocriação sejam eficazes em contextos como o aqui pesquisado, é necessário que se observem questões já há muito tempo discutidas por Thackara (2008), Manzini (2008), e aplicadas, com o “sabor local” por inúmeras iniciativas em todo Brasil e no mundo. Sabe-se que iniciativas que privilegiem ações da base para o topo (MANZINI, 2015) têm maior possibilidades de se estabilizarem e serem bem-sucedidas ao longo do tempo. Questões como temporalidade, localidade, ações que partam dos próprios saberes locais são de extrema importância para a viabilidade de práticas sustentáveis.

A disputa entre o que o mercado deseja e como os artesãos se adequam a essas demandas não é assunto novo. A questão que pretendo enfatizar diz respeito ao reconhecimento do artesão, a partir da sua forma de *antever* os entraves projetuais e o reposicionamento do designer, colocando-se em uma posição de organizador – a partir da sua forma de antever – respeitando e valorizando as práticas locais por meio do projetar do outro. Thackara indica tal posicionamento do designer:

Em vez de percorrer o mundo coletando informações sobre as vidas das pessoas, o desafio do designer aqui é criar sistemas para a troca do conhecimento tácito. Se quisermos trocar valor – em vez de simplesmente extraí-lo ou agir como turistas culturais – o que temos a oferecer? (THACKARA, 2008, p. 254).

A alusão ao papel do turista cultural – aquele que vai ao local, vivencia de forma efêmera e retira o valor desta experiência, sem deixar nada além de (algum) dinheiro – é extremamente frutífero para analisar o caso que ora apresento. O autor fala em troca e não em extração de valor. Neste sentido, o papel do designer não seria o de interferir ou requalificar a produção local, exercendo o poder simbólico de seu posicionamento, como detentor do saber acadêmico e especializado, mas o de mediador e intérprete entre os saberes locais e as necessidades do mercado.

Futuros possíveis para a relação entre designers e artesãos

O filósofo marxista italiano Antonio Gramsci cunhou a expressão *intelectual orgânico* para designar aqueles que produzem conhecimento na *práxis*, na luta con-

tra a hegemonia; reivindicava que todos os homens exerciam atividade filosófica e que todos poderiam refletir, para além da sua condição como subalternos (GRAMSCI, 2006). Venho aqui defender o ponto de vista de que construir metodologias colaborativas de design, na contemporaneidade, implica assumir a possibilidade de que todos os envolvidos na atividade projetual são *designers orgânicos*.

As visões de mundo que se estabelecem são frutos de disputas de poder, pela hegemonia de determinado ponto de vista. No âmbito desta discussão – a cocriação e o compartilhamento de saberes acadêmicos e tradicionais – a consciência da capacidade projetual do artesão precisa ser trazida à tona; o reconhecimento de sua visão de mundo deve ser o ponto de partida para os processos que descentralizem o fazer criativo e a condução do projeto pelos detentores do saber especializado, haja vista as críticas que paulatinamente vêm sendo observadas sobre os designers em contato com artesãos.

Ainda segundo Gramsci, a filosofia espontânea está contida na linguagem, no senso comum e no bom senso. Searas movediças sobre as quais transitamos, as visões de mundo e, principalmente, a antevisão da atividade artesanal precisam ser encaradas como meios para se chegar a projetos compartilhados. A possibilidade de identificação entre artesãos, designers e consumidores deve ser construída por meio dessa linguagem compartilhada que caracteriza os processos de cocriação.

O processo de transmissão do saber-fazer da louça em Itamatatua, como adiantei e discuto de forma aprofundada em outro estudo (NORONHA, 2016), era proveniente de um contato corporal que envolvia mulheres e louça em um movimento contínuo, em que corpos, mulheres e potes eram moldados mutuamente. A identidade da louça local, a louça de Itamatatua, é caracterizada pela cor mais escura que a de outros lugares – “a louça daqui é negrinha que nem nós!” – diz Eloísa, com frequência. A partir da experiência vivenciada no saber-fazer da louça é que estes traços identitários são construídos.

O *saber-fazer* – o conhecer e o colocar o conhecimento em prática – é a *zona de contato* entre os atores da cadeia produtiva e o material do qual a louça se constitui. O saber-fazer, por sua vez, inclui os corpos femininos, que modelam e são, ao mesmo tempo, modelados pelo saber.

Mais do que etapas de suas cadeias produtivas, a extração da matéria-prima, a modelagem, o acabamento das peças e a queima são momentos de transmissão do saber-fazer por meio da corporalidade. As mulheres se constituem enquanto artesãs, pretas e quilombolas, e a cerâmica de Itamatatua se constitui como tal, escura e quebradiça, como as artesãs costumam caracterizá-la. Mulheres e louça constroem-se material e simbolicamente ligadas ao território, através das gerações, por meio de um conhecimento e uma habilidade passados de mãe para filha.

A umidade, a força da gravidade, o fogo, o impacto do transporte, a manipulação das peças são parte do processo produtivo. “Deixados ao léu, os materiais

fogem do controle. Potes se quebram, corpos desintegram. Esforço e vigilância são necessários para manter as coisas intactas, sejam elas potes ou pessoas” (INGOLD, 2012a, p. 36).

A possibilidade de escolher materiais e controlar as forças sobre estes materiais, de conter o transbordamento das coisas, faz com que a atenção sobre o saber-fazer cerâmico recaia sobre estes momentos em que a experiência de trabalho e a vivência com os materiais autorizam a tomada de medidas contingenciais para a produção da louça.

Assumir a antecipação – o *foresight* – das artesãs posiciona-as em lugar ativo, considerando a experiência do fazer como o capital de negociação pela sua própria identidade como louceiras, quilombolas e pretas de Santa Tereza. O saber-fazer, denominação corrente nas políticas públicas contemporâneas para se referir ao artesanato, enfatiza dois conceitos representados pelos verbos que compõem o termo: o saber, acumulado através dos tempos, materializado no que é aludido como a *tradição* na produção artesanal; e o fazer, habilidade manual adquirida ao longo da experiência de vida do artesão, o que é considerado como sendo a principal característica do artesanato, o que o distingue de outros tipos de trabalho, pelas definições acadêmicas e políticas.

Referências

- ALMEIDA, A. W. B. *Laudo Antropológico de Identificação das Comunidades Remanescentes de Quilombo em Alcântara* (Vol. 1 e 2). Mimeo, 2002.
- _____. *Os quilombolas e a base de lançamento de foguetes de Alcântara*. São Luís: Ibama, 2006.
- BORGES, A. *Design + Artesanato. O caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.
- CANCLINI, N. G. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CLIFFORD, J. *The Predicament of Culture*. Cambridge: Harvard University Press, 1988.
- COHEN, E. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 15, p. 371-386, 1988.
- GRAMSCI, A. *Cadernos do Cárcere. A filosofia de Benedetto Croce. Vol.1*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediação cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

INGOLD, T. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 18, n. 37, p. 25-44, jan./jun. 2012a.

_____. **The work of the imagination in the texture of the present**. Texto da Conferência proferida na abertura do evento homônimo, promovido pelo PPCIS/UERJ, em novembro de 2012b.

KELLER, P. Artesanato em debate: entrevista com Ricardo Gomes Lima. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 8, n. 15, p. 187-210, 2011.

KRUCKEN, L. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

MACCANNELL, D. Staged Authenticity. In **The tourist: a new theory of the leisure class**. New York: Schocken Books, 1989.

MANZINI, E. **Design, when everybody designs**. An introduction to design for social innovation. London; Cambridge: The MIT Press, 2015.

MILLS, C. W. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

MORAES, D.; KRUCKEN, L. (Org.). **Cadernos de estudos avançados em Design**. Belo Horizonte: EdUEMG, 2009.

NORONHA, R. Corpo e saber-fazer: da cosmologia à política. In SANTOS, D.; NORONHA, R.; CARACAS, L.; CESTARI, G. (Org.). **Artesanato no Maranhão: práticas e sentidos**. São Luís: EDUFMA, 2016.

_____. **Dos quintais às prateleiras: as imagens quilombolas e a produção da louça em Itamatatuiua – Alcântara – Maranhão**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015a.

_____. Era uma vez no quilombo: narrativas sobre turismo, autenticidade e tradição entre artesãs de Alcântara (MA). **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 43-60, mai. 2015b.

_____. Do centro ao meio: um novo lugar para o designer. In **Anais do 10º P&D**. São Luís, 2012a.

_____. Sobre a *louça*, o *linho* e a rede: processos contemporâneos de construção de valor e identidade entre artesãos de Alcântara (MA). **Revista Pós-Ciências Sociais**, v. 9, n. 17, p. 175-200, 2012b.

_____. (Org.). **Identidade é valor: as cadeias produtivas do artesanato de Alcântara**. São Luís: EDUFMA, 2011.

PAULA ANDRADE, M. De pretos, negros, quilombos e quilombolas: notas sobre a ação judicial junto a grupos classificados como remanescentes de quilombo. **Boletim Rede Amazônica**, ano 2, n. 1, p. 37-43. Rio de Janeiro: IRD/PPGAS-UFRJ/NAEA-UFRJ/NAEA-UFPA, 2003.

PAULA ANDRADE, M.; SOUZA FILHO, B. **Fome de farinha: deslocamento compulsório e insegurança alimentar em Alcântara**. São Luís: EDUFMA, 2006.

PRADO, R. **Todo ano tem**. A festa na estrutura social camponesa. São Luís: EDUFMA, 2007.

SÁ, L. M. **O pão da terra**. Propriedade comunal e campesinato livre na Baixada Ocidental Maranhense. São Luís: EDUFMA, 2007.

VAN DEN BERGUE, P. **The quest for the other: ethnic tourism in San Cristóbal, Mexico**. Seattle, Londres: University of Washington Press, 1994.

Design e artesanato: a experiência do laboratório de design O Imaginário

Ana Andrade

Virginia Cavalcanti

Compreendendo o contexto

Embora artesanato e design tenham origens comuns, as corporações de ofício medievais, é possível afirmar que a transição entre os modelos de produção artesanal e a produção fabril geraram tensões que, ao longo dos anos, provocaram o distanciamento entre designers e artesãos. Tal posicionamento condicionou o design a lidar exclusivamente com o ambiente industrial, repercutindo nas estruturas dos cursos das principais escolas de design, influenciando a formação dos designers, inclusive, daqueles dos países periféricos.¹ Por outro lado, os desafios provocados pela tecnologia, em especial a comunicação, modificando relações de espaço e tempo, colocam em evidência transformações nas relações entre o local e o global, influenciando a economia e os mercados, que passam a atribuir maior importância a cultura, as referências identitárias e, conseqüentemente, aos aspectos simbólicos dos artefatos.

No Brasil, a defesa desses argumentos contou com o apoio de pesquisadores, dentre eles, Celso Furtado e Aloísio Magalhães.² Furtado, economista, entendia a reflexão sobre a cultura brasileira como ponto de partida para o debate sobre as ações de desenvolvimento. Seus estudos deram origem à Superintendência

1 Segundo Bonsiepe a relação entre países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento é caracterizada pela relação centro/periferia e configura um relacionamento desigual de poder e privilégios.

2 A tese de doutorado “A gestão de design e o modelo de intervenção de design para ambientes artesanais: um estudo de caso sobre a atuação do Laboratório de design O Imaginário/UFPE nas comunidades produtoras Artesanato Cana-Brava e Centro de Artesanato Wilson de Queiroz Campos Júnior – Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco. 2015” apresenta uma discussão mais detalhada do assunto.

de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), que nos seus planos considerou a importância das manifestações culturais e do artesanato como atividades econômicas de impacto significativo para ocupação e fonte de renda. Nas diretrizes do I Plano Diretor da Sudene referente ao período (1961-1963), explicitou a necessidade de prestar assistência técnica e financeira ao grupo de produtores artesanais, com ações focadas no melhoramento técnico, apoio financeiro e comercialização do artesanato.

Sob o ponto de vista do artista e designer gráfico Aloísio Magalhães, a política cultural estava intrinsecamente ligada ao desenvolvimento e, de acordo com a sua perspectiva, os bens culturais desempenhavam papel importante no processo de desenvolvimento do país. Suas preocupações em relação à preservação do patrimônio cultural aliavam passado e futuro em favor do desenvolvimento e do poder criativo local, com ênfase nos saberes procedentes do saber popular para descoberta de vocações e valores da nacionalidade. Como fundador da Escola Superior de Desenho Industrial, contribuiu para diminuir excessos funcionalistas bauhausianos em favor de um design de cunho mais lúdico, menos suíço e mais alegre, ao mesmo tempo em que chamava a atenção para a técnica, o domínio da expressão e dos processos na formação dos designers, à semelhança dos antigos artesãos.

Por questões políticas, a partir de 1964, a articulação entre desenvolvimento e cultura perdem a intensidade, passando a retomar corpo a partir dos anos 1990. Na relação entre design e artesanato, Janete Costa, arquiteta pernambucana, foi uma das precursoras desse reencontro, pois ao utilizar em seus projetos de ambientação peças de artesanato tradicional, ajudou a retomar o diálogo entre artesãos, arquitetos e designers. Lia Monica, designer e professora investe nessa mesma direção, pesquisando e reconhecendo os valores e as possibilidades do artesanato nordestino.

No ano de 1995, foi instituído o Conselho da Comunidade Solidária e em 1998 o Artesanato Solidário. A política pública tinha como objetivo revitalizar o artesanato tradicional, valorizando essa manifestação da cultura popular brasileira e ao mesmo tempo promovendo a geração de renda. Dentre outros programas do Comunidade Solidária, vale destacar o Universidade Solidária, que articulando universidades e municípios permitiu que estudantes entrassem em contato com outras realidades. Esse programa provocou as universidades a confrontar o conhecimento acadêmico com a prática, sensibilizando e comprometendo estudantes e professores com a necessidade de transformações sociais. É importante ressaltar o papel da Dra. Ruth Cardoso, que, com maestria, reestabeleceu a importância

da extensão universitária junto ao Ministério de Educação, o que possibilitou a implementação do programa.

O desafio de aproximar as universidades da realidade de pequenos municípios e lugarejos em todo o país repercutiu também nos cursos de Design, que, provocados, passaram a se aproximar do artesanato, incluindo e/ou reforçando conteúdos que contemplassem a temática nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

O Laboratório O Imaginário

É nesse contexto que surge o Laboratório O Imaginário, vinculado aos Departamentos de Design e de Cultura da UFPE, com o objetivo de aliar design e artesanato no cumprimento da missão da UFPE, definida para o período 1995-2003, de contribuir para transformar a sociedade. Inicialmente como projeto de extensão e pesquisa, o Laboratório tinha como objetivo aproximar o design da realidade do artesanato e, através desse diálogo, compreender necessidades, potencialidades e compartilhar soluções. As primeiras experiências tornaram evidente que as ações deveriam refletir o desejo de um coletivo, não tendo efetividade o atendimento a demandas individuais, mesmo que apresentadas coletivamente, como cursos de capacitação para grupos heterogêneos.

A oportunidade de atuar em Conceição das Crioulas, comunidade quilombola situada no município de Salgueiro, em Pernambuco, com o apoio dos programas Universidade Solidária, Programa do Artesanato do SEBRAE-PE e Artesanato Solidário, permitiu compreender mais intimamente a realidade, gerar premissas e desenhar o primeiro esboço do modelo de intervenção de design no artesanato, testado e reformatado a partir das experiências posteriores. O seu uso tem como pressuposto uma estratégia metodológica *participativa*, a partir do entendimento de que os artesãos são sujeitos de suas práticas; *coletiva*, por meio do incentivo à construção de acordos coletivos e o reconhecimento de lideranças; *individualizada*, através do reconhecimento de habilidades e competências dos envolvidos; *crítica*, na medida em que leva artesãos a fazer uma leitura de seu próprio fazer artístico; e *contextualizante*, já que a intervenção está calcada nas necessidades, desejos e no respeito aos valores identitários de cada comunidade artesã (Andrade e Cavalcanti, 2006).

O formato transdisciplinar da abordagem do modelo está expresso nos eixos: comunicação, mercado, produção, gestão e design (Figura 1). As questões de parceria, qualidade e sustentabilidade permeiam todas as ações que devem refletir os valores da comunidade artesã e do seu produto.

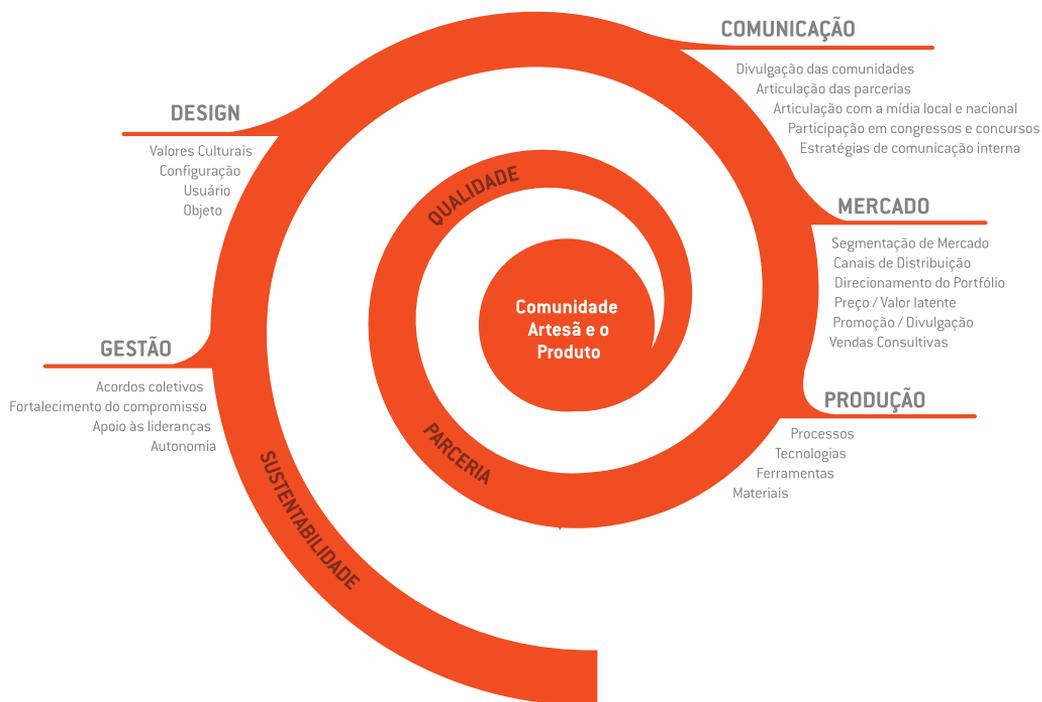


Figura 1 Modelo de intervenção de design em ambientes artesanais do Laboratório O Imaginário.

Fonte: Laboratório de Design O Imaginário.

Ao longo dos anos, o projeto atuou em treze municípios pernambucanos, atendendo comunidades artesanais tradicionais e não tradicionais, ao mesmo tempo em que acumulou experiências atuando no universo da produção industrial. Em 2003, com as experiências consolidadas, o projeto foi ampliado e reorganizado como Laboratório de Design O Imaginário. Laboratório de pesquisa e extensão da Universidade Federal de Pernambuco do qual fazem parte professores, estudantes e profissionais de diversas áreas do conhecimento com foco no design como instrumento a serviço da sustentabilidade ambiental, econômica e social.

Experiências relevantes

Dentre as experiências, além de Conceição das Crioulas, outras duas localidades, Goiana e o Cabo de Santo Agostinho, situadas nas matas norte e sul, respectivamente, são significativas e representativas da abordagem do modelo. Em Goiana, a ação do Imaginário foi provocada pelo SEBRAE-PE, que identificou o potencial comercial do trançado da cestaria em fibra de cana brava, inicialmente realizada por apenas dois mestres artesãos que dominavam a técnica. A primeira

ação do Imaginário foi mobilizar pessoas interessadas em aprender o trançado em oficinas ministradas pelos mestres artesãos. O grupo foi formado espontaneamente por mulheres, em sua maioria, esposas e filhas de pescadores. O processo de aprendizagem foi acompanhado pelo Laboratório e ao final das oficinas foi revelado o desejo do grupo de estruturar seu próprio negócio.

O Imaginário ajudou a transformar o desejo do grupo em um projeto coletivo. As artesãs, que de início trabalhavam com a fibra de cana brava, a partir da influência dos produtos importados da Índia e China, com preços e valores agregados baixos, vislumbraram a necessidade de diferenciação. Incorporar componentes em coco e tecido com estampas exclusivas, além de desenvolver novos produtos, como luminárias, foram alternativas para posicionar o produto no mercado de forma mais justa e competitiva. Com o tempo, o grupo ganhou novas adesões que permitiram experimentar outras combinações de materiais. É o caso das costureiras e de novas técnicas aprendidas, como a serigrafia e o beneficiamento do coco.

Em paralelo, as articulações (Imaginário, SEBRAE-PE e artesãs) com a Prefeitura garantiram a construção de um espaço de produção artesanal dedicado às atividades, o que trouxe visibilidade para o grupo junto à comunidade local. O processo de transformação ao longo de uma década demonstra o empoderamento do grupo, com as vocações individuais respeitadas e lideranças valorizadas. A evolução do nome da marca é ilustrativa: de Cestaria Cana Brava para Artesanato Cana Brava.

Um outro grupo, Quilombolas de São Lourenço, também situado no município de Goiana, teve assessoramento do Laboratório O Imaginário. Decerto a familiaridade com a região e a parceria com a Agência de Estudos e Restauro do Patrimônio (Aerpa) contribuíram para propor ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação a criação de um Centro Vocacional Tecnológico para a localidade. O enfoque do design estava voltado para o aproveitamento de cascas de mariscos, abundante no local. Pelas características da população local, formada majoritariamente por jovens com pouca instrução e mulheres, catadoras de mariscos, foi inicialmente oferecido um curso de fotografia que mobilizou crianças, jovens e as mulheres, foco de interesse do projeto. As aulas de fotografia com uso de máquinas descartáveis alinhavam aos conhecimentos técnicos os registros daquilo que consideravam de mais peculiar, importante, significativo daquela comunidade. Uma grande exposição revelou talentos e atraiu atenção para o potencial do local. Daquela iniciativa nascia o grupo de artesãs que, reconhecendo o valor de suas tradições e a importância de sua etnia, se autodenominou Quilombolas de São Lourenço. Hoje, o grupo dispõe de espaço físico onde são realizadas oficinas para desenvolvimento dos produtos que revelam a habilidade e criatividade na produção adereços com cascas de mariscos, admirados em feiras e exposições no estado e país.



Figura 2 Artesanato Cana-Brava. Equipe Laboratório, as artesãs e seus produtos.

Fonte: Laboratório de Design O Imaginário.

Cabo de Santo Agostinho

A localidade do Cabo de Santo Agostinho, na mata sul do estado, tem como tradição a produção de peças utilitárias em cerâmica vermelha, cuja origem vem dos antigos engenhos de açúcar. Diferentemente dos casos anteriores apresentados, o grupo já existia quando o Laboratório foi convidado pelo SEBRAE-PE a atuar junto aos artesãos. A demanda teve como objetivo auxiliar a implantar o processo de vitrificação,³ uma vez que o grupo, impactado com as demandas de mercado, estava prestes a utilizar o zarcão,⁴ já que os recursos disponíveis para queima não permitiam o uso de esmaltes. Esse foi o argumento para, em 2003, o início da atuação do Laboratório junto aos ceramistas do Cabo. As primeiras ações focaram em tecnologia para queima, com fornos de temperaturas altas e constantes, o uso de esmaltes naturais, além da preparação adequada da massa cerâmica para melhorar a qualidade do produto final e diminuir o índice de quebras durante a queima.

Em paralelo, a articulação do Laboratório junto à prefeitura do município culminou com a construção do Centro de Artesanato Arquiteto Wilson de

3 Processo que impermeabiliza a superfície com o uso de esmaltes.

4 Tinta à base de chumbo que, ao ser queimada em forno de baixa temperatura, libera chumbo, prejudicando ceramistas e usuários

Queiroz Campos Junior, motivada pela instalação de um forno a gás natural, viabilizado pelo Banco do Nordeste. Outros projetos foram submetidos junto a órgãos de fomento à pesquisa e à inovação, como o Ministério da Ciência e Tecnologia, CNPq, BNB, SEBRAE e que garantiram a aquisição e a instalação de equipamentos adequados, bem como a oferta de capacitações para artesãos. É preciso ressaltar, no entanto, que a elaboração, a aprovação, a liberação de recursos e a implantação dos projetos demandam tempo e que, se por um lado ajudam a construir uma relação de confiança entre artesãos e Laboratório, por outro reduzem a participação daqueles que buscam um resultado mais imediato. Nesse cenário é que o grupo original situado no bairro Mauriti e liderado pelo Mestre Celé, em função de dificuldades de ordem diversas, foi se desarticulando. Remanescentes do Mauriti mudaram para outras localidades ou se instalam no Centro de Artesanato.

Em 2012, a aprovação do Projeto Cerâmica Artesanal do Cabo de Santo Agostinho: Centro de Artesanato Arquiteto Wilson de Queiroz Campos Junior, submetido ao Programa Petrobras Desenvolvimento e Cidadania, viabilizou ações de naturezas diversas, desde aquisição de material e matéria-prima, manutenção, contratação de pessoal técnico até, e principalmente, contratação de artesãos. A garantia do pagamento mensal de um salário mínimo, durante os dois anos de vigência do projeto, modificou a natureza do vínculo, antes voluntário, para uma relação de maior compromisso e participação, o que repercutiu na disponibilidade para participar de reuniões, discutir e aprender novas formas de fazer. Esse novo formato trouxe desafios, como o de adequar as condições de contratação (seleção pública) dos artesãos pela Fundação de Apoio ao Desenvolvimento da UFPE, gestora financeira do projeto. Por parte dos artesãos havia, em alguns casos, dificuldades de letramento, o que exigiu rever os formatos de seleção, uma vez que os requisitos fundamentais eram habilidade, reconhecimento e credibilidade diante do grupo.

Vencidos os desafios, a intensidade das ações contemplando os eixos do modelo de intervenção repercutiu muito positivamente. No eixo produção é possível apontar, dentre outros: beneficiamento adequado da argila vermelha e adição de material refratário; melhorias no processo de preparação e aplicação de esmaltes cerâmicos; uso da cerâmica líquida e modelagem com formas de gesso; balanceamento da energia (a gás e elétrica) para os diferentes processos de queima; construção coletiva do processo de gestão da produção com a instalação de processos de controle e uso equipamentos adequados (estufas, balanças, agitadores e peneiras) para evitar erros, diminuir gastos e aumentar a eficiência da produção.

A ampliação de portfólio com a modelagem em barbotina, bem como a incorporação de produtos figurativos, valorizou habilidades e potencialidades individuais, o que gerou, em consequência, a definição de portfólios para atender a

novos nichos de mercados, como o de restaurantes. O uso da prototipagem 3D como recurso para criação de moldes e análise de produtos complementam os benefícios no eixo do design.

A discussão sobre o modelo de gestão foi aprofundada e, em decorrência, acrescida uma nova instância, o conselho consultivo com a participação de parceiros com atribuições de aconselhamento na formulação e acompanhamento do planejamento estratégico. A partir da definição das coordenações administrativas e técnicas e de seus respectivos suportes, foram discutidos, com intensidade, as funções e os papéis e esclarecidas as responsabilidades de cada um. Um regimento interno foi formatado contendo instruções sobre: normatização de horários; procedimentos de uso do espaço e equipamentos; valor de retenção de recursos para criação de fundo de manutenção; formato de prestação de contas ao grupo, incluindo balanços e posições de caixa; restrição de acesso de pessoas estranhas à produção sob efeito de álcool e/ou drogas; diretrizes para relacionamento com clientes; dentre outros assuntos que o cotidiano suscitou.

A construção de um plano de negócios permitiu o reconhecimento de oportunidades de mercado, abrindo espaços para nichos específicos, provocando artesãos e designers a buscar soluções inovadoras. A divulgação do Centro e de seus artesãos foram objetos de folders, catálogos e sites que auxiliaram o posicionamento dos produtos no mercado, o que se confirmou com a participação em feiras e lojas de artesanato, demonstrando o potencial de crescimento de venda dos produtos local e nacionalmente.

A apropriação e uso de técnicas e ferramentas na gestão, produção e desenvolvimento de produtos aconteceu por meio de reuniões semanais, com acompanhamento e ajuste continuados, fortalecendo o formato participativo e tornando cada vez mais transparente os processos de decisão. A construção do preço é um exemplo. Uma ferramenta para definir preços de produtos foi construída com os artesãos a partir dos custos com material e energia, remuneração da mão de obra do artesão, taxa de manutenção do Centro e do valor agregado atribuído pelo artesão ao seu produto. A ferramenta contribui para evitar prejuízos e compatibilizar os preços do portfólio de produtos como um todo. A outra vantagem é estar disponibilizada na internet, permitindo que qualquer usuário do Centro possa fazer uso. A possibilidade de registro dos dados, bem como a facilidade da contabilidade, auxilia a gestão financeira, com demonstrativos dos ganhos dos artesãos, dos custos e percentuais dedicados a manutenção do Centro.

A estabilidade promovida pelo patrocínio da Petrobras Desenvolvimento e Cidadania foi uma condição favorável e permitiu que o modelo de intervenção de design no artesanato fosse aplicado na sua integralidade. Ao final do segundo ano, como ação proativa ao encerramento Programa e o fim do financiamento, Laboratório e artesãos estruturaram uma série de planos prevendo o processo

de transição, como: redistribuição de pessoal e responsabilidades, de contingência para a gestão da produção, da administração, das vendas e das opções para captação de recursos; com aqueles artesãos que poderiam se dedicar a atividade independentemente da remuneração fixa oferecida pelo projeto.

Com relação à atuação da equipe do Laboratório, as pesquisas e atividades junto ao Centro foram ajustadas, como em outros momentos semelhantes, em um ritmo mais lento. Em paralelo, outros projetos foram submetidos a órgãos de financiamento, mesmo considerando que não dispõem da mesma quantidade de recursos e têm maiores restrições de uso.

Alguns indicadores confirmam a sustentabilidade do modelo: o Centro, após um ano do encerramento do projeto, continua funcionando; alguns dos artesãos se dedicam integralmente, outros em tempo parcial; o artesão Nena foi reconhecido como Mestre pela curadoria da Feira Nacional de Artesanato (Fenearte) 2016, a maior feira de artesanato do país, e com isso logrou espaço no Salão dos Mestres, um dos destaques da Feira. No cotidiano, os custos de manutenção estão sendo bancados com as vendas dos produtos.

Se observados os aspectos relativos a inclusão social, foram integrados ao Centro jovens que querem aperfeiçoar sua habilidade ou mesmo aprender o manuseio com o torno e o barro, em busca de uma profissão. A relação entre o grupo de artesãos e os poderes locais (Prefeitura e SEBRAE local) tem demonstrado a capacidade de autonomia do grupo, principalmente nas discussões sobre formas e condições de apoios. A articulação com outros grupos de artesãos tem repercutido de forma positiva na valorização da autoestima e ampliado a participação do grupo em outros espaços de comercialização.

A falta de formalização legal, entretanto, merece ser mencionada. Apesar de expressa na visão do Centro: “Ser um centro de artesanato, formalizado legalmente, reconhecido como referência pela qualidade técnica, artística e atratividade comercial de seus produtos, baseado nos vínculos de cooperação entre os artesãos e a comunidade do Cabo, comprometidos com resultados que gerem a sustentabilidade do centro e de seus artesãos colaboradores”, a formalização ainda não foi efetivada. O processo de desconstrução do conceito de associação/cooperativa recorrente, que se resume ao uso de um CNPJ e o medo de assumir responsabilidades coletivamente, são fatores que retardaram a formalização. No entanto, o amadurecimento do grupo tem sinalizado iniciativas nessa direção e, conta com Laboratório O Imaginário como um facilitador, provocando a reflexão sobre a modelagem, benefícios e as responsabilidades inerentes a mudança da situação legal.

A participação intensiva junto aos artesãos no Centro de Artesanato permitiu a observação de um movimento natural de interação do grupo de artesãos com o seu entorno. A visita de alunos de escolas, guiadas pelos professores, ou por ini-

ciativa própria, solicitando o barro para moldar, mostrou o interesse que a cerâmica desperta nas crianças e jovens. Esse argumento é sensibilizador para gestores de escolas públicas a criar parcerias para motivar e desenvolver habilidades nos alunos, ao mesmo tempo em que desperta o olhar para o valor do artesanato e da cultura local. Outro movimento espontâneo, eventual, foi o pedido de pessoas em tratamento (mental ou contra o uso de drogas) para ocuparem parte do seu tempo aprendendo a trabalhar com o barro. Esse aspecto foi informado à Secretaria de Saúde local, que iniciou alguns encontros com os artesãos e gestores municipais.

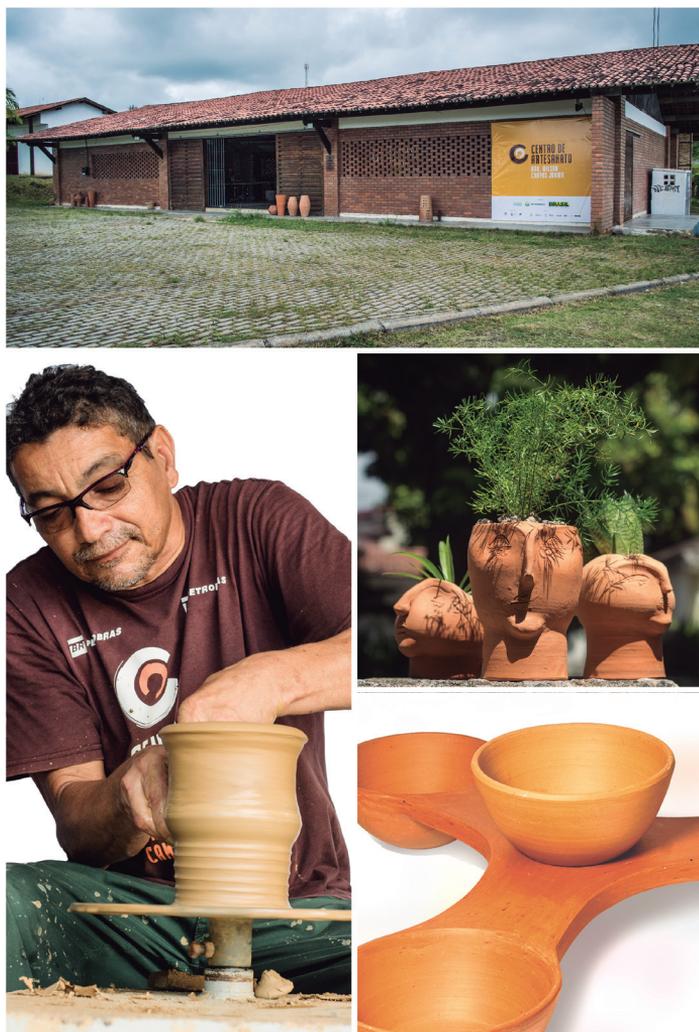


Figura 3 Centro de Artesanato, Mestre Nena e os produtos.

Fonte: Laboratório de Design O Imaginário.

Algumas reflexões

As experiências do Laboratório revelam com muita clareza que o artesanato pode, enquanto atividade, ser uma oportunidade de incluir socialmente e gerar renda, confirmando a argumentação da importância da relação entre cultura e desenvolvimento. Ao mesmo tempo a prática demonstra a pouca percepção dos gestores públicos, que ao associar cultura apenas a eventos, efêmeros e desarticulados, desconhecem a oportunidade de que o artesanato possa auxiliar na implantação de políticas públicas que promovam o desenvolvimento e integrem educação, saúde e geração de renda. A repercussão penaliza principalmente as localidades e municípios onde o percentual da população menos favorecida é elevado e tenham urgência ações para diminuir a pobreza e todas as mazelas dela decorrente.

Por outro lado, a experiência ressalta que o artesanato precisa de investimentos em conhecimentos, instrumentos e ferramentas para que os artesãos tenham como desenvolver a atividade de forma sustentável e possam se inserir no mercado de forma competitiva. Portanto é preciso um olhar cuidadoso daqueles responsáveis (governos e instituições) na elaboração e implementação de políticas que atendam características específicas do setor.

É também importante observar as contribuições no sentido inverso, da práxis e experiências compartilhadas para o aprimoramento do modelo de intervenção. Ao vivenciar a realidade de perto, é possível compreender a importância do artesanato também como negócio, desde que respeitados os contextos e valores da comunidade artesã e do seu produto. E nesse sentido a mudança do formato na participação do artesão, de voluntária para remunerada, foi reveladora. Como voluntário a participação estava condicionada à obtenção de recursos para sobreviver, deixando impreciso os motivos de ausências. Ao vivenciar outra relação com o trabalho, com salários e obrigações definidas, ficaram mais claros os compromettimentos individuais e do grupo como um todo. Para a equipe do Laboratório, esse fato provocou questionamentos, dentre outros, sobre a maneira idealizada ou até mesmo romantizada de ver o artesão em determinadas situações.

No âmbito da pesquisa, as contribuições da experiência foram relevantes para o desenvolvimento de um modelo de gestão de design aplicado ao artesanato, objeto de tese de doutoramento que ajudou a registrar e sistematizar as vivências, comparando modelos de gestão de design industrial para sugerir um modelo de gestão de design dedicado ao ambiente artesanal. Mas é sobretudo no reconhecimento da articulação entre ensino, pesquisa e extensão aplicada à realidade que reside a contribuição do Laboratório O Imaginário, pois permite que a universidade cumpra o seu papel na transformação da sociedade.

Referências:

- ANDRADE, A.; CAVALCANTI, V. **Imaginário pernambucano: design, cultura, inclusão social e desenvolvimento sustentável**. Recife: Zoludesign, 2006.
- ANDRADE, A. M. Q. **A gestão de design e o modelo de intervenção de design para ambientes artesanais: um estudo de caso sobre a atuação do Laboratório de design O Imaginário/UFPE nas comunidades produtoras Artesanato Cana-Brava e Centro de Artesanato Wilson de Queiroz Campos Júnior – Cabo de Santo Agostinho, Pernambuco**. 2015. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Educação, Curso de Pós-Graduação em Design
- BONSIEPE, G. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.
- BRASIL. **Sudene Dez Anos. Anexo I do I Plano diretor (1961-1963)**, 1969.
- _____. **Relatório da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal de Pernambuco 1999-2003**.
- CAVALCANTI, C. **Cadernos ArteSol 1. Olhares Itinerantes: reflexões sobre o artesanato e consumo da tradição**. São Paulo: Artesanato Solidário/ArteSol, 2005.
- DÁGUIAR, R. F. (Org.). **Celso Furtado e a dimensão Cultural do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: E-papers; Centro Internacional Celso Furtado, 2013.
- LOBO, T. **Comunidade Solidária: estratégia para o desenvolvimento local. VI Congresso Internacional del CLAD sobre la reforma del Estado e de la Administración Pública**. Lisboa, out. 2002.
- MORAIS, F. apud BRAGA, I. **O perfil de um designer brasileiro: Aloisio Magalhães**. Disponível em: <<https://www.scribd.com/doc/13363/O-perfil-de-um-designer-brasileiro-Aloisio-Magalhaes>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

Design, artesanato e empreendimentos criativos: caminhos para sustentabilidade

Rita de Castro Engler

Nadja Maria Mourão

Em função da escassez dos recursos naturais e das crises mundiais que afetam todos os sistemas urbanos, a humanidade busca caminhos para se reorganizar e inovar. É provável que a sociedade tenha provocado as restrições atuais do planeta. Todavia, faz-se necessário considerar e buscar soluções para nossa sobrevivência e das gerações futuras, por meio de estímulos criativos, capazes de impulsionar alternativas sustentáveis.

Novos grupos sociais se estabelecem em redes ou em formas diferenciadas das organizações anteriores. Os grupos sociais, na atualidade, são formados por múltiplos interesses. A maioria desses grupos defende os problemas sociais que envolvem o meio ambiente, a educação, a saúde, o transporte, a economia, o sistema de produção, entre outros. Dessa forma, novos termos são definidos para caracterizar novas abordagens.

Comparativamente as pesquisas sobre negócios e ciência, em relação à sociedade em geral, pouco conhece sobre o conceito de inovação social. Essa falta de conhecimento impede que as instituições se interessem por investimentos, que possam resolver as questões de oferta e procura de produtos e serviços. A ausência de conhecimentos integrados sobre fatores de sucesso e fatores inibidores dessas inovações torna mais difícil para os próprios empreendedores programarem novidades dentro de um padrão sustentável, conforme a Young Foundation (2006).

Entendemos a produção criativa como a capacidade de criação a partir de suas ideias, cultura e tradição, que despertem as infinitas possibilidades de expressão, gerando condições de participação e concorrência no mercado. São os objetos produzidos por pessoas habilidosas com criatividade, que distingue este artesanato das demais categorias. A prática de geração de renda com criatividade é uma das características do povo brasileiro. Neste país com uma diversidade cultural extensa, iniciativas de empreendimentos em Economia Criativa podem ser

encontradas, nas mais diversas áreas, nos quatro cantos do país. É um modelo de economia do intangível, do simbólico, que se alimenta dos setores criativos, geradores de bens e serviços que resultam em produção de riqueza cultural, econômica e social. Todavia, a cultura, o design, a tecnologia e a inovação são alguns dos principais setores deste modelo de negócio que tem crescido em todo o mundo e gerado muitos empregos.

Em setembro de 2013, na sede da Organização das Nações Unidas (ONU), ocorreu o projeto Mulher Artesã Brasileira – exposição de fotos e produtos, para divulgar a cultura e a economia brasileira, através da produção sustentável do artesanato brasileiro. Os participantes da Assembleia Geral das Nações Unidas, bem como embaixadores e funcionários das missões, contabilizaram a estimativa de 10 mil visitantes na exposição, comprovando a importância deste setor e das possibilidades para a economia brasileira (SEBRAE, 2015).

Assim, este estudo busca analisar e comparar alguns produtos artesanais em comunidades de baixa renda, verificando as possibilidades de geração de empreendimentos criativos. É um caminho, um seguir os trilhos abandonados da sustentabilidade. Limita-se, aqui, à comparação entre o evento Encontro dos Povos, no Município de Chapada Gaúcha (noroeste de Minas Gerais – Brasil) e ao evento PICNIC, em Amsterdam (Holanda). É proposto esse eixo comparativo pela observação da diversidade das atividades em cada evento e a possibilidade de modelo em economia criativa. Ou seja, o PICNIC, em atividades socioculturais e inovações em projetos sociais e o evento Encontro de Povos, em contexto de produtos de artesanato com inovações por meio do design. Os eventos são bem diferentes, mas apresentam aspectos interessantes, configurados como empreendimentos criativos sustentáveis.

Empreendimentos criativos

Como proposta desse estudo, precisamos entender o que são esses chamados empreendimentos criativos. No Brasil, em função de tantas riquezas ambientais e culturais, mas com problemas sociais emblemáticos, as iniciativas econômicas surgem nos moldes diversos, são os novos empreendedores e seus empreendimentos solidários e criativos. Utilizam-se da economia do intangível, do simbólico, que se alimenta dos setores criativos, geradores de bens e serviços que resultam em produção de riqueza cultural, econômica e social. A economia criativa se estabelece nos setores da cultura, do design, da tecnologia, das inovações em quaisquer áreas, gerando novos modelos de negócio em todo o mundo. Assim, o Ministério da Cultura publicou a 3ª edição das metas do Plano Nacional de Cultura – PNC busca, de forma didática e lúdica, traduzir as 53 metas do PNC para a sociedade brasileira (MINC, 2013).

Santos (2002) relata que os saberes e tradições populares, fundamentados nas relações de pertencimento identitário e de transmissão da memória coletiva de um grupo, se constituem a partir das práticas cotidianas, que geram novas oportunidades e que podem se fundamentar em tecnologias sociais.

As experiências adquiridas e habilidades desenvolvidas pelo empreendedor na identidade do seu negócio são as bases para a criação e o desenvolvimento de um empreendimento criativo. O empreendedor deve ter o conhecimento de suas potencialidades e limitações, sem excluir a possibilidade de uma boa ideia gerar um negócio de sucesso, conforme Castro (2014). Assim, na diversidade dos diálogos, o design pode contribuir com a formação de ideias para tais situações.

A Economia Criativa contempla as dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição, circulação, difusão e consumo, fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos. Conforme Leitão (2012), as atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica.

Furtado (2008) relata que o processo de mudança social que chamamos “desenvolvimento” adquire certa nitidez quando o relacionamos com a ideia de criatividade, em quaisquer que sejam as contradições entre as visões da história que emergem em uma sociedade. Dessa forma, devemos acreditar e investir em novas possibilidades que apontem soluções para um futuro com melhor qualidade de vida para todos.

Reis (2008) descreve que os setores criativos vão além dos setores denominados como tipicamente culturais, podem estar ligados à produção artística cultural, como a música, a dança, o teatro, a pintura, o cinema, entre outros. São também outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdos, ao design, à arquitetura entre outros. Os procedimentos se interligam, como a criação, a produção, a difusão e o consumo.

Atualmente, é pouco provável que produtos criativos se restrinjam a uma única área ou segmento criativo. Desfiles de moda, por exemplo, são realizados em espetáculos de música, a dança integra-se às projeções audiovisuais, a edição de livros se faz por meio da indústria de conteúdos das novas mídias, entre outras junções. Assim, a mesclagem de várias linguagens e áreas tornou-se prática comum nessa nova economia, estimulada em função tanto das facilidades geradas pelas novas tecnologias, quanto pela capacidade criativa de se construir e se interagir de modo multidisciplinar, tecendo a transversalidade entre todas as áreas.

A cada dia surgem novos casos bem-sucedidos de empreendedores criativos, com modelos de negócios e gestão inovadores. Esses empreendimentos tornam possível a diversidade, o multiprotagonismo e a autorrepresentação, criando novas possibilidades para o desenvolvimento do ambiente simbólico. Atuar em Eco-

nomia Criativa é pensar um pouquinho “fora da caixa”, propondo para a sociedade alternativas no seu “modus operandi”, expõe Reis (2008), seja em negócios voltados para a sustentabilidade, seja com empresas que pensem as questões de transporte alternativo, empreendimentos que tratem da inclusão social através da cultura, entre tantas outras possibilidades.

Particularmente na Europa e na América Latina, políticos e acadêmicos empregam o conceito de economia cultural ou o termo economia da cultura ao lidarem com aspectos econômicos da política cultural. Muitos artistas e intelectuais se sentem desconfortáveis com a ênfase dada aos aspectos de mercado no debate sobre as indústrias criativas e, conseqüentemente, sobre a economia criativa. O termo indústria cultural apareceu no período pós-guerra como uma crítica radical ao entretenimento de massa, feita por membros da escola Frankfurt.¹

Como estamos vendo, não existe uma definição exclusiva da economia criativa. Ela é um conceito subjetivo que tem sido moldado no decorrer desta década. Existe, contudo, uma convergência crescente de um grupo central de indústrias criativas e suas interações gerais, tanto em países individuais quanto no nível internacional.

Este trabalho adota a definição da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD)² para economia criativa, que se baseia em ativos criativos, que geram o desenvolvimento econômico em: estimular a geração de renda, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; aspectos econômicos, sociais e culturais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo; conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com dimensão de desenvolvimento e interligações transversais em macro e micro níveis para a economia em geral; opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares; e estar no foco das industriais criativas.

Assim, de acordo com o modelo adotado pelo UNCTAD, as indústrias criativas compreendem quatro grandes grupos – Patrimônio, Artes, Mídia e Criações funcionais –, tendo em conta as suas características distintas. Esses grupos são, por sua vez, divididos em nove subgrupos, conforme apresentado na Figura 1.

1 A escola Frankfurt foi liderada por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1947), seguidos imediatamente por escritores como Herbert Marcuse (1991), conforme Relatório de Economia Criativa, 2010.

2 Referência feita à definição feita pelo Programa de Economia e Indústrias Criativas da UNCTAD, 2006.

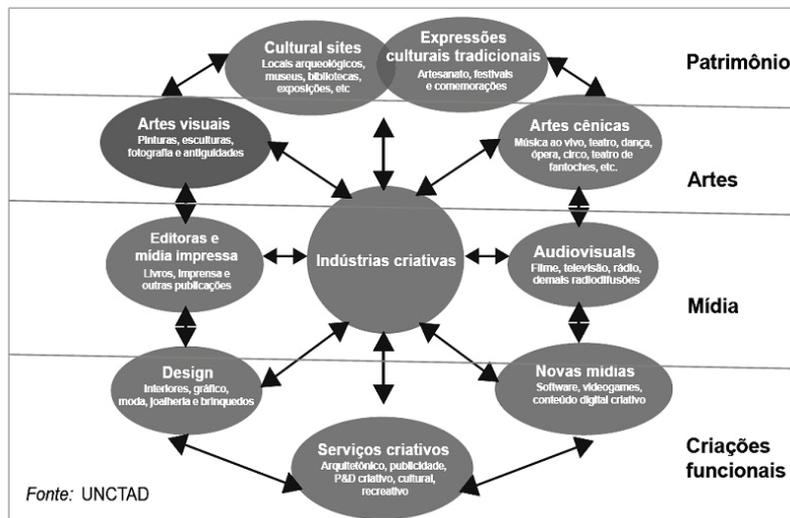


Figura 1 Quadro das áreas das Indústrias Criativas.

Fonte: Oliveira et al. (2013).

Conforme Reis (2008) é necessário ter planos para assegurar que os novos empreendimentos criativos possam acessar o capital de risco e que os mercados de capital de risco entendam as indústrias criativas. Também é necessário haver sinergias entre o setor criativo subsidiado e o comercial, de modo a promover as exportações da indústria criativa.

Outro aspecto considerado importante é identificar a distinção existente entre os setores econômicos tradicionais e os setores denominados como criativos. Os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social (REIS, 2008).

Assim, eventos musicais e teatrais, feiras de gastronomia e artesanato não estão isolados. Constituem-se em expressões culturais tradicionais, artes cênicas, audiovisuais, novas mídias, serviços criativos, design, editoras e mídia impressa, Artes visuais, sites culturais, entre outros. Para melhor ilustrar os conceitos apresentamos dois exemplos, bastante diferentes e representativos da pluralidade encontrada em economia criativa.

O festival PICNIC – Amsterdam/Holanda

Um modelo de empreendimento criativo surgiu em 2006, quando dois empreendedores holandeses visitaram o Vale do Silício e perceberam que a cidade de Amster-

dam também poderia ser um “hub” mundial de inovação e cocriação, conforme Reps (2015). Com a participação de pessoas de áreas diferentes, criaram o maior festival europeu de tecnologia, criatividade e entretenimento, com edições anuais, sempre em setembro, denominado de PICNIC. O termo deixou de significar um lanchinho ao ar livre sobre uma toalha quadriculada para ganhar uma nova simbologia: um grande encontro internacional de empreendedores criativos (Figura 2).

O PICNIC é uma iniciativa da Waag Society, em parceria com o governo da Holanda. Durante uma década foi o mais relevante festival de inovação, conhecimento e economia criativa da Europa. Sua ideia principal é ser o palco do pensamento disruptivo. Seja por meio do evento, da rede, do canal de comunicação e interação social.

O PICNIC é também uma plataforma europeia líder de inovação e criatividade. Ela funciona como uma incubadora e um acelerador para o jogo de mudança de ideias, conceitos, produtos e serviços. Através das atividades, abordam as megatendências atuais e exploram como aplicar a tecnologia de forma criativa, a fim de atender a negócios, sociais e ambientais desafios, conforme Reps (2015).

Durante o Festival PICNIC, várias atividades acontecem, tanto em cultura, música, quanto em debates, seminários, exposições, feira de produtos, entre outras. Em 2012, por exemplo, o evento ocorreu no Instituto de Cinema de olho em Amsterdã – Holanda, em 17 e 18 de setembro, sob a temática: “Nova propriedade: a mudança de cima para baixo para baixo para cima”. Os visitantes poderiam juntar-se aos dois projetos da instituição: Baixo custo de Prótese – qual é a experiência que é andar com uma prótese; e Fairphone – sessões de mineração urbana para descobrir o que está dentro dos celulares. As ações passaram a compor um banco de dados, oportunizando a divulgação da proposta, conforme Waag Society (2012).



Figura 2 Eventos PICNIC Amsterdam, 2011 a 2015.

Fonte: www.facebook.com/picnicfestival, <http://www.picniceverywhere.com/>.

Em 2016, a *Waag Society* abraça a ideia de trazer o PICNIC para a América do Sul e define o Rio de Janeiro como primeiro passo dessa nova fase. *Redesign growth* – Redesenhar o crescimento é o tema escolhido para essa edição do evento, que irá acontecer no período de 3 a 5 de novembro de 2016, no Parque Lage. Estarão reunidas mentes criativas e empreendedoras em torno de uma programação extensa e relevante: serão 30 conferências de curta duração, que servem de introdução ou reflexão sobre o tema do festival; 15 workshops ou labs, que aprofundam subtópicos específicos em sessões interativas, com o propósito de execução; 80 artistas, designers, programadores, desenvolvedores, hackers e makers participando do desafio do Hackers Camp, buscando soluções práticas para problemas reais; 24 start-ups brasileiras apresentando suas ideias e planos de negócios para investidores e parceiros potenciais. Soma-se a isso a primeira edição da *Maker Faire*® no Brasil, que fechará o festival PICNIC e será aberta ao público geral. E um dia inteiro de discussão sobre o papel das cidades na transformação do planeta. Espera-se do evento PICNIC no Brasil, a participação de empreendedores, executivos, artistas, makers, hackers, investidores, acadêmicos, profissionais representando governos, empresas, centros de pesquisa e inovação.

O encontro dos povos do grande sertão veredas

Desde 2002, a Prefeitura Municipal de Chapada Gaúcha realiza o evento “Encontro dos Povos do Grande Sertão Veredas” (EPGSV), idealizado pela Funatura. O evento reúne participantes de outros municípios, estados e até pessoas de outros países. Em meio aos festejos, são encontrados pessoas visitantes, pesquisadores e turistas. Durante todos os dias do evento, há também o comércio de produtos do artesanato e da gastronomia dos grupos, associações e cooperativas da região Vale do Urucuia. Já foram realizadas quinze edições anuais com diversas atividades culturais, educacionais, ambientais, como seminários, apresentações culturais artísticas e tradicionais, exposições, além do comércio de produtos da região.

É preciso esclarecer que esse evento é muito importante para os povos sertanejos e do semiárido. O município de Chapada Gaúcha, emancipado a partir de 1995, está bem localizado geopolítica e mercadologicamente. É uma cidade nova, planejada e plana. No entorno do município, estão localizadas duas Unidades de Conservação Estaduais – UCE. Há também o Parque Nacional Grande Sertão Veredas, que é uma das atrações turísticas na região, situado na divisa dos estados de Minas Gerais, Goiás e Bahia. Outro destaque é o Parque Estadual Serra das Araras e Reserva Estadual de Desenvolvimento Sustentável Veredas do Acari em Minas Gerais. Ou seja, é uma região que se destaca pela preservação do cerrado, em função dos parques nacional e estadual que, através das instituições e órgãos,

federais e estaduais, buscam a preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável com a participação das comunidades tradicionais da região, que congrega o noroeste de Minas Gerais, o sudeste de Goiás e o sudoeste da Bahia.



Figura 3 Esquerda: Mapa para localização do Município de Chapada Gaúcha e parques; direita acima: Parque Nacional Grande Sertão Veredas; direita abaixo: Parque Estadual Serra das Araras/MG.

Fontes: <http://www.algumsertao.com.br/>, <http://trilhasetrilhas.com.br/>.

Em Chapada Gaúcha, residem os nativos e os imigrantes que, por questões de ocupação territorial, através do Projeto de Assentamento Dirigido a Serra das Araras – PADSA, fixaram-se e fundaram a Vila dos Gaúchos, conforme o Ibama/Funatura (2003). Os imigrantes da região, os gaúchos, carregaram as festas e as danças do Sul para os sertões. O tradicionalismo gaúcho é dominante e imponente, mantido pelos Centros de Tradições Gaúchas – CTG. Citando os nativos, além das comunidades indígenas, as populações tradicionais do Cerrado incluem quilombolas, geraizeiros, vazanteiros, sertanejos, ribeirinhos, chapadeiros, entre outros. Estes aprenderam a retirar do bioma local os recursos para alimentação, utensílios e artesanato. O Ministério do Meio Ambiente reconhece que estas comunidades aproveitam os recursos do bioma geralmente de forma racional, equilibrada e sem prejudicar significativamente os ecossistemas (MMA, 2004).

A convivência entre os povos encontra-se ainda desordenada, provocando alguns choques culturais entre os hábitos do Sul com os dos sertanejos na região. Configura-se um jogo de disputas dos rituais que despertam a autovalorização dos representantes. No livro *Grande Sertão: Veredas*, Guimarães Rosa narra os conflitos íntimos do personagem Riobaldo, a luta entre a tradição e o novo. Do mesmo modo, torna-se perceptível no cotidiano deste povo a afirmação do personagem: “o sertão é dentro da gente” (GUIMARAES ROSA, 1986).

Contudo, durante o evento Encontro dos Povos Grande Sertão Veredas, as diferenças culturais se dissolvem, e o respeito às tradições são mantidos entre todos. Identidade e território são conceitos que balizam a realização desse encontro. A respeito da construção do território, Teixeira (2006) diz que esta possibilidade advém do poder que os indivíduos exercem sobre um determinado espaço, tal como Sack (1986) define territorialidade: “A territorialidade está intimamente ligada ao modo como as pessoas utilizam a terra, como elas próprias se organizam no espaço e como elas dão significado ao lugar” (SACK, 1986, p. 31).

Desde a sua primeira edição, o EPGSV vem proporcionando, dentre outras atividades, a discussão de temas relevantes para a sociedade, dentre os quais destacam-se: a questão cultural e a questão ambiental sendo trabalhadas de forma integrada; o turismo sustentável; a valorização do patrimônio cultural e a geração de renda; homenagens a João Guimarães Rosa; o Parque Nacional Grande Sertão Veredas – valorizando o patrimônio cultural e natural do sertão; o patrimônio material e imaterial; as unidades de conservação e as comunidades tradicionais; o cerrado e a preservação das águas – veredas; enfim a cultura e o meio ambiente.

A partir da sua 5ª edição, o EPGSV deixou a categoria de abrangência municipal e passou a fazer parte do calendário das comunidades da região, abrangendo os municípios pertencentes ao Mosaico Sertão Veredas Peruaçu, conjunto de áreas protegidas existentes na região, passando a ser considerado de interesse público regional, conforme Adisc (2016).

O evento passou a atender também às escolas municipais e estaduais e as comunidades locais têm participação relevante na organização e realização do evento, com trabalhos de exposição, resgate e valorização da cultura tradicional do sertão. É importante ressaltar que nesses quinze anos do EPGSV são notáveis os resultados alcançados, em especial quanto ao resgate e à valorização de tradições culturais, a exemplo de grupos culturais que se apresentam com forte participação de crianças, jovens e idosos, sendo alguns grupos com a participação unicamente de crianças, como o grupo mirim de São Gonçalo, uma das danças tradicionais mais ricas da cultura religiosa.

São realizadas oficinas temáticas, que, em função das dificuldades de locomoção da população na região, dos precários meios de comunicação e escolas especializadas, buscam proporcionar aos participantes do evento minicursos de vários setores, educação, meio ambiente, agricultura, saúde, nutrição, produção rural, produtos artesanais, gestão de negócios, entre outros (ARTESOL, 2013), além da valorização do artesanato da região que já conquistou outras feiras e mantém clientela no Sudeste do país, como os produtos da Associação de Artesãos e Bordadeiras de Serra das Araras. O artesanato das comunidades se preserva através das técnicas tradicionais, de geração em geração. Em busca de soluções

ambientais, o artesanato nas comunidades se estabelece em inovações sob os métodos do design sustentável.

Na Figura 4, são apresentadas algumas imagens de edições do EPGSV de 2012 a 2016.



Figura 4 Encontro dos Povos Grande Sertão Veredas, 2012 a 2015.

Fonte: www.facebook.com/pages/Encontro-Dos-Povos-Do-Grande-Sertão-Veredas.

São observados nos produtos artesanais de associações no EPGSV técnicas e detalhes que valorizam a identidade e a qualidades. O encontro do design e do artesanato rompe os limites para atender ao propósito de sustentabilidade, em método criativo, inovador e provedor de soluções. Os recursos transversais do design excedem os domínios produtivos, tecnológicos e econômicos, conforme Mourão (2011). Deste modo, envolvem aspectos que visam o ser humano ético, social, cultural e ambiental, em um sistema de rede aprimorando a função do design, que veremos no tópico a seguir.

Design e artesanato

Em comunidades, é comum que a produção artesanal resulte na manufatura de produtos oriundos da cultura e tradições familiares. Dessa forma, é importante lembrar que o artesanato ocupa uma parcela significativa de pessoas marginalizadas do mercado de trabalho, por carência em qualificação, conforme IBGE (2010). A produção artesanal torna-se uma atividade resultante da habilidade,

destreza e dedicação. O artesanato também proporciona sentimento de orgulho e autoestima ao artesão, como estímulo para construção da cidadania.

Conforme Barroso (2001), produtos artesanais com maior qualidade percebida são geralmente feitos com diversos materiais, trabalhados por artesãos diferentes e especializados. Esta soma de materiais e técnicas permite uma maior exploração estética e funcional, tornando o produto único e singular. Desta forma, surgem novos consumidores em busca do valor cultural local, outros buscam a exclusividade ou a inovação. A observação atenta destes grupos pode gerar novas oportunidades a serem exploradas pelas unidades de produção artesanais, com maior dinamismo, criatividade e qualidade.

Borges (2011) apresenta modelos de soluções em produção artesanal com elementos que a autora julga indissociáveis do futuro e dos desafios do atual design brasileiro: sustentabilidade, da identidade e do valor da produção artesanal. Ela apresenta exemplos de como elementos da cultura brasileira podem ser transformados em produtos criativos muito valorizados no mundo inteiro. Relata que há um enorme interesse pelo design brasileiro, não pelo que é mera cópia ou inspiração, mas pelo que é original.

O design, muito além de atender somente ao processo de projeto de produtos ou serviços, tem sua aplicabilidade na sociedade e deve contribuir para melhorar a qualidade de vida. Papanek (1984) defende o conceito de que os designers e profissionais de criação podem causar mudanças positivas no mundo através de um bom design. Ou seja, o design com responsabilidade ambiental, social e econômica. Como responsável, o profissional deve saber escolher como projetar, qual material utilizar e como atender à demanda.

O design muitas vezes causa impacto imediato, pois proporciona a valorização do produto aos olhos do mercado. No entanto, as organizações de fomento ao setor, por vezes, para alcançar objetivos institucionais, atropelam importantes etapas do processo de intervenção que envolve diagnóstico e conhecimentos prévios, acerca do grupo e da tipologia a serem trabalhados, bem como análise e avaliação da melhor estratégia para valorização do produto. Os fatores mencionados, quando recorrentes, comprometem qualitativamente o resultado do trabalho, que muitas vezes não atende aos artesãos e suas instituições.

No que diz respeito à produção artesanal, o design oferece soluções que promovem a reflexão do cidadão sobre seus valores culturais e sociais, otimização de processos produtivos e entre outros, o sentimento de pertencimento. A concepção contemporânea de design amplia sua visão e atuação no âmbito social ultrapassando a relação design, produto, comunicação e mercado (Moraes, 2009) e redireciona suas “ações projetuais orientadas a modos de viver além de consumir e produzir, valorizando a experiência e as emoções de uso e apropriação de espaços, bens e serviços” (MANZINI; MERONI, 2007, p. 21).

Entre design e artesanato, deve-se compreender e utilizar processos de projeto sociais que podem contribuir para a melhoria dos meios de subsistência. Ao concentrar-se nas capacidades, em vez de renda, por exemplo, Sen (2000) sugere que o desenvolvimento dentro de vários aspectos sociais pode contribuir para o desenvolvimento geral. Ele relata que a pobreza é vista como privação de capacidades, e estas devem ser estimuladas para resolver os problemas sociais.

Ter uma estratégia baseada em inovação é preocupar-se em procurar a criação de uma estrutura de valor que incentive a competitividade e o crescimento sustentável, em que pese o risco inerente associado às inovações. A estratégia baseada na concorrência pelo tempo é uma alternativa quando a inovação se torna no meio de criar movimentações rápidas.

Análises picnic x encontro dos povos

O estudo analisou e comparou que existem possibilidades de geração de renda em empreendimentos criativos, nos eventos apresentados: PICNIC (Holanda) e Encontro dos Povos (Minas Gerais). Os eventos são exemplos bem-sucedidos com ações diversificadas pela cultura e pelo modelo em economia criativa. Ambos envolvem a comunidade e trazem, além das apresentações culturais, seminários, debates e novos estudos para soluções locais.

Ao considerar a importância do artesanato em comunidades de baixa renda, destaca-se que são produtos artesanais desenvolvidos integralmente pelos artesãos. Estes apresentam vínculo ao contexto cultura, aproveitando o despertar da comunidade quanto à utilização dos resíduos vegetais.

O respeito à diversidade possibilita a expansão de produtos diferenciados, inovadores e criativos. Cada comunidade não se interessa em copiar o trabalho da comunidade vizinha, mas observa a técnica e aprimora, criando novos produtos artesanais. Recordar-se ainda que “a pluralidade de etnias em processo harmonioso na formação da sociedade brasileira, favoreceu a maturação da sua própria multiculturalidade” (MORAES, 2008). O caminho do design brasileiro desponta na diversidade e não na unidade.

A força e a riqueza da constante renovação e criatividade podem contribuir para a estruturação da economia local. Assim, nascem outras formas de identificar o design, mais público associado aos valores culturais, de identidade e de domínio popular. Incidem sobre a expansão do design para outros aspectos, buscando qualificá-lo como processo criativo, inovador e provedor de soluções. Desta forma, comprava-se acréscimo do design na produção artesanal.

O PICNIC é um modelo que se expande pelo mundo e adaptado para outras áreas de interesse. O exemplo do Encontro dos Povos Grande Sertão Veredas valoriza, acima de tudo, o contexto da identidade e o território, seja na produção

cultural ou na produção artesanal. A diversidade na estruturação permite que seminários, feiras, encontros, música, shows e outros se encontrem em um mesmo espaço-tempo. O uso das redes sociais para divulgação é um ponto comum entre eles, oportunizando que os interessados se apropriem das atividades e dos resultados sociais.

Os caminhos

A pesquisa registrou modelos em diferentes áreas, destacando-se a inclusão na educação, na capacitação para o mercado de trabalho, na geração de produtos artesanais e produção de eventos, informações e experiências acumuladas pelos cidadãos, que estão proporcionando a geração de renda e possibilitando a criação de empreendimentos criativos.

As propriedades culturais e as questões locais são fatores importantes. Moraes (2008) esclarece que, para entender o paradigma brasileiro, com toda sua energia e pluralidade, é necessário refletir sobre as probabilidades para o design no mundo global. Os conflitos podem gerar tensão e confronto intrínseco de uma sociedade heterogênea, híbrida e plural, como também de grande diversidade cultural. É oportuno ressaltar que a falta de unicidade no design brasileiro não provém da falta de cultura, mas, ao contrário, do seu excesso (MORAES, 2008).

Assim, onde há remanescentes da cultura quilombolas, de tribos indígenas, de passagem de sertanejos ou de tantos outros que se firmaram no sertão das veredas, há também uma identidade multicultural. Compreende-se que a iniciativa de fazer um encontro dos povos residentes em Chapada Gaúcha, arredores e noroeste de Minas, região de sertão e veredas possibilita o diálogo e divulgação das tradições e das manifestações culturais entre todos envolvidos. É uma ferramenta de convívio social, importante para a vida dos povos e comunidades que se reúnem no evento, sejam ribeirinhos, sertanejos, chapadeiros, gaúchos, entre outros.

Ao considerar os empreendimentos criativos, como o exemplo do PICNIC, acredita-se que além do potencial criativo e das possibilidades territoriais de cada um deles obterem sucesso, o conhecimento dos setores e a profissionalização nas áreas foram os elementos importantes na estruturação. Não basta querer e ter boa vontade – em qualquer empreendimento, em quaisquer modelos de negócios, são necessários estudos e experiência para que as ideias alcancem a transversalidade.

Entre as análises, as indústrias criativas como os empreendimentos criativos podem ser empregados dentro de modelos de desenvolvimento distintos. Um bom estudo de modelo poderá contribuir para o desenvolvimento socioeconômico e para a geração de renda em comunidades que passam por necessidades ou locais mais carentes, em função da possibilidade de negócio por unidades menores, de baixos custos de ingresso. Espera-se flexibilidade e desenvolvimento tecnológico, possibilitando o

acesso ao mercado e à informação. Entretanto, é importante ressaltar que, para que essa estratégia funcione, o poder público e os órgãos financiadores devem apoiar e incentivar o investimento, tanto interno quanto externo, nesses empreendimentos. A comunidade deve participar de forma efetiva na construção de políticas públicas que permitam um maior e mais efetivo alcance dos empreendimentos criativos.

Referências

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO LOCAL, INTEGRADO E SUSTENTÁVEL DE CHAPADA GAÚCHA/MG – ADISC. **Encontro dos Povos, um grande sucesso!** Postado em: 26 jun. 2016. Disponível em: <<http://agenciaadisc.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 6 mai. 2016.

ARTESANATO SOLIDÁRIO – ARTESOL. **Encontro dos Povos Grande Sertão Veredas.** Postado em: 3 jul. 2013. Disponível em: <<http://artcsol.org.br/2013/07/03/xii-encontro-dos-povos-do-grande-sertao-veredas-cerrado-caminho-das-aguas/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

BARROSO NETO, E. **Apostila o que é o artesanato.** 2001. Disponível em <www.eduardobarroso.com.br/Artesanato_%20mod1.pdf>. Acesso em: 6 mai. 2016.

BORGES, A. **Design+artesanato: o caminho brasileiro.** São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

BRASIL. Ministério da Cultura. **As metas do Plano Nacional de Cultura.** 3. ed., out. 2013. Disponível em:< http://pnc.culturadigital.br/wp-content/uploads/2013/12/As-metas-do-Plano-Nacional-de-Cultura_3%C2%AA-ed_espelhado_3.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.

_____. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações,** 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

_____. **Relatório de Economia Criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento.** Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.

CASTRO, M. **Empreendedorismo Criativo: Como a nova geração de empreendedores brasileiros está revolucionando a forma de pensar conhecimento, criativo/inovação.** São Paulo: Portfólio-Pinguim, 2014.

- ENCONTRO DOS POVOS DO GRANDE SERTÃO VEREDAS. Disponível em: <www.facebook.com/pages/Encontro-Dos-Povos-Do-Grande-Sertão-Veredas>. Acesso em: 16 ago. 2016.
- FURTADO, C. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- GUIMARÃES ROSA, J. **Grande sertão: Veredas**. 20. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.
- IBAMA/FUNATURA. **Plano de manejo do Parque Nacional Grande Sertão Veredas**. Brasília: MMA, jul. 2003.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/>> Acesso em: 20 maio 2016.
- LEITÃO, C. O que é Economia Criativa? In PRATA, I. (Org.). **Encontro de Economia Criativa na Escola São Paulo**. Escola São Paulo, 16 set. 2011. Disponível em: <<http://www.escolasaopaulo.org/encontros-de-educacao-e-economia-criativa-1/encontro-de-economia-criativa>>. Acesso em: 16 jul. 2016.
- MANZINI, E.; MERONI, A. Emerging user demands for sustainable solutions, EMUDE. In MICHAEL, R. (Ed.). **Design research now: essays and selected projects**. Basel: Birkhäuser, 2007. p. 157-179.
- MORAES, D. **Design e multiculturalismo**. Organização Dijon De Moraes, Belo Horizonte, Santa Clara: Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design. UEMG, 2008.
- MOURÃO, N. M. **Sustentabilidade na produção artesanal com resíduos vegetais: uma aplicação prática de design sistêmico no Cerrado Mineiro**. 2011. Dissertação (Mestrado em Design, Inovação e Sustentabilidade) – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.
- OLIVEIRA, J. M.; ARAUJO, B. C.; SILVA, L. V. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Texto para discussão. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1880.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.

PAPANEK, V. **Design for the real world**. Completely Revised Second Edition. Chicago: Academy Chicago Publishers, 1984.

PICNIC EVERYWHERE. Disponível em: <<http://www.picnic everywhere.com/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

PICNIC FESTIVAL. Disponível em: <www.facebook.com/picnicfestival>. Acesso em: 16 ago. 2016.

PICNIC WEBSITE. **Picnic Festival, Amsterdam, 2011**. Disponível em: <2011<http://www.picniccompany.nl/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

REIS, A. C. F. (Org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

REPS, R. **Brasil vai receber o PICNIC, um dos maiores eventos de empreendedores criativos do mundo**. Postado em: 10 ago. 2015. Disponível em: <[https://www.napratica.org.br/brasil-vai-receber-o-picnic-um-dos-maiores-eventos-de-empresenedores-criativos-do-mundo/](https://www.napratica.org.br/brasil-vai-receber-o-picnic-um-dos-maiores-eventos-de-empresendedores-criativos-do-mundo/)>. Acesso em: 16 ago. 2016.

SANTOS, B. S. **Sociologia das ausências: sociologia das emergências**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

SEBRAE NACIONAL. **A história e o trabalho de artesãs brasileiras ganham exposição na ONU**. Postado em: 27 nov. 2015. Disponível em: <<https://www.napratica.org.br/brasil-vai-receber-o-picnic-um-dos-maiores-eventos-de-empresenedores-criativos-do-mundo/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia da Letras, 2000.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO – UNCTAD. **Fortalecimento das Indústrias Criativas em cinco Países selecionados de África, Caraíbas e Pacífico através do Emprego e Expansão do Comércio, 2011**. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20092_pt.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.

WAAG SOCIETY – INSTITUTE FOR ART, SCIENCE AND TECHNOLOGY. **PICNIC Festival**. 2012. Disponível em: <<https://waag.org/en/project/picnic-festival>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

YOUNG FOUNDATION. **Social Silicon Valleys: A Manifesto for Social Innovation**. London: The Basingstoke Press, 2006. Disponível em: <<http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2013/04/Social-Silicon-Valleys-March-2006.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

Seção 5
Design e Território

Ecovisões sobre Design e Território

Lia Krucken

Essa foi a questão-chave para o diálogo que aqui se apresenta na forma de ensaios sobre a práxis do design. Em torno dessa pergunta, Fernanda Martins, Laura Cota, Rui Roda, Paulo Reyes, Fernando Betim, Lia Krucken, eu e os participantes do SBDS compartilhamos perspectivas e experiências. Como resultado, temos aqui um conjunto de iniciativas em desenvolvimento no Rio de Janeiro, em Minas Gerais, no Pará, no Brasil e em Portugal, na Alemanha e na Itália. Os ensaios também reúnem referências, desafios, questões em aberto, caminhos para se pensar design e território em contextos dinâmicos, como é o caso do Brasil.

Nessa breve introdução, apresento uma análise e uma síntese,¹ dialogando com os trabalhos discutidos pelos autores. Lembrando a questão inicial (*De quais formas o design pode contribuir para a valorização sustentável de um território?*), compartilho alguns desafios, que constituem também contribuições do designer em projetos que têm como foco o território:

1. Valorizar produtos e processos localizados no território.
2. Promover o potencial político e estético do lugar.
3. Praticar o ‘exercício de fazer um lugar’.
4. Lidar com convergências e divergências: novos modelos de negócio, novos caminhos para a produção artesanal.
5. Criar ‘espaços para experimentação’.

1 Ainda que esse texto represente um diálogo com outros textos, a forma de compor e apresentar as ideias representa uma visão pessoal sobre o tema (e não necessariamente compartilhada pelos dos autores citados). Nesse sentido, recomenda-se entusiasticamente a leitura dos diversos textos que seguem nesta seção, que além de apresentar uma rica visão sobre o tema, possibilitará a identificação de questões e percepções diversas.

Valorizar produtos e processos localizados no território

O território é lugar de trocas simbólicas, como aponta Fernanda Martins no capítulo “Letras que flutuam”, no qual aborda os “Territórios fluidos da Amazônia”. A partir de um projeto de pesquisa que se ampliou no sentido de promover ações concretas para a valorização de um saber-fazer local e dos mestres (os Abri-dores de Letras), a autora destaca o papel social do design. Essa iniciativa ressalta uma importante dimensão do território, que é o patrimônio cultural: as “práticas, representações, conhecimentos e técnicas”, associados aos “instrumentos, objetos, artefatos e lugares”,² que são reconhecidas pelos habitantes locais como parte integrante da sua cultura. Esse aspecto é particularmente importante no contexto brasileiro, que é pleno de riquezas culturais a serem valorizadas e protegidas.

Outro aspecto que o texto revela, e que também está presente na definição de patrimônio cultural, é a associação entre bens materiais e imateriais no fazer artesanal. Martins propõe, assim, um interessante mapeamento: do território, da arte (de abrir letras), dos mestres. E o território flui, é um rio.

Poderíamos pensar, analogamente e sob a perspectiva do design, em termos de um mapeamento de processos e produtos. Processos podem ser entendidos como um amplo conjunto de abordagens, práticas e conhecimento que permitem transformação de conceitos abstratos em realidades, que tomam a forma de diversos produtos: artefatos, objetos, soluções, estratégias, modos de pensar.

O relato de Fernanda Martins é uma importante contribuição para essa discussão, pois sinaliza exatamente a coexistência de várias camadas territoriais e culturais, que se manifestam em diversos olhares e valores: do artesão, da comunidade local, do designer, do visitante.

Talvez essa seja uma das principais contribuições que o designer pode trazer aos projetos que têm como âmbito o território: identificar e reconhecer manifestações criativas locais, dar visibilidade e promover patrimônios culturais (muitas vezes ainda não reconhecidos desta forma). Um outro aspecto que emerge nessa análise (e que também será tratado adiante) é o fomento de lógicas e modelos de negócio inovadores, baseados nos recursos locais.

Promover o potencial político e estético do lugar

A partir da ideia de que os projetos territoriais existem a partir de uma sobreposição de diversos olhares e de processos e produtos, apresento o texto do Paulo

2 Ver Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN. Programa Nacional do Patrimônio Imaterial. Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000. <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=201>

Reyes, intitulado “Lugares de Godot”. “O território em uma perspectiva socialmente responsável é pensá-lo em uma perspectiva de espera, de esperança num sonho comum, naquilo que nos é comum, mesmo que ainda não seja consciente” – nos diz Reyes. A partir de uma metáfora do texto de Samuel Beckett *Esperando Godot*, o autor constrói uma análise interessante, posicionando “a *espera* como um ato político que carrega em si uma função utópica necessária ao processo de projeto”. “O *processo* de projeto”, completa Paulo Reyes, “é a possibilidade de *preparar essa espera*”. Aqui, o “utópico funciona como um impulso de desejo” – aquilo que nos motiva hoje a projetar um futuro mais socialmente responsável.

A questão que Reyes no traz, de forma poética e clara, é de entender como o território foi pensado e produzido. O design é visto como uma mediação de agenciamentos no território, que podem constituir-se em um ato político, articulando um sentido de comunidade. “É na ação de negociação e por meio desses microagenciamentos que o território se estrutura e ganha em expressão” – reforça Paulo Reyes.

O potencial político e estético do imaginário e da ação que tem como foco o território é também evidenciado por mim, no ensaio “Conexões criativas entre pessoas e lugares”. A importância do imaginário e a forma como as pessoas percebem mental e fisicamente um território são destacadas a partir da investigação de iniciativas em São Paulo (Coletivo Coletores), Belo Horizonte (Projeto Geografia Imaterial) e Pompéu (Studio Superfluo e Ascapéu). Ao analisar várias palavras relacionadas ao conceito de lugar (território, *heimat*, *terroir*), a autora destaca a ideia de pertencimento, especialmente em relação à dimensão simbólica, que é tão necessária para que as pessoas se sintam parte de uma sociedade e possam desenvolver ações/projetos democráticos.

Nesse sentido “a cultura e a arte, assim como o design, têm papel fundamental no desenvolvimento de um imaginário, de visões de mundo possíveis, nos quais essas diversidades podem se manifestar, e que antecedem a ação e o projeto nos diversos contextos”, destaca a autora.

Assim, outra contribuição do designer se delinea: a de reconhecer o potencial político e estético de um lugar – no sentido de promover ‘visões desejáveis’, de entender e dar visibilidade aos valores das comunidades locais –, de mediar agenciamentos e de promover sentido às transformações em curso. E, neste ponto, mais um aspecto emerge: a importância do trabalho conjunto, das colaborações, alianças, parcerias e redes, que são imprescindíveis para desenvolver projetos territoriais.

Praticar o ‘exercício de fazer um lugar’

Como o design pode promover o desenvolvimento alternativo e criativo de lugares? Esta parece ser uma das perguntas que Rui Roda compartilha conosco

nas entrelinhas de seu ensaio “Ideologias desencontradas na Jazz Metropolis: a cultura do design no ‘adapting reúso’”. Aqui, o foco é o território urbano e as dinâmicas de uso informal da cidade. O autor traça um rico diálogo entre: a) as estratégias de refuncionalização dos espaços da cidade, fazendo uma metáfora com a improvisação que caracteriza o jazz; e b) a cultura do projeto em design e as ideologias que se desenvolveram ao longo do tempo.

A metáfora do jazz é especialmente interessante. Ela “sintetiza uma outra alternativa de cidade, construída por um novo território permeável à improvisação, à elasticidade, às forças não programáveis, à espontaneidade de natureza social, de mercado e cultura, capazes de alterar continuamente a fisionomia e natureza deste território”, como nos apresenta o autor. Nesse contexto, a aplicação da cultura do projeto em design (considerando especialmente os trabalhos de Andrea Branzi e Le Corbusier) é referida nesse capítulo como “*humanização da vida urbana*”.

A partir da análise de diversas iniciativas informais de uso do espaço urbano, Rui Roda identifica novos horizontes e desafios de interpretação pelo design, em diálogo com a sociedade, ao que define como “um exercício de fazer cidade sempre aberto dedicado à natureza inconstante do domínio do mercado, permitindo a liderança, inteligência e interatividade do usuário”.

A capacidade de propor soluções de design que “empoderem” atores – sejam eles produtores, consumidores, apoiadores, usuários, ou cidadãos que compartilham um sistema – é mais uma contribuição a ser destacada. Podemos também apontar a importância de desenvolver modelos inovadores e criativos para a interação do design com os diversos atores no território, o que representa um “desafio-oportunidade” não só para os designers, mas para todos aqueles que aplicam capacidades projetuais para transformar positivamente lugares e situações.

Lidar com convergências e divergências: novos modelos de negócio, novos caminhos para a produção artesanal

Ao descrever o designer como um “um agente ativo no processo de construção sócio-econômico-cultural-ambiental do mundo”, Laura Cota destaca a importância do desenho de formas inovadoras de intermediação entre atores e da comunicação de valores locais em contextos globais. A contribuição do design para o projeto e desenho de novos modelos de negócios é o tema do seu ensaio, “Design, alimento e negócio”.

O alimento e o sistema que se constrói em torno dele também constitui o foco de análise do capítulo “Um tijolo e um queijo”, apresentado por Fernan-

do Betim. O autor promove uma reflexão sobre valor e saberes na formação da identidade local, apresentando um importante embate de valores entre formas de fazer tradicionais, artesanais, e industriais, padronizadas.

Abordar o alimento e a gastronomia são questões especialmente importantes nos projetos territoriais, pois estes são intrinsecamente locais. A gastronomia é uma forma de expressão cultural que se constrói diferentemente em cada território. Ela representa as identidades de cada comunidade, a relação com a terra e os seus insumos a partir dos alimentos produzidos e pela comensalidade construída em torno da mesa. Essa relação entre sociedade, cultura e espaço expressada na gastronomia é exclusiva à região onde ela foi construída.³

A gastronomia regional constitui um conhecimento que se transmite de geração para geração e que traz muitas histórias em si – histórias relacionadas à matéria-prima, ao seu cultivo e colheita, portanto, à ligação com a terra; a quem produz e às práticas de produção; à forma como a comida é conservada e comercializada; o modo como é consumida e a ocasião etc. Estes vários aspectos se inter-relacionam e são ricos de significados, símbolos e valores.

Ao trazer o foco do design para o alimento, tanto Laura Cota como Fernando Betim questionam o sistema de produção e comercialização atual, provocando uma reflexão sobre formas de produzir, comercializar e conectar produtores e consumidores de forma mais sustentável. Os dois apresentam iniciativas em Minas Gerais. Cota enfatiza a necessidade de incluir uma perspectiva de solidariedade (a partir da abordagem proposta por Richard Rorty) e de contribuir para a construção de relações solidárias, mais justas, mais humanas e mais próximas (citando Martin Buber e as relações do tipo Eu-Tu) nos negócios sociais e, em especial, os que tem foco no alimento.

Complementarmente, ao descrever uma iniciativa centrada na produção tradicional de queijo artesanal, Fernando Betim ressalta o embate existente entre padronização e artesanato e entre global e local. Sinalizando a necessidade de se buscar estratégias alternativas construtivas, o autor defende a importância de um entendimento apurado dos valores e hábitos culturais locais. Os “hábitos definidores da identidade dos moradores deste lugar” constituem também o território, salienta Betim. E ainda citando o autor: “os lugares possuem uma identidade própria, porém, não de forma coesa, compartilhada por todos” e este fato pode ser visto “como fonte de riqueza, de conflito ou até de ambos”.

3 Sobre alimento e território ver também: KRUCKEN, L., OLIVEIRA, A. M. B., FRANZATO, C., REYES, P. B. Território + gastronomia + design: uma introdução. In: KRUCKEN, L.; MOL, A. (Org.). *Territórios criativos: design e valorização da cultura gastronômica e artesanal*. Belo Horizonte: Atafona, 2016.

Na forma de um interessante diário de campo, o autor compartilha questionamentos em relação ao papel do designer nesse contexto. Aponta, principalmente, as contribuições em relação à valorização sociocultural: dos saberes coletivos, da memória e dos hábitos. “É necessária a busca de uma relação saudável entre produtores, produto e consumidores” (Betim, 2016). É nesse sentido que o autor identifica duas prioridades que tangem à prática do design: a) promover o desenvolvimento de novas competências para atuar nos processos produtivos que fortaleçam identidades locais; b) desenvolver estratégias centradas no valor do produto e também no valor de quem os produz, de modo a valorizar e fomentar sua qualificação e inclusão.

O design, como agente impulsionador da inovação, pode contribuir para uma análise crítica e sensível dos potenciais do território, promovendo o desenvolvimento de projetos que valorizem o protagonismo da comunidade local e de seus criativos, bem como o desenvolvimento de redes e sinergias.⁴ A busca por este equilíbrio (e responsabilidade) é importante: pode fortalecer as referências e as tradições locais e, ao mesmo tempo, promover a atualização dos processos em uma linguagem contemporânea.

Criar ‘espaços para experimentação’

A partir dessa reflexão, identifico alguns “desafios-oportunidades” para a práxis do design que tem foco no território:

- a) Ativar processos de ‘Pesquisa-ação-projeto’ – os limites entre investigação e ação se tornam tênues, assim como também entre processo e produtos (pensando aqui produtos como todos os resultados possíveis do design, que envolvem artefatos, serviços, estratégias e até a própria mudança em si). Nesse sentido, são especialmente interessantes as abordagens metodológicas nas quais o projeto é parte da Pesquisa em design;⁵
- b) Entender formas coletivas de autoria dos projetos – a autoria é difusa e compartilhada e o processo de transformação do lugar parece não ter um ponto final claramente marcado;
- c) Identificar e entender resultados – pode ser difícil de identificar e descrever resultados como a “apropriação afetiva do território”, a intensidade do pertenc-

4 Tema abordado pela autora em “A re-descoberta do lugar e do artesanato”, ver: Albino, C. (Ed.). *Editoria - Design, Artesanato & Indústria*. Fundação Cidade de Guimarães, v. 1, 2012, p. 22-30.

5 SAIKALY, F. (2005). Approaches to design research: towards the designerly way. In: *The 6th International Conference of the European Academy of Design, Design System Evolution*. The University of the Arts Bremen, Germany, 29-31 March 2005. Disponível em: <http://www.verhaag.net/ead06/fullpapers/ead06_id187_2.pdf>. Acesso em: 1 fev. 2016.

cimento, a estima dos valores locais, o valor criativo e inclusivo das soluções, a capacidade dos moradores de aplicar competências projetuais e renovar um lugar e suas práticas, a sustentabilidade sociocultural em longo prazo etc.

É oportuno introduzir o conceito de cocriação na reflexão que envolve projetos territoriais. A cocriação pode ser vista como um ato de criatividade coletiva experimentado e realizado por um grupo de pessoas. Trata-se de uma plataforma que coloca todos os participantes em um mesmo nível de hierarquia e grau de envolvimento com o projeto a ser desenvolvido. Pensar a cocriação sob a perspectiva do design significa considerar que todas as pessoas possuem habilidade para criar e que um processo coletivo possa ser facilitado em direção a um “sentido desejado”. Citando Ezio Manzini, nesse modo de interagir o designer atua como “promotor de capacidades projetuais difusas”.⁶

Trazer a cocriação para a prática em design significa mudar a forma de projetar, o que nós projetamos e quem projeta, como apontam Liz Sanders e Pieter Jan Stappers (2008).⁷ Considero que estas são mesmo questões centrais, especialmente quando o âmbito de projeto é o território: entender o que se quer projetar, quais são as dinâmicas que um processo de design catalisa, quais são os resultados e impactos e como o processo e os produtos podem ser comunicados. Talvez, possamos ainda realçar que esses desafios são presentes de forma mais intensa em “territórios dinâmicos”, nos quais as transformações ocorrem de forma bastante rápida e muitas vezes pouco planejada – como ocorre em várias cidades brasileiras. Interagir nesses contextos evidencia a importância de se promover um pensamento crítico sobre o sentido da transformação.

Como reflexão final, gostaria de evidenciar a necessidade de “espaços de experimentação”, que envolvam, por exemplo, o desenvolvimento e a aplicação de ferramentas inovadoras para o design de soluções colaborativas; de novos modelos de negócio e de projeto; de novas formas de aprendizado pela experiência; de interação entre diversos atores; e de desenvolvimento de competências para a atuação em âmbitos complexos como são os territórios.

6 MANZINI, E. El diseño como herramienta para la sostenibilidad medioambiental y social. In: MACDONALD, S. (Org.). *Design issues in Europe today*. Barcelona: BEDA, 2004, p. 20.

7 SANDERS, E. B. N.; STAPPERS, P. J. Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, v. 4, n. 1, p. 5-18, 2008.

Letras que flutuam: territórios fluidos da Amazônia

Fernanda de O. Martins

Introdução

Este capítulo apresenta uma reflexão sobre a práxis do design, que sobreveio por meio do diálogo entre diversas camadas territoriais. Tratará mais especialmente do projeto “Letras que flutuam”, cujo objetivo maior é revelar um saber amazônico pouco conhecido, a prática de identificar os barcos de madeira ribeirinhos de uma forma particular.

O projeto iniciou-se de forma espontânea em 2004, a partir das observações de uma designer, tipógrafa recém-chegada na Amazônia. Ao se deparar com uma manifestação cultural local pouco percebida – a maneira específica com que os barcos de madeira populares eram identificados –, iniciou um levantamento fotográfico sistemático dos exemplares encontrados ao longo de seu cotidiano profissional. Tornou-se um projeto de pesquisa formal, já denominado Letras que flutuam em 2006 e foi apresentado ao Programa de especialização lato senso do Instituto de Ciências da Arte da Universidade Federal do Pará. A monografia apresentada analisava a manifestação sob o olhar do Design, isto é, avaliando os pontos de contato entre os letreiros dos barcos com a Tipografia Vitoriana do século XIX. A continuidade da pesquisa levou a outros desdobramentos: foi selecionada em 2013 no prêmio Amazônia Cultural do Ministério da Cultura para a realização de mapeamento dos mestres que atuam no Pará e gerou diversos produtos, como vídeo-documentário, exposições, a realização de oficinas de capacitação e criatividade no Brasil e na Colômbia, o desenvolvimento de estratégias de interação entre os abridores de letra e de valorização e reconhecimento deste saber-fazer tradicional.

Iniciou-se como uma pesquisa acadêmica de design tipográfico e se transformou em um projeto com o objetivo de aumentar a visibilidade do ofício dos

Abridores e colaborar a melhoria de sua renda. Aconteceu de forma empírica, não existindo *cases*, modelos a serem seguidos ou forte embasamento teórico que não fosse a própria experiência prévia dos designers envolvidos.

Um patrimônio cultural e várias camadas territoriais

Este artigo é uma reflexão sobre as muitas camadas territoriais envolvidas neste processo. A primeira delas é a designer paulista, nascida e criada em uma metrópole populosa, que se transfere para a Amazônia. O habitante de uma metrópole como São Paulo, extensa, dinâmica, que exige adaptação à velocidade das informações e à lentidão dos engarrafamentos estranha, e muito, o cotidiano da vida em uma capital Amazônica, e ainda mais em seus interiores. Tudo novo, o ritmo, o sotaque, as comidas, sem contar com contato diário com a natureza que aqui rege os compromissos, a maneira de viver. Pode-se dizer que é um outro mundo, as cores, os cheiros, as expressões verbais, a música... e a visualidade urbana. Há muitos letreiros vernaculares inseridos na arquitetura da cidade, faixas, a cultura da impressão digital ainda não prevalece. Sobre esse trabalho de observação crítica do contexto pode-se destacar que:

[...] a cultura da letra pintada a mão, informal, ainda é passível de ser encontrada com frequência nas ruas de Belém, e das outras capitais. Letreiros pintados pelos abridores ainda prevalecem em relação aos luminosos industriais, principalmente na periferia das cidades. Entretanto já é possível identificar nestes locais uma forte influência das imagens geradas pelo computador, é mais fácil identificar letras similares a fontes digitais incluídas nos sistemas operacionais (MARTINS, 2008, p. 56).

A outra camada territorial importante é o rio. O rio que banha Belém e demais cidades da Amazônia é indutor e condutor de hábitos, modos de ser e fazer, em um fluxo de trocas constante. Por consequência, os barcos estão presentes na vida dos moradores ribeirinhos de uma forma marcante, e não tanto do morador da cidade urbana cujo transporte é regido pelos carros. Os barcos trazem o morador para o trabalho, para comprar artigos de subsistência, transportam a produção, levam as crianças para a escola. Não apenas, o barco é uma segunda casa, deve estar sempre arrumado, deve ser seguro. E todos os barcos ribeirinhos são identificados de uma mesma forma, através de letras pintadas de uma maneira específica, com raízes formais baseadas na tipografia vitoriana do século XIX.

O mais interessante desta pesquisa é o fato de ser uma manifestação praticamente invisível para a academia ou mesmo para a sociedade urbana de Belém, apesar de não ser para seus usuários. A única menção encontrada, ainda assim

mais ligada à visualidade amazônica como um todo, foi em João Jesus de Paes Loureiro, que trata da poética amazônica. Segundo Paes Loureiro, (2000) os letrados dos barcos amazônicos possuem tanto a função comunicante como a função estética em si:

Se nos barcos o pintor não se reconhece artista produtor de beleza e não assume a autoria de seu trabalho, o mesmo não acontece com o pintor de letras. O “abridor de letras”, como gostam de se auto-intitular. São especialistas em escrever nomes nas embarcações, nas casas comerciais, nas tabuletas do comércio, trabalhando para um mercado e apresentando intuitiva marca publicitária (PAES LOUREIRO, 2000, p. 174).

Neste estilo mental dos Abridores de letra, podem ser identificadas características comuns que permeiam este território. A escolha dos estilos de letra é em sua grande maioria o mesmo, letras sem serifa, tipo bastão, ou estilos de serifa quadrada – como Bodoni ou Clarendon –, sempre em proporções de hastes generosas, grossas, “Bold”, que proporcionam área suficiente para a decoração interior, que será aplicada nas hastes das letras. A escolha das cores, a técnica de pintura, o uso das sombras projetadas gerando uma sensação de tridimensionalidade é um traço comum. Ainda mais marcante é a utilização de serifas ornamentais e a divisão das letras em duas partes, gerando um oco. (Figura1)



Figura 1 Exemplo de letra decorativa amazônica, Macapá, 2006.

Foto: Fernanda Martins.

A pesquisa encontrou exemplos desta manifestação entre Manaus e Belém, confirmando que os habitantes deste mundo líquido, aqui em seu sentido mais real, compartilham deste universo visual, uma sintaxe visual comum que flui, influencia e é influenciada por cada um destes artistas. Paes Loureiro destaca a dimensão simbólica presente nesse saber-fazer e seus produtos, assim como sua função informativa,

Dele a letra nasce como “poiesis”, como mundo re-feito. São signos que mantêm uma configuração significativa própria em que a letra é letra como unidade de um letreiro, e é objeto estético autônomo, no sentido em que, exibindo-se como signo múltiplo e aberto, condensa sobre si mesmo as atenções do receptor. São letras-telas que, feito espaço pictórico mítico podem conter dentro deste, tanto um adorno geometrizar, como uma paisagem desenhada. Assim, tanto remetem ao contexto frasal em que se veem inseridas em uma função comunicante, como retêm a mensagem em si mesma (PAES LOUREIRO, 2000, p. 174).

A repetição deste padrão ao longo de todo território leva à conclusão sobre a existência de um código comum, uma troca de sentido compartilhada entre donos de barco, pintores e passageiros. Assim, este saber está restrito à práxis ribeirinha, sendo invisível ao mundo urbano da capital. Foi preciso um olhar estrangeiro (outsider) para perceber esta manifestação. Barcos de madeira, que apresentam diversas conformações, são o ponto de contato do ribeirinho com a cidade. São usados para levar a produção, para abastecer as casas, para levar crianças a escola. O rio é sua conexão com a capital, o mundo como também o ambiente de trocas simbólicas. E é neste território que esta manifestação tem sentido.

Segundo Krucken (2009), estimular o reconhecimento das qualidades e dos valores relacionados a um produto local – qualidades relacionadas ao território, aos recursos, ao conhecimento incorporado na sua produção e ao seu significado para a comunidade produtora – é uma forma de contribuir para tornar visível à sociedade a história por trás do produto. Contar esta “história” significa comunicar elementos históricos, culturais e sociais associados ao produto, possibilitando ao consumidor avaliar e apreciar devidamente o produto e o desenvolver uma imagem favorável do território de origem. Esta visibilidade pode contribuir para a proteção do patrimônio cultural e a diversidade das culturas e, desta forma, para a preservação da herança cultural aos sucessores no uso do território. Contribui também para a adoção e a valorização de práticas sustentáveis na produção, na comercialização e no próprio consumo.

Neste sentido percebe-se a relevância deste projeto uma vez que, neste mesmo território, esta tradição tem perdido importância por muitas razões, seja pela

massiva influência da dos meios de comunicação que pasteurizam culturas, seja pela influência das formas fáceis dos computadores ou por razões econômicas. Este fato torna ainda mais relevante o projeto de identificação, mapeamento e divulgação realizados. Entre os objetivos principais do projeto, estão a valorização do saber local, aumento da autoestima, geração de renda e multiplicação não apenas para o público local como nacional e mundial. Ampliar a fonte de renda e valorizar o ofício colaboram para manter o profissional em seu local de origem, uma vez que, com a diminuição de trabalho, muitos deles mudam de profissão.

Vista a partir de seus modos de narrar, a cultura popular continua sendo a dos que mal sabem ler, que leem muito pouco e que não sabem escrever. Perguntem a um homem do campo de que modo ele faz sua vida, e poderão constatar não só a riqueza de seu saber e a precisão de seu vocabulário, mas a expressividade de seu *saber contar*. Peçam a ele, porém, que escreva o que disse, e verão que se cala. Isso nos aponta, em “positivo”, a outra face, a da persistência dos dispositivos da *cultura oral* enquanto dispositivos de enunciação do popular, tanto nos modos de narrar como nos de ler (MARTIN-BARBERO, 2004, p. 159).

Segundo a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, adotada pela UNESCO, e Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN constituem o Patrimônio Cultural: “as práticas, representações, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural” (IPHAN, 2000). Este patrimônio “se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana” (ibid.). Assim se dá com os Abridores de letras, portanto reconhecer, identificar, valorizar e divulgar os profissionais, suas técnicas e formas de transmissão é colaborar a preservação do patrimônio cultural brasileiro até hoje pouco conhecido.

O método e o território: o Rio Amazonas, de Manaus a Belém

Ao realizar levantamento em alguns dos principais centros urbanos servidos por via fluvial do vale do Amazonas como Belém, Manaus e Macapá, também em

algumas das cidades ribeirinhas da calha do Rio Amazonas e núcleos urbanos de menor porte, como os três centros no entorno de Belém, a saber, Curuçá e Marudá (município de Marapanim), no Nordeste Paraense e Abaetetuba e Igarapé-Miri, no baixo Tocantins e rio Pará foi possível traçar um primeiro esboço deste território de letras decoradas conforme mostra a Figura 2.

É o rio que conforma este território de trocas simbólicas, ainda que possam ser observadas ao longo do litoral paraense.

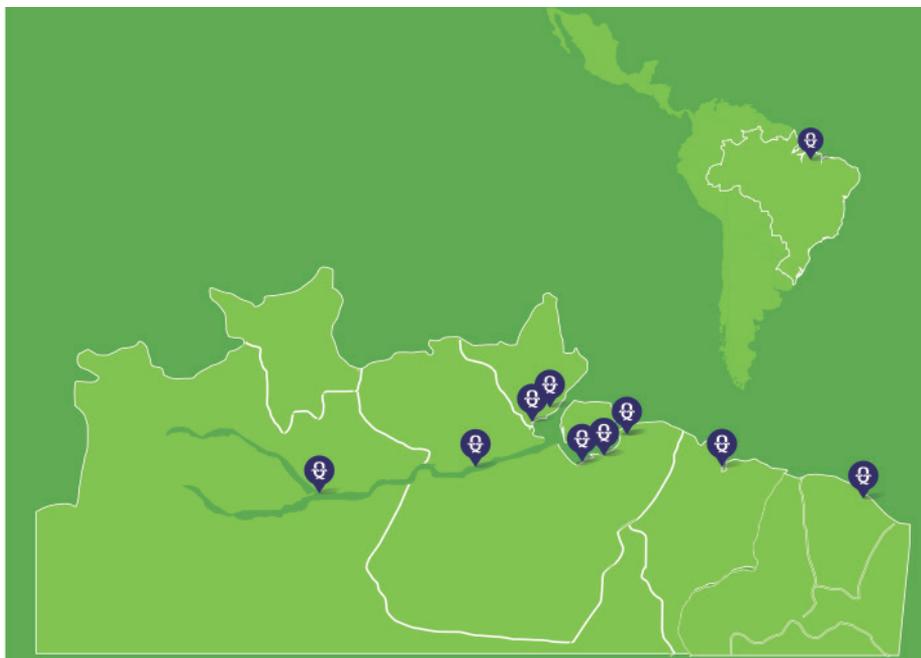


Figura 2 Território visitado pela pesquisa.

Fonte: Letras que Flutuam, 2015.

Segundo Ladislav Mandel (2006, p. 18),

o vocabulário de uma língua é o repertório de todos os seres, objetos e ideias de um grupo humano. As formas escriturais que traduzem esta língua se servem, por sua vez, do repertório visual e sedimentar do grupo.... Uma língua e uma escrita fixam o indivíduo dentro de uma comunidade social no seio de uma cultura.

Desta forma, procurou-se entender não apenas a forma das letras, mas de que forma esta manifestação ocorre e como representa o universo ribeirinho. São

letreiros executados por mestres ribeirinhos direcionados a um público específico, os ribeirinhos. São letras feitas para ver e não para ler. Com um olhar de designer, mais focado na representação visual e estrutura das letras, o trabalho conclui que há um estilo comum a todos os profissionais envolvidos:

As letras pintadas pelos abridores no barcos possuem uma semelhança com as estruturas regulares da tipografia formal, mas não se restringem a elas. São uma simplificação do estilo vitoriano, apresentam algumas características comuns como a divisão da letra em duas partes, os fios de contorno, as serifas toscanas, as sombras e os enfeites, na região Norte chamados de “caqueado”. Neste caso, em similaridade com o desenvolvimento da estrutura e forma dos caracteres tipográficos em função do suporte e ferramenta citados no primeiro capítulo, nota-se que o próprio suporte (o barco) levou ao desenvolvimento um estilo próprio, as letras decorativas ribeirinhas, totalmente adaptado a ele a às ferramentas de trabalho (MARTINS, 2008, p. 80).

O resultado da pesquisa teve uma repercussão muito grande, nacional e localmente. Por considerar que este saber e seu representante, o abridor de letras, fazem parte do patrimônio cultural imaterial deste país e, portanto, mereciam serem melhor conhecidos, decidiu-se realizar um mapeamento destes profissionais.

Os procedimentos metodológicos incluíram:

- a) identificar o território de análise;
- b) identificar e mapear os mestres;
- c) conhecer o fazer, as técnicas, aprendizagem e aprendizado;
- d) identificar precursores históricos, estilos, a existência de linhas de transmissão de conhecimento;
- e) conhecer as práticas comerciais;
- f) repassar o conhecimento tanto para ribeirinhos como os demais brasileiros;
- g) divulgar este saber.

Devido à dificuldade logística do trabalho na Amazônia, o estado do Pará foi dividido em 4 polos. Em 2014 foi realizado o mapeamento da primeira região que compreende Belém e três cidades próximas e ligadas por via fluvial, Abaetetuba, Barcarena e Igarapé-Miri. Além de identificação e entrevista, o projeto previa a realização de oficinas para estudantes de escola pública nestas cidades, como forma de multiplicação deste conhecimento. Para isso, articulou-se apoio com as prefeituras locais que foram receptivas aos projetos e suas atividades. Esse trabalho de articulação local foi feito por meio da Mapinguari,¹ empresa

1 Para saber mais sobre a Mapinguari e seus trabalhos com comunidades, ver: <http://www.mapinguaridesign.com.br>

de design que desenvolve vários trabalhos na valorização da cultura e dos recursos locais junto a comunidades, coordenada por Fernanda Martins e Sâmia Batista. Dentre os projetos de natureza colaborativa destacam-se Ver-as-ervas, Cardume de mãos, Mulheres de Barro, Acoalfa, Quilombo África. Os projetos realizados ao longo da última década permitiram testar ferramentas e abordagens e desenvolver métodos colaborativos que contribuam para a valorização cultural e o fortalecimento associativo. Esses trabalhos vêm sendo relatados em eventos de design e comunicação (acadêmicos e não acadêmicos) no Brasil e no exterior como a Palestra realizada e 2010 no Simpósio Brasileiro de Design Sustentável em São Paulo ou mesmo a recente palestra no Congresso Internacional da Associação Tipográfica Internacional – AtyPI reconhecida como um dos pontos altos do evento.

Em relação ao território, restringindo-se ao estado do Pará, foram definidos quatro polos: Belém e entorno, Marajó, Santarém e a região atlântica. Até o momento apenas o primeiro polo foi visitado. Quanto ao mapeamento dos mestres, ao contrário do imaginado, que seriam poucos mestres por região, foram identificados 70 profissionais, dos quais 42 foram entrevistados.

Para as entrevistas foi elaborado um roteiro com perguntas fixas sobre o fazer, as técnicas, a aprendizagem e o repasse de conhecimento; os precursores históricos, estilos, a existência de linhas de transmissão de conhecimento; as práticas comerciais.

Durante o encontro com cada mestre, que foi fotografado e filmado, solicitou-se que se pintasse um letreiro para a exposição prevista. Durante a produção a equipe contatou e envolveu as prefeituras locais, para que fossem indicadas escolas públicas próximas ao rio para a execução das oficinas. Para cada local visitado foi realizada uma oficina para jovens de escola pública em que os tutores foram alguns dos mestres de cada localidade. Depois de realizadas as entrevistas, retornamos com uma exposição onde estavam incluídos os resultados das oficinas nas escolas, e foi exibido o vídeo documentário para validação dos mestres acasados. Os eventos contaram com grande público, que aprovou o documentário e demonstrou forte orgulho em ver-se representados.

Após esta etapa, devido ao grande interesse, foram realizadas também oficinas para designers, em Belém e outros estados.

Um resultado importante foi o documentário que apresenta os resultados do trabalho.

Como designers, acostumados a concretização de nossos projetos em peças gráficas como livros e folhetos, fomos surpreendidos com a força desta ferramenta. Um documentário de 10 minutos, gravado durante as pesquisas e montado a partir dos conteúdos que o mapeamento buscava compreender, transformou-se no resultado mais impactante do projeto até o momento. O filme traz a narrativa do pintor,

revela seu mundo e seu saber, provocando a curiosidade. Envolvente e encantador, funciona como “provótipo”,² um gatilho provocador, que favorece a reflexão. Utilizado tanto em exposição quanto em mostras de arte, como na exposição Cidade Gráfica do Instituto Cultural Itaú como em oficinas com crianças, provoca a discussão, se mostrando uma ferramenta educacional e comunicacional poderosa.

Outro resultado que merece destaque é o reconhecimento deste ofício e seus mestres pela sociedade. Todo o processo foi acompanhado de divulgação nas mídias sociais, atraindo também o interesse da imprensa do estado, imprensa e televisiva. Foi muito importante para os mestres serem entrevistados. Assim como foi importante a demanda que surgiu para a pintura de letras para outros clientes como bares e restaurantes, organizações não governamentais e mesmo escolas públicas. Ampliou-se o mercado de trabalho para estes profissionais e a possibilidade de aumento de renda.

Algumas considerações

O projeto Letras que flutuam, que se iniciou como uma pesquisa acadêmica exploratória, acabou por se transformar em um projeto com o objetivo de aumentar a visibilidade deste ofício e colaborar com a melhoria da renda dos Abridores. Aconteceu de forma empírica, não existindo *cases*, modelos a serem seguidos ou forte embasamento teórico que não fosse a experiência prévia dos designers envolvidos. O envolvimento de uma designer paulista com região amazônica, que leva ao relacionamento profissional com grupos sociais muito distintos da prática comercial urbana, fatalmente levou a uma busca de novas formas de atuar.

Como resultados importantes podem-se destacar: por um lado, a valorização do saber tradicional e dos mestres; por outro lado, o papel que o designer pode desempenhar ao investigar, dar visibilidade e promover patrimônios culturais até então não reconhecidos como tal. Em relação aos mestres (Figura 3), pode-se observar que esta pesquisa contribuiu efetivamente para a abertura um novo mercado para estes profissionais (os abridores de letras): várias casas comerciais pedem aos abridores que pintem seus nomes, em fachadas e placas, novos tipos de venda de trabalhos como as placas com letreiros, como também estão indo para outras cidades para ministrar oficinas. Paralelo ao aspecto comercial, nota-se que a valorização do ofício tem como consequência o aumento de autoestima, principalmente

2 De provotypes, neologismo criado a partir do termo provocation nos provótipos podem ser usados como catalisadores no engajamento de usuários no jogo com a linguagem do design. Os provótipos são utilizados, portanto, como mediadores que provocam reflexão sobre práticas existentes (MORGENSEN apud GUNN; DONOVAN, 2012).

porque ocorreu a melhoria da percepção da sociedade: hoje podem se orgulhar de serem abridores de letras novamente.

Em relação a possíveis contribuições do designer, pode-se destacar a potencialidade formadora e transformadora da mediação proporcionada por seus projetos, através de sua capacidade de reconhecer manifestações, reformular pressupostos e recompor relações concretizando-as em produtos aceitos por um público mais amplo. Desta forma favorece a visibilidade e a promoção de patrimônios culturais até então não reconhecidos como tal. Notadamente esta atuação se insere no âmbito do papel social do design que colabora para o desenvolvimento sustentável.



Figura 3 Mestres abridores entrevistados na etapa Belém.

Fonte: Acervo Letras que Flutuam.

Agradecimentos

Esta etapa do mapeamento só pôde ser realizada graças ao *Editais Amazônia Cultural* do Ministério da Cultura. Em uma via de mão dupla, em que todos foram transformados, agradeço a cada um dos Abridores contatados, sem seu saber nada teria acontecido. Foi através de sua enorme generosidade, mesmo

sem compreender exatamente o que estávamos fazendo, que permitiu que este projeto acontecesse. Agradeço também à equipe do projeto Letras que Flutuam, pois nada se faz sozinho neste mundo. Neste processo de troca eu aprendi mais do que ensinei.

Referências

- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1997.
- _____. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- _____. **A Globalização Imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- _____. **Diferentes, desiguais e desconectados – mapas da interculturalidade**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- CARDOSO, R. (Org.). **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2005
- BAUMANN, Z. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005
- BRINGHURST, R. **Elementos do Estilo Tipográfico 3.0**. São Paulo: Cosac Naify, 2005
- FARIAS, P. **Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998
- FRUTIGER, A. **En torno de la tipografia**. Barcelona: Gustavo Gilli, 2002
- _____. **Sinais e Símbolos: Desenho Projeto e significado**. São Paulo: Martins Fontes, 1999
- GRAY, N. **Nineteenth Century Ornamented Typefaces**. Oxford: Faber and Faber, 1976
- HALLEWELL, L. **O livro no Brasil: Sua história**. São Paulo: EdUSP, 2005.
- HELLER, S. **Linguagens do Design: compreendendo o Design Gráfico**. São Paulo: Rosari, 2007

- HELLER, S.; FILI, L. **Typology**: Type design from the Victorian era to the digital era. San Francisco: Chronicle Books, 1999
- HELLER, S.; PYONOR, R. **Looking Closer 3**: Classic Writings on Graphic Design. New York: Allworth Press, 1999
- HORCADES, C. **A evolução da Escrita**: História Ilustrada. Rio de Janeiro: Senac, 2004
- INSTITUTO DE PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Programa Nacional do Patrimônio Imaterial**. Instituído pelo Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000.
- JEAN, G. **A Escrita** – memória dos homens. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.
- KRUCKEN, L. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Nobel, 2009.
- LAWSON, A. **Anatomy of a Typeface**. Boston: David R. Godine, 1990
- LIMA, M. D. Ver-o-Peso, patrimônio e práticas sociais: uma abordagem etnográfica da feira mais famosa de Belém do Pará. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2008.
- LOUREIRO, P. **Cultura Amazônica**: Uma poética do imaginário. Col. Obras reunidas, v. 4. São Paulo: Escrituras, 2000
- _____. As fontes do olhar. **Revista de Cultura**, Fortaleza/São Paulo, n. 8, jan. 2001.
- MANDEL, L. **Escritas**; espelho dos Homens e das sociedades. São Paulo: Rosari, 2006
- MAN, J. **A revolução de Gutenberg**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004
- MARTIN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.
- MARTINS, B. G. **Tipografia Popular**: potências do ilegível na experiência do cotidiano. São Paulo: Annablume, 2007

MARTINS, F. O. **Letras que flutuam** – O universo ribeirinho e a tipografia vitoriana. Monografia apresentada ao Curso de especialização em Semiótica e Cultura Visual da Universidade Federal do Pará, 2008.

MARTINS, F. O.; SILVA, S. B. **Participatory Branding Development with communities – based groups**: The case of the Ver As Ervas Association – traditional knowledge associated to the Amazon rainforest biodiversity. In: I International Symposium on Sustainable Design – I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, Curitiba, September 4th – 6th, 2007.

_____. **Identidade & Sustentabilidade**: a abordagem participativa em design como ferramenta de reflexão sobre a Identidade de associações de base comunitária. In: II International Symposium on Sustainable Design – II Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, São Paulo, November 5th – 6th, 2009.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003

SANTOS, B. S. **Pela mão de Alice**: o social e o político na pós-modernidade. São Paulo: Cortez, 2000.

_____. Para além do Pensamento Abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 78, p. 3-46, 2007.

SCHOEPE, D. **George Huebner, 1862-1935, um fotógrafo em Manaus**. São Paulo: Metalivros, 2005.

SEMERARO, C. M. (Org.). **História da tipografia no Brasil**. São Paulo: Museu de Arte de São Paulo, 1979

SESMA, Manuel. **Tipografismo**: Aproximação a una estética de la letra. Barcelona: Paidós Ibérica, 2003.

SOUZA, M. Afinal, quem é mais moderno neste país? **Estudos avançados** [online], 2005, v. 19, n. 53, p. 87-96.

RIZZINI, C. **O jornalismo antes da Tipografia**. São Paulo: Companhia Nacional, 1977.

ROMERO, M. **Apostila “n1h03b”** – Cátedra Cosgaya. Buenos Aires: FADU/Universidad de Buenos Aires, 2005.

TRACY, W. *Letters of Credit: a View of Type Design*. Boston: David Godine, 2003.

TUPIASSU, A. *Riso e pranto nos mares do descobrimento ou ensaios sobre História e Poesia*. Belém: UNAMA, 2000

URE, J. *Invasores do Amazonas*. Rio de Janeiro: Record, 1986.

Lugares de Godot

Paulo Reyes

A expectativa na espera [prólogo]

O ato de esperar não resigna: ele é apaixonado pelo êxito em lugar do fracasso. A espera, colocada acima do ato de temer, não é passiva como este, tampouco está trancafiada em um nada. O afeto da espera sai de si mesmo, ampliando as pessoas, em vez de estreitá-las: ele nem consegue saber o bastante sobre o que interiormente as faz dirigirem-se para um alvo, ou sobre o que exteriormente pode ser aliado a elas. A ação desse afeto requer pessoas que se lancem ativamente naquilo que vai se tornando e do qual elas próprias fazem parte (BLOCH, 13:2005).

Ao dar início a esta escrita, tomo as palavras de Ernst Bloch para afirmar que projetar o território em uma perspectiva socialmente responsável é pensá-lo em uma perspectiva de espera, de esperança em um sonho comum, naquilo que nos é comum, mesmo que ainda-não-seja-consciente. Este texto posiciona a *espera* como um ato político que carrega em si uma função utópica necessária ao processo de projeto. O *processo* de projeto é a possibilidade de *preparar essa espera* que, neste texto, é metaforizado pela espera de Godot em Samuel Beckett.

Procuro refletir sobre o *processo* de projeto como uma ação que ao mesmo tempo é estética e política e que ao construir um sentido comum tem por base um desejo utópico fundamental para uma consciência sustentável. Mais do que utópico no sentido de gerar imagens idealizadas e totalizantes, o utópico funciona como um impulso de desejo – aquilo que cria laço entre os pares na situação presente para projetar um futuro mais socialmente responsável.

A partir de Rancière (2012), o texto dialoga com uma noção de estética que produz política e não a uma política que produz estética. A acepção de estética aqui fala menos de uma teoria da arte e mais das relações da ordem do mundo sensível. Nesse sentido, é a maneira como as *partilhas do sensível* são postas que a dimensão política emerge em um compromisso sustentável. É nesse processo de partilha que o comum se constrói como uma força coletiva e, portanto, comunitária [naquilo que nos é comum]. O projeto opera nesse nível do sensível, produzindo uma consciência política.

A textura deste ensaio é feita a partir de um discurso que vem da filosofia contemporânea e outro que vem da ficção através do texto de Samuel Beckett, *Esperando Godot*, a fim de evidenciar uma consciência política presente nas ações de projeto sobre o território. O ensaio divide-se em três atos: um primeiro, sobre a concepção de *território como ação* e não como delimitação física – neste ato, a tentativa é evidenciar uma acepção de território que seja construída por um processo de micropolíticas operadas no cotidiano; um segundo ato, sobre o projeto como aquela *ação que designa o território* – neste ato, o objetivo é refletir sobre o processo de exclusão que o design pode vir a constituir quando impõe um sentido ao território, determinando quem toma parte dele; e por fim, um terceiro ato, sobre *a possibilidade da ação do design não designar* – neste último ato, menos afirmativo, a intenção é especular valores do design que produzam um certo deslocamento da designação para a não designação, permitindo a efetivação de um outro olhar sobre a realidade.

A utilização, ao longo deste texto, da palavra inglesa *design* para significar *projeto* é uma tentativa de evidenciar o sentido de *designar* presente na grafia inglesa e ausente quando traduzida por projeto. O texto busca na obra de Samuel Beckett, *Esperando Godot*, material para construir um sentido de ação do projeto sobre o território que produza essa trama entre *designar e não designar*. A apropriação de um texto ficcional permite lançar ruídos nas “certezas científicas”, possibilitando a descoberta e a renovação de novos sentidos. Este ensaio trama um discurso entre essas realidades – filosofia e ficção –, tentando buscar questionamentos sobre um possível sentido de lugar sustentável produzido pelo e no *processo* de projeto. Em um primeiro movimento do texto, um pouco de *Esperando Godot*:

Todos os dias, num local à beira de uma estrada deserta, que não é possível descrever porque não se parece com coisa nenhuma, junto de uma árvore solitária – nua e esquelética hoje, no dia seguinte coberta de folhas –, dois vagabundos, Vladimir e Estragon, esperam Godot. Mas nada acontece, ninguém chega, ninguém parte. E Godot, que não saberemos (nem importa) quem é ou o que significa, nunca virá. Para preencher sua de-

sesperada expectativa, para iludir o tédio dos dias vazios e sempre iguais, Vladimir e Estragon falam um com o outro até a exaustão, mesmo sem terem nada que dizer: assim, ao menos dão-se a impressão de existirem (BECKETT, 1976).

Território, um ato de espaçar [1º ato]

O sentido posto, neste ensaio, para território segue na linha de Deleuze e Guattari (2009), designando uma *ação*. Para eles, o território é um processo de agenciamento e menos uma demarcação estática e física, ou seja, é o resultado de processos políticos de empoderamento.

Ao compreender território dessa maneira, estamos evidenciando mais o tempo do que o espaço nas operações sobre o território. Afirmar isso significa que o tempo opera sobre o espaço a fim de pensá-lo não como substantivo, mas como verbo – espaçar. Assim, em vez de falarmos em espaço, falaremos em *espaçamentos*, pretendendo que a palavra espaçamento dê o sentido de movimento presente na palavra tempo.

Espaçamento é um conceito de Derrida (2012) que se refere à temporalização presente na base do acontecer. Para ele, acontecimento é o que vem sem a nossa pré-visualização e espaçamento é a condição desse acontecimento. É a possibilidade que algo venha a acontecer. Portanto, é da ordem da imanência, naquilo que é latente no acontecer. “É próprio do conceito de acontecimento que ele venha sobre nós de maneira absolutamente surpreendente, inesperadamente” (DERRIDA, 2012, p. 70).

O território é esse acontecimento. Portanto, não vemos o território, ele se manifesta como possibilidade a nós. Essa impossibilidade de ver o acontecimento aparece neste texto sendo metaforizado pelos *momentos de espera* expressos no texto teatral de Samuel Beckett, *Esperando Godot*. Em uma visão genérica, a territorialização se expressa como “relações de domínio e apropriação do espaço, ou seja, nossas mediações espaciais do poder, poder em sentido amplo, que se estende do mais concreto ao mais simbólico” (HAESBAERT, 2012, p. 339). O sentido do território só se produz nesse espaçamento. Então, estamos emparelhando tempo e espaço com movimento, com um ato de produzir, que ao produzir território na ordem do sensível traz junto de si a dimensão política que é a base de uma visão sustentável.

Ao falar sobre espaçamento, não estamos no território como se fosse uma porção de espaço delimitado, mas nas suas espessas bordas e, mais ainda, nos seus transbordamentos. “Espaçamento não marca propriamente um lugar. Designa mais a possibilidade de inscrição, onde há o aparecimento de uma brecha ou

fenda [...]” (SOLIS, 2014, p. 27). É justamente nesse *espaçamento* que o sentido territorial se apresenta como um processo de mediação entre partes e de constante negociação política. Essas mediações de poder ocorrem a partir de processos de agenciamentos que, segundo Deleuze e Guattari (2009), são relações entre máquinas de conteúdo e máquinas de expressão.

Em relação ao conteúdo, estamos frente ao que nomeiam de “agenciamento maquínico do desejo”, ou seja, a maneira como os corpos ao interagirem produzem acontecimentos – a cada espaço territorializado, diferentes práticas sociais estabelecem conexões e dispersões que constroem diferentes vínculos. E quando pensamos na cena de *Esperando Godot*, reconhecemos que é na relação cotidiana entre os corpos dos personagens, Estragon e Vladimir, que o espaço faz sentido como lugar. É através desses vínculos sociais e das micropolíticas que o agenciamento se instaura.

Em relação à expressão, estamos frente ao que nomeiam “agenciamento coletivo de enunciação”, ou seja, a maneira como ocorre a expressão, como se anuncia, o que se expressa – isso significa que a comunidade territorializada produz um determinado ritmo que é expressivo. É no sentido da espera por Godot, expressa pelas relações entre Estragon e Vladimir, que o agenciamento se torna manifesto.

Esses agenciamentos, obviamente, não acontecem separadamente, pois é justamente nas relações de poder entre diferentes desejos e diferentes corpos (políticos) que ao produzirem acontecimentos os enunciam. Na espera, Estragon e Vladimir compartilham o território, mas este só *acontece* no tensionamento produzido pela espera de Godot. É, sobretudo, nesse *espessamento* das bordas que o território se atualiza – é entre o que está sendo produzido *dentro* [a relação entre Estragon e Vladimir] e o que está sendo produzido *fora* da borda [a promessa de vinda de Godot] que o território se afirma como *acontecimento*.

Design, um ato que designa [2º ato]

A matéria bruta, amorfa, ganha com o design um sentido, recebe uma designação, uma forma. Forma essa expressa nos objetos, nos lugares, e, atualmente, nos serviços. Assim, o design é aquilo que in-forma a matéria, portanto, cria existências, define contornos e constrói limites – estabelece um dentro e um fora – um lugar. Os contornos configuram o que é este lugar e, conseqüentemente, o que está fora dele. Muitas vezes, são contornos difíceis de romper, de torná-los permeáveis.

Ao construir limites, o design privilegia o que está contornado [sendo determinado por alguém] em detrimento do que está fora. O design que designa ao construir limites prefigura de maneira impositiva o vir-a-ser dos corpos. Não há escolha, a não ser se submeter ao desenho pré-estabelecido. Nessa acepção, o design designa o território como uma porção de espaço e nega a liberdade do

espaçamento. O contorno é prefigurado e desenhado em detalhes e o ato político se instaura como uma reação a essa designação. Conseqüentemente, o território é construído e imposto por uma lógica externa que funciona de maneira estratégica a fim de organizar e planificar a realidade interna.

O design que designa opera pela identificação das competências e, acima de tudo, não agrega, separa porque não coaduna com as diferenças e com as incompletudes. Há sempre uma partilha, um dentro e um fora. A partilha do sensível implica que “um mundo comum não é nunca simplesmente o *ethos*, a estadia comum, que resulta da sedimentação de um determinado número de atos entrelaçados. É sempre uma distribuição polêmica das maneiras de ser e das “ocupações” em um espaço de possíveis” (RANCIÈRE, 2012, p. 63).

Rancière denomina essa “partilha do sensível” como sendo um sistema de evidências do âmbito do sensível que produz, ao mesmo tempo, “um lugar comum” e “partes exclusivas”. Isto é, há no mesmo ato de partilha aqueles que se beneficiam e aqueles que são excluídos do processo, a partir de suas competências ou incompetências para a efetivação de um comum. Ele afirma que é justamente por conta desse processo de partilha que é possível conceber um sentido estético na base da política, diferentemente de uma política estetizada. “É um recorte dos tempos e dos espaços, do visível e do invisível, da palavra e do ruído que define ao mesmo tempo o lugar e o que está em jogo na política como forma de experiência” (RANCIÈRE, 2012, p. 16).

Rancière desloca o sentido de estética como campo disciplinar, ou como teoria da arte, para repensá-lo dentro de uma visão de arte que vincula o ato de fazer ao ato de ver, o de fabricar e o de tornar visível. “A arte antecipa o trabalho porque ela realiza o princípio dele: a transformação da matéria sensível em apresentação a si da comunidade – [...] a arte como transformação do pensamento em experiência sensível da comunidade” (RANCIÈRE, 2012, p. 67).

Na base desse regime estético das artes, em Rancière, está a “maneira de fazer” como sentido estético da vida. Sentido esse que está na base da política. É na maneira de partilhar ou compartilhar que as relações de poder se expressam. Portanto, é no nível da “partilha do sensível” que a dimensão política se instaura, como maneiras de fazer, de partilhar o sensível com o outro, ou de retirá-lo da ação.

Se, como vimos antes, o território é esse espaço de disputa que ocorre no processo de espaçamento, é de fundamental relevância posicionar a nossa lente sobre este lugar – o contorno. É imperativo pensar nos transbordamentos, a partir deles para escapar aos contornos, para enfim ver o que tem por fora, daquilo que não foi designado. O olhar do projetista deve ir aos restos. Não naquilo que sobrou da ação de contorno, mas sobretudo, naquilo que não se deixou contornar, desenhar, de-signar.

A filósofa argentina Mônica Cragnolini (2014), a partir de uma leitura do pensamento de Derrida, considera que discutir o “resto”, o que fica para além do contorno, é trazer à luz o olhar sobre o “outro”, é incluir no processo de territorialização a alteridade. A inclusão do outro nos processos de territorialização permite que, ao designar, o projeto opere de maneira porosa. Ou seja, o outro no projeto é a tentativa de que a totalidade não se efetive.

Se a inclusão do outro é basilar nesse processo como uma posição política e socialmente responsável, não é menos importante pensar a maneira como esse outro é incluído. O pensamento de Agambem nos ajuda nessa discussão, ao colocar o sentido moderno de *poiésis*: “a experiência central da *poiésis*, a produção na presença, cede agora o lugar à consideração do “como”, isto é, do processo através do qual o objeto foi produzido” (2013, p. 120). A *poiésis* é aquilo que permite que algo que não existia se faça presente. É a matéria que se faz forma. É a própria noção de design como projeto. Mas sobretudo na maneira como esse design forja uma forma.

O sentido do projeto é aquele que tem a capacidade de “algo vir a ser a partir do não ser” – a *poiésis*. Há um tipo de produção que vai para além da forma que é a produção de pensamento, antes de uma produção de espaço. Mas se for de espaço, é de um *espaço de pensamento*. É imperativo buscar as relações da tradição como maneiras de fazer e intensificá-las dando potência e não atribuir ao território como um todo um sentido global estético que retira e mascara as maneiras de fazer. O território só pode ser “projetado” respeitando essas relações de produção – ou seja, o que está sendo partilhado ou quem faz parte da partilha e quais são os processos políticos oriundos desse ato de partilha.

A questão que se coloca aqui é *como* foi produzido. *Como* o território foi pensado e produzido. O território só pode ser pensado na co-partilha do sensível, na maneira de fazer compartilhada, nas microações, nos pequenos espaços de agenciamentos. Nesse sentido, o design torna-se uma mediação para que os agenciamentos ocorram como um ato político que articula um sentido de comunidade. É na ação de negociação e através desses microagenciamentos que o território se estrutura e ganha em expressão. Nessa escala, a atuação é feita pelas táticas mais do que pelas estratégias. A cola é um a um. Não se tem um desenho a priori. O desenho se constitui como um acontecimento, no porvir.

Portanto, é a descrição de *como* as coisas são produzidas que interessa na narrativa do projeto. O limite entre quem partilha e de quem é ex-partilhado, é designado pelo contorno – contorno esse que é mais ou menos espesso quanto ao seu processo de rejeição ou acolhimento. O acolhimento só é possível pelas perfurações da borda no seu transbordamento. Há de se aprender a *projetar sem designar*.

Projeto, um ato sem desígnio [3º ato]

É justamente em um “espaço de possíveis” que o acontecimento pode ocorrer. Para Derrida é sobretudo o “não conhecimento que é a condição necessária para alguma coisa acontecer, para que a responsabilidade seja assumida, para que uma decisão seja tomada, para que um acontecimento ocorra” (DERRIDA, 2012, p. 52). O acontecimento é aquilo que se efetiva na combinação das diferenças e na sobreposição dos não saberes. É especialmente na incompletude que há espaçamento para que a “competência” se instale, *a posteriori*.

Essa noção de acontecimento não permite que se fale mais sobre dentro-para-fora e, menos ainda, de fora-para-dentro, definido pelo contorno. No design sem desígnio, estamos sempre dentro e fora ao mesmo tempo, pois não há contorno, só relações de cola entre corpos, em um processo de agrupamento que gera transbordamento. O lugar se constitui como resultado dessas microações e expressa esses agenciamentos – Estragon e Vladimir não estão dentro e Godot fora, mas no ato de espera estão todos implicados e cúmplices de um mesmo lugar, porque estão produzindo um processo territorial.

O lugar, como resultado do processo de territorialização, só acontece no momento em que as maneiras de fazer constroem ritmo. Como diz Deleuze e Guattari (2009), é através do ritmo que o lugar se torna expressivo. Ou seja, as práticas sociais que ocorrem no lugar ao produzirem relações entre sujeitos e com o próprio lugar estabelecem sentido a partir de um ritmo que inclui o outro. O lugar não existe *a priori*, como determinação, mas é resultado de uma expressão.

O sentido de acontecimento em Derrida se assemelha à promessa de chegada de Godot. Godot é o próprio indecível, “é a vinda do outro, do radicalmente outro, do outro não apropriável” (DERRIDA, 2012, p. 80). É através do *espaçamento* resultado do compartilhamento entre Estragon e Vladimir e da espera de Godot que a tensão territorial se manifesta como potência de fundar um lugar político.

O conceito de “experiência” em Derrida não é aquele que nos coloca em presença no presente, no qual vivemos a experiência a partir do momento em que ela se faz presente a nós. Mas, pelo contrário, é aquele que nos põe em viagem, em fluxo. Isso significa dizer que, para ele, experiência é “experimentar rumo a, através da ou desde a vinda do outro na sua heterogeneidade mais imprevisível; [...] trata-se de uma viagem sem design, de uma viagem sem desígnio, sem meta, nem horizonte” (DERRIDA, 2012, p. 80).

Esse deslocamento do sentido de experiência – do fixo ao móvel – posto por Derrida nos é fundamental para que possamos pensar um design sem designação. Pensar um design que não desenha, pelo contrário, é desenhado. Essa noção de

experiência como aquilo que se faz no processo permite que se pense o design como um projeto que se faz nos atos cotidianos, nas pequenas correlações entre diferentes corpos. Nesse sentido, o design não designa como prefiguração. Ele passa a ser um mediador sem meta formal. A forma é resultado das tensões internas ao próprio processo.

O projeto sem desígnio opera no sentido de abrir uma esperança, uma espera de um porvir. Há na espera uma dimensão utópica – um impulso de desejo utópico que desloca e torna suportável o real. Na obra de Beckett, Estragon e Vladimir tornam a impossibilidade de viver o presente em uma espera. Godot é essa espera. Godot é o porvir. É aquilo que no projeto sustentável opera no imaginário das comunidades locais como sonho comum. As dificuldades vivenciadas por essas comunidades só podem ser suportáveis se há nelas uma promessa. O projeto é essa promessa. É a possibilidade de transformar essa matéria em uma forma sensível sem forma *a priori*.

“A consciência utópica quer enxergar bem longe, mas, no fundo, apenas para atravessar a escuridão bem próxima do instante que acabou de ser vivido, em que todo devir está à deriva e oculto de si mesmo” (BLOCH, 2005, p. 23). Godot é essa suportabilidade do presente que se manifesta em uma consciência utópica vivida por Estragon e Vladimir. “Necessitamos de um telescópio mais potente, o da consciência utópica afiada, para atravessar justamente a proximidade mais imediata, assim como para atravessar o imediatismo mais imediato, em que ainda reside o cerne do encontrar-se e do estar-aí [...]” (BLOCH, 2005, p. 23). Godot é nossa esperança.

Bloch nos ensina que o mundo está repleto de esperança, de espera de algo, para essa disponibilidade para algo, para o porvir, para a chegada do outro como outro qualquer, mesmo que esse outro seja Godot. Como Derrida diria, para a chegada desse outro em mim. Para que, finalmente, uma consciência sustentável se instaure na abertura para o outro que se faz em mim. A chegada do outro como outro produz acontecimento. É a possibilidade de dar lugar a quem não tem lugar – dar lugar ao lugar. É, com o outro, sonhar juntos. “Composições significativas da fantasia do sonho diurno não produzem bolhas de sabão: elas abrem janelas e, por trás destas, o mundo do sonho diurno é no mínimo uma possibilidade a que se pode dar forma” (BLOCH, 2005, p. 100). O design pode ser este que produz uma forma sem designação, sem nada a ver, puro acontecimento.

Derrida (2012, p. 71) afirma que estamos acostumados a acreditar que “o desenhista é alguém que vê vir, que pré-desenha, que trabalha o traço, que calcula, etc.”, mas ao traçar, o desenho inventa, abre espaço para a surpresa. E este “é um momento em que o desenhista é de algum modo cego, em que ele não vê, ele não vê vir, ele é surpreendido pelo próprio traço que ele trilha, pela linha do traço, ele

está cego” (DERRIDA, 2012, p. 71). Esse encegamento é a saída do design como desígnio para um design que se deixa perder pelos desvios.¹

“Sonhar-para-a-frente” ou estar “ainda-não-consciente”, como nos ensina Bloch, é a possibilidade de produzir um pensamento sobre o projeto que produz encegamento. O desenhista transfere para a mão a potência do ver, ou melhor, do seu não ver. A mão elimina a perspectiva posta pela visão ao longe para transferir imediatamente para o próximo, para o tato, para aquilo que se apresenta a mim como acontecimento. Essa mão não é mais a mão que impõe, mas a mão que recebe. É a mão que se estende ao outro, como um cego que busca o seu caminho.

A promessa de Godot [epílogo]

Frente a uma postura sustentável do design, operamos neste texto, produzindo um sentido de sustentável que está presente na ação de projeto como algo que é construído junto, que é comum no ato de partilha e que produz um sonho utópico coletivo que acima de tudo é socialmente consciente da inclusão do outro.

Posicionamos o território [no ato 1] como um objeto móvel e aberto, sendo o resultado de disputas e políticas e de processos dissensuais. A abordagem sobre esse objeto móvel pode ocorrer, pelo menos, de duas maneiras: como designação pelo traço afirmativo do designer ou como resposta a um processo de conversação a partir de um desejo comum que dificilmente se deixa prefigurar; à primeira abordagem, chamamos de *ação de designar* [no ato 2] e à segunda, nomeamos de *ação de não designar*. Um pensamento socialmente responsável e sustentável só pode ocorrer no espaçamento gerado pela não designação, pois é mais inclusivo.

Estragon e Vladimir, partilham um sensível que faz sentido na espera. A árvore seca abriga o encontro. Godot não vem, mas a espera se mantém sempre viva. Godot é o acontecimento, é o porvir. É o que vai produzir ritmo ao lugar. É na chegada desse *outro* que o território se faz lugar. A falta de sentido da espera produz ritmo, mas o ritmo se faz no espaçamento que se cria entre a presença de Estragon e Vladimir e a promessa de Godot. É nesse intervalo, portanto, tempo, que se produz espaçamento e é exatamente aí que o design pode de maneira delicada atuar. A noção de sustentabilidade não se impõe como cartilha, mas é um pressuposto que constrói uma consciência política de lugar, da relação com este e com o outro que nele habita ou que venha a habitar, é da consciência de um estar aí, para sempre, esperando Godot.

1 REYES, P. E. B. Projeto entre desígnio e desvio. Artigo apresentado no I Colóquio Internacional Arquitetura, Derrida e aproximações – querências-estâncias de Derrida, Pelotas, UFPel e UFRGS, 2015 (texto no prelo).

Referências

- AGAMBEN, G. **O homem sem conteúdo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.
- BECKETT, S. **Esperando Godot**. São Paulo: Abril, coleção Teatro Vivo, tradução de Flávio Rangel, 1976.
- BLOCH, E. **O princípio esperança**. Rio de Janeiro: EdUERJ, Contraponto, 2005.
- CRAGNOLINI, M. Pensar, tremer, desconstruir. In Dossiê Jacques Derrida, **Revista Cult**, n. 195, out. 2014.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Editora 34, 2009.
- DERRIDA, J. **Pensar em não ver: escritos sobre a arte do visível**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2012.
- HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multi-territorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.
- RANCIÈRE, J. **A partilha do sensível: estética e política**. São Paulo: Editora 34, 2012.
- REYES, P. **Projeto entre desígnio e desvio**. Artigo apresentado no I Colóquio Internacional Arquitetura, Derrida e aproximações – querências-estâncias de Derrida, Pelotas, UFPel e UFRGS, 2015 (texto no prelo).
- SOLIS, D.; FUÃO, F. (Org.). **Derrida e arquitetura**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2014.

Conexões criativas entre pessoas e lugares: possíveis ações do designer em projetos no território

Lia Krucken

Pensar o território como “âmbito de projeto” e compreender as dinâmicas que nele se inter-relacionam constitui um grande desafio para o design. Um território não é um projeto, nem é projetável (como projeta-se um produto). Mas o ato de projetar está sempre localizado em um território e este contexto localizado (seja fisicamente ou virtualmente) é parte do projeto. Este texto tem como propósito justamente refletir sobre possíveis contribuições do design para promover melhorias e inovações no território e com as pessoas que ali vivem, considerando os recursos e as dinâmicas que constituem um local específico.

Ampliando a percepção de território

Dos vários caminhos que esse estudo pode tomar, destaco uma vertente: as relações criativas do homem no e com o território, seu entorno. Para iniciar a reflexão tomo emprestada a palavra *heimat*, da língua alemã. *Heimat* significa casa, lar, pátria, terra. Theis (2011) aponta que cada uma destas palavras possui vários sentidos diferentes e, mesmo assim, nenhuma delas pode ser utilizada como uma tradução exata. A conotação de *heimat* inclui sentimentos relacionados à nostalgia e até mesmo uma dimensão de mito, como destaca Flusser (2003) ao descrever “os desafios do migrante”. O autor observa que nós estamos conectados ao *heimat* por diversas ligações, a maior parte delas estão escondidas e não acessíveis à consciência.

É interessante analisar o uso dessa palavra por Vilém Flusser (1920-1991),¹ cuja obra transita em diversas áreas – da filosofia ao design. De origem tcheca, Flusser mudou-se para o Brasil fugindo do nazismo, em 1940.

1 Para saber mais sobre a obra de Vilém Flusser: <http://www.flusserbrasil.com/biografia.html>

Naturalizado brasileiro, Flusser atuou por cerca de 20 anos como professor de filosofia, jornalista, conferencista e escritor. Em 1967, torna-se professor de filosofia da ciência na Universidade de São Paulo e, em 1972, assina a coluna diária “Ponto Zero” no jornal *Folha de São Paulo*. Artigos dessa época foram organizados em vários livros, que têm sido traduzidos em diversas línguas, e sua obra continua atual e impactante.

Recentemente, em 2016, a Academia de Arte de Berlim organizou uma mostra sobre o seu trabalho, intitulada “Without Firm Ground”,² na qual seus textos e pensamento são descritos como “um contínuo experimento de viver e sobreviver na diáspora”. A obra que abre a exposição é um grande painel de deslocamentos e agrupamentos feitos pelo Flusser, seja em termos de áreas de conhecimento, seja geograficamente. A questão do território (no sentido amplo da palavra) aparece de novo como elemento central no trabalho de Flusser, que afirma que “o misterioso sentimento de *heimat* liga-se a pessoas e coisas” (2003, p. 5).

Pareceu-me oportuno citar o seu trabalho neste texto. Como um importante pensador do design, Flusser foi capaz de dialogar com diversas culturas e territórios, incluindo o Brasil como lugar que permitiu o pensamento.³ Particularmente sobre as relações entre “Território e Design”, a abordagem que o autor traz sobre *heimat* pode ser interessante para ampliar uma reflexão crítica, evidenciando a dimensão humana. Além disso, a própria trajetória de Flusser reflete uma condição cada vez mais comum, que é a de atuar em contextos multiculturais e abordar questões socioculturais complexas.

Não é o propósito desse texto analisar conotações político-econômicas relacionadas à palavra território. O que se quer destacar nessa reflexão é justamente a escala humana e a dimensão afetiva do território. Mas para isso é necessário contextualizar a discussão e entender como as palavras são usadas. Território é um termo complexo, porque abarca diversas escalas e perspectivas.

2 http://www.adk.de/de/programm/?we_objectID=49530

3 Ainda que Flusser tivesse várias críticas, é notadamente no Brasil que encontrou lugar para desenvolver sua carreira: “[Brasil] é ao mesmo tempo estimulante e frustrante para alguém interessado no estudo e na investigação da filosofia. É estimulante porque praticamente tudo o que se faz é um trabalho pioneiro... é frustrante porque os grupos intelectuais “oficiais”... são rigidamente divididos em dois campos rivais, o marxista e o católico.” – trecho da carta que Flusser escreveu a Lionel Ruby em 1962, da Associação Filosófica Americana, destacado por Finger (2003). A essa carta, na qual Flusser indicava interesse em atuar em uma “atmosfera de universidade mais independente” nos Estados Unidos, recebe a resposta “Seria extremamente difícil [para você] obter uma posição como professor sem uma titulação”. Paradoxalmente, atuando como professor da Universidade de São Paulo, em 1967 Flusser viaja por seis meses representando o Brasil, a convite do Itamaraty, em uma série de conferências sobre a filosofia brasileira nos Estados Unidos e na Europa.

Como aponta Storey (2013), vivemos em um mundo altamente territorializado e a manifestação mais óbvia deste fato é a divisão política da terra em países ou estados separados. Seguindo a lógica proposta pelo autor, território pode ser definido como um “espaço delimitado” (pelas fronteiras) e o processo pelo qual grupos e indivíduos reivindicam um território pode ser descrito como territorialidade. A ambiguidade da palavra fica clara quando se pergunta: *por que ou para quem a territorialidade se estabelece?* Territorialidade é uma estratégia geográfica poderosa para controlar pessoas e coisas, por meio do controle de uma área, destaca Sack (1986). O autor defende a ideia de que territorialidade se tornou, na modernidade, instrumento político-estratégico para alocar/deslocar significado ao espaço, de tornar impessoais as relações sociais e de obscurecer as fontes de poder (ibid, p.2). Essas considerações foram selecionadas com o objetivo de esclarecer que ao se falar aqui, nesse texto, sobre território, buscam-se alternativas à visão controladora e limitadora que pode estar embutida no conceito de território.

O geógrafo Milton Santos (1926-2001) desenvolveu uma longa obra focalizada no conceito de território, espaço e lugar e nas dinâmicas entre territórios. O autor observa que “o território não é um dado neutro nem um ator passivo” e inclui a dimensão temporal ao afirmar que “o espaço geográfico não apenas revela o transcurso da história como indica a seus atores o modo de nela intervir de maneira consciente” (SANTOS, 2000, p. 96). Citando a definição proposta pelo autor: “O território é o chão e mais a população, isto é, uma identidade, o fato e o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence. O território é a base do trabalho, da residência, das trocas materiais e espirituais e da vida, sobre os quais ele influi” (ibid).

Essa abordagem de “território vivido” remete ao conceito de *terroir*, original do francês, empregado para definir um território caracterizado pela interação com o homem ao longo dos anos, cujos recursos e produtos são fortemente determinados pelas condições do solo, do clima e culturais. De acordo com o French National Institute for Agricultural Research (INRA, 2002, tradução livre), o *terroir* pode ser considerado como “uma entidade territorial cujos valores patrimoniais resultam de relações complexas entre elementos culturais, sociais, ecológicos e econômicos, que se desenvolveram ao longo do tempo”. Desta forma, citando Barjolle et al. (1998, p. 10, tradução livre), um *terroir* compreende um espaço geográfico complexo, caracterizado por três perspectivas: um território com suas condições edafoclimáticas; um ambiente de conhecimentos e práticas; um conjunto de tradições e costumes localizados. Esse tema foi investigado também em trabalhos anteriores por Krucken (2008; 2009).

Alguns autores apontam o ressurgimento da valorização do local e do pertencimento cultural – como *terroir* na França, *heimat* na Alemanha (ainda que estas palavras tenham sentidos bastante diversos) – na década de 1970. Esses

sentimentos seriam uma resposta à “experiência de desterritorialização, deslocamento e alienação que aumentavam com a globalização” (GOODBODY, 2011).

É interessante notar que esses movimentos de repensar “o local” e o “território de origem” também se encontram com a crescente preocupação com o meio ambiente. “Conexões emocionais com um lugar nos fazem mais sensíveis às mudanças ambientais e mais desejosos de tomar ações para protegê-lo” ressalta Goodbody (2011), ao relacionar Heimat ao movimento ambientalista na Alemanha. Sobre esse aspecto é importante destacar que Heimat é uma unidade espacial não formal, não legalística (que não indica propriedade e que não pode ser possuído), que abarca simultaneamente várias dimensões: “o lugar, a cidade natal, a região e o país” (ibid, p.18). Talvez por esse caráter multidimensional,⁴ o sentido de *heimat* associado à sustentabilidade encontra ressonância em movimentos participativos e democráticos “bottom-up”. Outro aspecto interessante é a necessidade de redefinição da conexão ao *heimat* em um mundo que se torna crescentemente “diásporo e transacional” (GOODBODY, 2011), por meio das dinâmicas de migração, por exemplo.

Ao meu ver, a questão mais interessante que essas palavras trazem é a ideia de pertencimento, especialmente em relação à dimensão simbólica, que é tão necessária para que as pessoas se sintam parte de uma sociedade e possam desenvolver ações/projetos democráticos (e também cuidar do lugar, reconhecer direitos e deveres em relação ao espaço coletivo). E pensando como designer: o que significa considerar o território como âmbito do projeto de design? Como incorporar também a noção de casa, lugar, paisagem, e ir além das fronteiras objetivas da palavra território?

Território afetivo e lugar do projeto

“Colocar em perspectiva o território é, necessariamente, uma opção pelo local, seja qual for a dimensão que essa instância possa ter”, afirma Leite (2015, p. 34). Fazer um recorte de base territorial “nos coloca em contato com demandas mais imediatas da população e também com as potencialidades que emergem das comunidades” continua o autor (ibid). Leite (2015) também observa que atuar no nível local nos permite criar soluções para problemas globais, tendo a “qualidade de vida como centro articulador das experiências na busca do bem viver e do bem comum”.

Essas considerações se aproximam da noção de “localismo cosmopolita”, proposta por Wolfgang Sachs no seu livro *Dicionário do desenvolvimento*, publicado originalmente em 1992. A busca por “unidades centradas no espaço” está evoluindo para a busca de “diversidades centradas no lugar”, aponta Sachs

4 Como destaca Morin (p.177): o planeta é “nossa casa, *home*, *heimat*, é nossa matéria e, mais ainda, nossa Terra-Pátria”. O autor considera o “futuro comum” do planeta como base para o manifesto “From Homeland Earth; A New Manifesto For The New Millennium”.

(1992, p. 122). Isso significa, por exemplo, reavivar o interesse por línguas locais e redescobrir sistemas tradicionais de conhecimento, bem como pensar alternativas para uma revitalização econômica local. Assim, o autor ressalta a importância da diversidade, tanto na cultura como na natureza, e seu potencial de inovação e de fomento para soluções criativas, não lineares.

Com base nessa definição de Sachs, Manzini (2012) acrescenta que o “localismo cosmopolita” produz um novo modelo de bem-estar: “um bem-estar no qual se reconhece o quanto os contextos socioculturais e ambientais podem contribuir para a qualidade de vida das pessoas e para a resiliência de toda a sociedade”. Contextos podem ser entendidos como tecidos sociais vivos, uma paisagem ou a riqueza de diversidades que um lugar pode expressa, continua o autor.

Nesse sentido, a cultura e a arte, assim como o design, têm papel fundamental no desenvolvimento de um imaginário, de visões de mundo possíveis, nos quais essas diversidades podem se manifestar, e que antecedem a ação e o projeto nos diversos contextos. Silva (2006, p. 57) destaca que a percepção mental e física de um território se apoia em operações linguísticas e visuais. O território “se nomeia, se mostra ou se materializa em imagens, em jogos de operações simbólicas, que por sua própria natureza produz seus conteúdos e marcas seus limites”, afirma o autor. Silva (2006, p. 106) destaca ainda a relação entre o imaginário e a forma de narrar o território (especialmente o contexto urbano): “o imaginário afeta, filtra e modela a nossa percepção de vida e tem grande impacto na elaboração dos relatos sobre a cotidianidade”. É nessa dimensão simbólica, cultural, que os imaginários urbanos expressam sua potência estética e política e que passamos de uma “cidade de edifícios” para um “urbanismo dos cidadãos” (SILVA, 2006, p. 55).

Ter como foco de projeto o território pode significar, portanto, desenvolver ou apoiar projetos que vão desde construções mentais e imaginários, até o desenvolvimento de soluções “concretas”, relacionadas às demandas existentes ou latentes. Assim, identifico algumas questões para reflexão:

- *Como as competências do designer podem contribuir para promover a qualidade de vida em um território (espaço público, bairro, cidade)?*
- *Como as ferramentas de Design podem apoiar cidadãos e comunidades a compreender o território e a desenvolver soluções/estratégias que permitam o uso de seus recursos de forma sustentável?*
- *Como dar visibilidade a dinâmicas, histórias e características de um território?*

Essas questões não esgotam a reflexão, pelo contrário, abrem-na mais ainda. A análise de algumas iniciativas pode nos ajudar a identificar possíveis ações do designer tendo como âmbito de projeto um território. São apresentados três casos no Brasil: os dois primeiros referem-se a criação de imaginários urbanos, o último refere-se ao desenvolvimento de estratégias para fortalecer a capacidade criativa do território.

Coletivo Coletores – projeto Media Lab São Mateus em Movimento

O COLETORES tem como proposta pensar a cidade como meio e suporte para suas ações a partir de conceitos como: arte e jogo, arquitetura do precário, design social, arte interativa e arte digital. É um Coletivo de arte/intervenção urbana, formado em 2008 na cidade de São Paulo pelos artistas Toni William Cross e Flávio Camargo. O projeto Media Lab São Mateus em Movimento⁵ contou com o apoio do edital Redes e Ruas da cidade de São Paulo e envolveu uma série de intervenções digitais e ações culturais realizadas em 2015. Os autores definem o projeto como um processo de pesquisa-ação em que “enquanto você trabalha, você também observa” (MARINO, 2015, p. 7). Como forma de (re)significar as lutas e resistências no território (nesse caso, a favela de Vila Flávia e a região de São Mateus), os coletivos se apropriaram do universo da cultura digital e o trabalho envolveu a noção de “direito à cidade”. Segundo os idealizadores do projeto, que se baseiam na noção proposta por Harvey (2012), o direito à cidade não é o direito a algo que já está definido, mas, pelo contrário, caracteriza-se como o direito de reconstruir, recriar uma cidade diferente. Inicialmente pensadas como projeções na região de São Mateus (Figura 1), as imagens criadas pelo coletivo passaram a ser projetadas no centro da cidade de São Paulo, atingindo outros públicos na proposta de refletir criticamente sobre o espaço urbano.



Figura 1 Projeções desenvolvidas pelo coletivo Coletores, que provocam uma reflexão sobre o espaço urbano.

Fonte: Coletivo Coletores – Marino et al. (2015).

Esse projeto mostra um interessante uso da tecnologia para promoção da participação social, possibilitando explorar diferentes espaços da cidade, com diferentes linguagens poéticas. Ao dar visibilidade a elementos históricos presentes nas narrati-

5 Para saber mais, assista ao vídeo do projeto em: <https://www.youtube.com/watch?v=6BS7rZW6T6E>.

vas sobre o lugar, bem como a manifestações como a dança de rua e grafite, o projeto propõe experimentações estéticas e apropriação afetiva do território. As ferramentas tecnológicas, conforme destaca Bellig (2015) ao avaliar os resultados do projeto, constituem “elementos transversais que estão a serviço da cidadania” e seu uso pode provocar mudanças culturais no sentido de democratizar o uso do espaço público.

Espírito do lugar e geografia imaterial – oficinas colaborativas em Belo Horizonte

Essa iniciativa se desenvolveu a partir de uma série de oficinas abertas à comunidade durante 2013 e 2014, com o objetivo de entender o espírito do lugar e promover um debate democrático sobre a qualidade de vida no território. Cada oficina aborda um tema específico, escolhido em conjunto com os participantes – cidadãos, designers e artistas. As atividades incluíram explorações fotográficas na cidade e desenvolvimento de imagens e visões relacionadas aos desejos e aspirações para o espaço público. Em 2014, por exemplo, o tema trabalhado foi a água, tendo como foco contribuir para a conscientização dos valores culturais e sociais relacionados a esse recurso ambiental.⁶ O ponto de partida foi identificar rios e canais que passavam pelo centro da cidade de Belo Horizonte que se encontram cobertos por concreto.

Os métodos (Figura 2) incluíram o desenvolvimento de mapas coletivos, análise iconográfica e de conteúdo e a curadoria coletiva de uma exposição aberta ao público no Centro Cultural da UFMG de abril a agosto de 2014.



Figura 2 Panorama geral do processo de design.

Fonte: autora, 2014.

6 Para saber mais, assista à entrevista sobre a oficina em: <https://youtu.be/yNFbAy-tpt4>.

Esse projeto dá visibilidade aos desejos e aspirações de moradores locais (visões de um futuro desejável), associados às narrativas sobre o lugar. A exposição dos resultados foi aberta ao público, que foi convidado a interagir na análise realizada.

Studio Superfluo – laboratórios de cocriação com a comunidade

Como pensar um território em função dos resíduos nele gerados e que podem, por sua vez, gerar novas riquezas? Esse é um dos desafios que o Studio Superfluo se coloca em seus projetos com comunidades, baseados em princípios de design sistêmico (BISTAGNINO, 2010). Dentre os projetos realizados destaca-se o Laboratório Criativo realizado em 2014 com a Associação de catadores Ascapeu, na cidade de Pompéu, em Minas Gerais (Figura 3).⁷ Essa iniciativa envolveu a sensibilização sobre as potencialidades de reusar materiais, o mapeamento de resíduos gerados na cidade e dos atores que poderiam ser envolvidos na solução de design, levantamento de fundos (realizado por meio da plataforma de *crowdfunding* Catarse) e o experimento de um modelo de produção artesanal sustentável no território – que inclui a criação de novos postos de trabalho para os catadores, formação sobre temas relacionados a sustentabilidade, capacitação para a realização de projetos e desenvolvimentos de novos produtos. Sob esse aspecto, é importante citar que um dos produtos gerados nesse projeto foi selecionado para o prêmio nacional “Objeto Brasileiro” em 2014.



Figura 3 Ciclo virtuoso de resíduos urbanos para a cidade de Pompéu envolvendo atores no território.

Essa iniciativa se baseia na percepção do território como um ecossistema e na intervenção do Design para desenvolver ciclos virtuosos que gerem maior qualidade de vida e sustentabilidade. Como afirmam os coordenadores do projeto, o trabalho desenvolvido cria oportunidades de compartilhamento a serviço da cidade – por exemplo o uso coletivo das ferramentas do Laboratório Criativo, adquiridas a partir do *crowdfunding*.

⁷ <http://studiosuperfluo.com/portfolio/lab-criativo--pompeu/>.

Possíveis contribuições do designer

As iniciativas discutidas possibilitam observar diversos aspectos, especialmente relacionados: a) à percepção do território e estímulo ao desenvolvimento de visões de “futuros desejáveis”; b) à interação entre atores em ações e soluções coletivas; c) ao uso de ferramentas de design para apoiar processos relacionados a mapeamento, visualização, comunicação, pesquisa e projeto, dentre outros.

Sobre a interação entre atores no desenvolvimento de ações e soluções coletivas, é interessante pensar o papel das organizações colaborativas como “place makers”, como indica Manzini (2015, p. 194).

Dentre as organizações colaborativas podemos destacar os coletivos culturais, que vêm se consolidando como um movimento social presente em muitas cidades latino-americanas na última década. Esses coletivos podem provocar novas dinâmicas no território, assim como gerar novas formas de entender o tecido social, em termos de conexões e valores. Em muitos casos, esses coletivos relacionam-se com ações de resistência, seja em defesa dos direitos dos cidadãos e de qualidade de vida coletiva, ou de alternativas mais sustentáveis (ambiental, econômica, cultural e social) no uso do território e espaços do cotidiano.

Nesse sentido, estas organizações podem contribuir para a criação de lugares mais habitáveis e para melhorar a “ecologia territorial”: “Se um território é um ecossistema de lugares e comunidades, a construção ou reconstrução desses lugares e comunidades, considerando toda sua variedade e riqueza cultural, também conduz ao desenvolvimento de um ecossistema mais rico e variado e, portanto, mais resiliente” (ibid).

Os mecanismos para desenvolver lugares mais resilientes estão emergindo na prática, como vários casos demonstram. Estruturas fundamentais incluem, conforme apontam Brown e Harris (2015): uma linguagem inclusiva (por exemplo, adotando “e” em vez de “mas”, e “ambos” em vez de “ou”), um repensar sobre ciência, uma democracia direta, a gestão recíproca de recursos, um aprendizado intenso e uma identidade coletiva.

Ao abordar questões amplas como estas, evidencia-se a importância da integração de linguagens e conhecimentos de várias áreas. É neste contexto dinâmico que algumas características próprias da disciplina de Design, como a riqueza interpretativa e a habilidade visionária – ou antecipatória, como aponta Maldonado (1976) –, podem contribuir para o desenvolvimento de uma pluralidade de soluções e de cenários de futuro (KRUCKEN, 2008). Como reforça Margolin (2000): “Design é, também, uma atividade integrativa que, em um sentido amplo, combina conhecimento de múltiplos campos e disciplinas para obter resultados específicos. Possui, simultaneamente, uma dimensão semântica e uma dimensão técnica e operativa”.

Várias outras iniciativas relacionadas à transformação do território por meio de projetos coletivos podem ser apontadas. A título de exemplo, destacam-se alguns projetos que foram desenvolvidos com o suporte de Escolas de Design:

- a) “Amplifying Creative Communities” – realizado na Parsons the New School com financiamento da Rockefeller Foundation em 2009. A percepção de que “boas ideias podem ser amplificadas” (PENIN, 2014) foi a base para este projeto, que envolveu a aplicação de ferramentas de design para aprimorar e multiplicar as soluções desenvolvidas pelas comunidades na cidade de Nova Iorque;
- b) “Design for the living world” – envolve alunos da Hochschule für Bildende Künste de Hamburgo, na Alemanha, que realizam iniciativas em diversos territórios. O projeto Soweto (POTRC, 2014), na África, é uma dessas iniciativas e foi desenvolvido em 2014, tendo como foco promover o uso coletivo de um espaço público abandonado, por meio de processos colaborativos com a comunidade;
- c) “A praça que queremos” – projeto realizado em 2012 junto a PUC – Rio, tendo como contexto de atuação o Complexo de favelas da Maré, uma favela de Rio de Janeiro. Foram aplicados métodos de criação participativos para renovar uma praça pública, local que se encontrava em condição de degrado junto com a população. O objetivo de projeto foi empoderar os moradores do lugar através do processo de Design e promover atitudes democráticas (GAUDIO; OLIVEIRA; FRANZATO, 2014).

As iniciativas e os projetos citados possibilitam identificar diversas contribuições do designer, tendo como foco de projeto o território. Primeiramente, ao considerar o contexto, as necessidades e os potenciais usuários, o Design pode contribuir para o entendimento de possibilidades de projeto. Ao promover o uso criativo do espaço público, por exemplo, pode-se promover uma melhoria da “relação com” o lugar e fortalecer o sentido de pertencimento, por meio da valorização de tradições, rituais e manifestações locais. No seu papel de facilitador criativo, o designer pode apoiar o desenvolvimento de soluções junto com as comunidades, valorizando o ‘potencial estético e político do lugar’, bem como envolver *stakeholders*, criando ‘espaços de convergência’. Por fim, especialmente interessante é o trabalho de resgatar e dar visibilidade à memória e à identidade do lugar. Esta abordagem do ‘território no tempo’ é crucial para se pensar ‘projetos portadores de sentido’ para o presente e para o futuro.

Essa lista é aberta e segue evoluindo. Ao meu ver, vamos compreendendo e atualizando as possíveis contribuições por meio da prática e da reflexão sobre a prática. Neste sentido, é interessante observar o importante papel que as Escolas de Design podem assumir ao proporcionar ‘espaços abertos de experimentação’,

que possibilitem o aprendizado pela experiência e o desenvolvimento de competências para a atuação em âmbitos complexos como são os territórios.

Referências

- BARJOLLE, D. et al. **Le lien au terroir. Bilan des travaux de recherche.** Office fédéral de l'Agriculture et l'Institut d'Economie rurale. Lausanne, 1998. Disponível em: <https://www.aop-igp.ch/_upl/files/Lien_au_terroir.pdf>. Acesso em: 1 ago. 2010.
- BELLIX, L. Tecnologia e participação: horizontes ao governo aberto. In MARIANO, A.; CAMARGO, F.; SANTOS, T. **Insurgências: arte, tecnologia e território.** São Paulo: Centro Cultural São Mateus em Movimento, 2015. p. 68-71.
- BISTAGNINO, L. Innovare: in che modo? In GERMAK, C. (Ed.). **Uomo al centro del progetto.** Torino: Allemandi & C., 2008. p. 32-39.
- BROWN, V. A.; HARRIS, J. A. A collective mind for a just and sustainable future. In FUAD-LUKE, A.; HIRSCHER, A.-L.; MOEBUS, K. (Org.). **Agents of Alternatives: redesign our realities.** Berlin: Agents of Alternatives, 2015. p. 46-57.
- FINGER, A. Introduction. In FLUSSER, V. **The freedom of the migrant: objections to nationalism.** Bristol: University of Illinois Press, 2003. p. IX-XXII.
- FLUSSER, V. **The freedom of the migrant: objections to nationalism.** Bristol: University of Illinois Press, 2003.
- FRENCH NATIONAL INSTITUTE FOR AGRICULTURAL RESEARCH – INRA. INRA faced with Sustainable Development: Landmarks for the Johannesburg Conference. **Dossiers de l'Environnement de l'INRA n° 22,** Paris. 213 p.
- GAUDIO, C.; OLIVEIRA, A. J.; FRANZATO, C.; O tempo no design participativo. In **Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.** São Paulo: Blucher, 2014. p. 957-969.
- GOODBODY, A. Heimat's environmental turn. In **ASLE Conference "Species, Space, and the Imagination of the Global"**, Boomington, 2011.
- HARVEY, D. **Rebel cities: From the right to the city to the urban revolution.** London, New York: Verso, 2012.

- KRUCKEN, L. Skills for design in contemporary society. In MORAES, D.; KRUCKEN, L. (Ed.). **Design and transversality**. Belo Horizonte: Santa Clara, 2008.
- _____. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Nobel, 2009.
- LEITE, A. E. Território: espaços afetivos. In MARINO, A.; CAMARGO, F.; SANTOS, T. **Insurgências: arte, tecnologia e território**. São Paulo: Centro Cultural São Mateus em Movimento, 2015.
- MALDONADO, T. **Disegno Industriale: un riesame**. Milano: G. Feltrinelli, 1999.
- MANZINI, E. **Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation**. London: MIT Press, 2015.
- _____. Resilient Systems and Cosmopolitan Localism – The Emerging Scenarios of the Small, Local, Open and Connected Space. **CNS Ecologia Política**, 2012.
- MARGOLIN, V. Building a design research community. In PIZZOCARO, S.; ARRUDA, A.; MORAES, D. (Org.). **Design Plus Research: Proceedings, 18-20 maio**. Milan: Politecnico di Milano, 2000.
- MARINO, A.; CROSS, T. W. Arte, tecnologia e direito à cidade. In MARINO, A.; CAMARGO, F.; SANTOS, T. **Insurgências: arte, tecnologia e território**. São Paulo: Centro Cultural São Mateus em Movimento, 2015.
- PENIN, L. Amplifying innovative sustainable urban behaviors. Defining a designed approach to social innovation. In CROCKER, R.; LEHMANN, S. (Ed.). **Behaviour Change, Consumption and Sustainable Design**. Series Sustainable Design. London: Earthscan/Routledge, 2013.
- POTRC, M. **The Soweto Project (Design for the Living World)**. Berlin: Archive Books, 2014.
- SACHS, W. (Ed.). **The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power**. London: Zed Books, 1992.
- SACK, R. D. **Human Territoriality: Its Theory and History**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. São Paulo: Record, 2000.

SILVA, A. **Imaginarios urbanos: cultura y comunicación urbana**. Bogotá: Arango, 2006.

STOREY, D. Territory and territoriality. In WARE, B. (Ed.). **Oxford Bibliographies in Geography**. New York: Oxford University Press, 2013.

THEIS, W. Heimat – um termo abstrato. **Revista Primus Vitam**, São Paulo, v. 4, p. 1-7, 2012.

Ideologias desencontradas na *Jazz* *Metropolis*: a cultura do design no “adapting reúso”

Rui Roda

A relação entre as dinâmicas de uso informal da cidade e as ideologias de uma cultura do projeto em *Design*, de forma aplicada ou em tons de *meta*-ensaios, resultaram em dois importantes vetores produtores de um fértil plâncton de oportunidades para um profícuo diálogo, que aqui se expressa, mas que ao longo do tempo nunca se concretizou. Ambiciona-se a partir desta realidade, promover um espaço de reflexão dedicado à história destes desencontros, destas duas dimensões: a que produziu soluções informais em um contexto de emergência aplicada à refuncionalização da cidade; e uma dimensão antropológica do *Design* que, na sua ambição, declarava uma autonomia no interior dos espaços construídos da cidade.

É neste contexto que ousou construir a metáfora resultante de *Jazz* com *Metropolis*. Conjuntamente *Jazz Metropolis* sugere uma oposição ao ‘modelo tradicional’ de cidade, construída pelo teorema da modernidade enquanto variável independente e autônoma. Esta metáfora sintetiza uma outra alternativa de cidade, construída por um novo território permeável à improvisação, à elasticidade, às forças não programáveis, à espontaneidade de natureza social, de mercado e cultura, capazes de alterar continuamente a fisionomia e natureza deste território.

O cenário que emerge desta reflexão propõe a identificação de novos horizontes e desafios de interpretação pelo *Design*, com a sociedade, com sistemas e subsistemas que no interior da cidade se relacionam de forma independente do vazio, ou seja, um exercício de fazer cidade sempre aberto dedicado à natureza inconstante do domínio do mercado, permitindo liderança, inteligência e interatividade do ‘utente’.

As condições de uma relação espontânea de mercado exigem cada vez mais à cidade uma condição de interação compulsiva com os sistemas de artefatos, em um processo dialógico, interativo e elástico.

Este é um desafio para uma possível abordagem multidisciplinar no âmbito do projeto nas suas diferentes escalas, promovendo assim uma aproximação entre *Design* e a cultura de fazer cidade.

No século XXI, ao confrontarmos-nos com o DNA da cidade abandonada, é possível compreender que este tecido se rege sobre denominadores comuns segundo a necessidade de uma interação *soft*. Tornou-se emergente a ruptura com o exercício da tipologia tradicionalmente atuante no âmbito do projeto tradicional aplicado à refuncionalização, ou seja, um conflito que carece de novas abordagens disciplinares relacionais e de novas relações possíveis e aplicadas ao funcionamento de uma cidade que se deseja sustentável.

Este olhar constrói um quadro consciente e avançado dedicado às ideologias na história do *Design*, que são chamadas (pontualmente) a interagir com a cidade informal do século XXI.

Jazz Metropolis interioriza assim um espaço de síntese dedicado à ideia de fazer ‘cidade’, que se constrói segundo um sistema autorregenerativo, complexo e informal. À imagem do *jazz*, veículo da improvisação integral para uma nova sonoridade – nos anos 1960 – *Jazz Metropolis* é a metáfora emblemática para evidenciar uma nova ordem na ‘cidade’, que, e como resultado, manifesta a natureza de um novo funcionamento em *jazz*; uma ‘Cidade’ irreverente, que rompe com as ideologias e estratégias de controlo disciplinar – o projeto – que outrora atuavam segundo princípios ortodoxos predefinidos como os implícitos na *Carta de Atenas de 1933*.

Com *Jazz Metropolis* reforça-se a ideia de uma metrópole partidária e permeável a uma improvisação integral em que, e para além das forças de natureza econômica e de mercado, outros elementos de ordem social se tornam preponderantes na alteração da fisionomia da própria cidade.

Com esta metáfora será possível sintetizar a imagem de todas as cidades permissíveis a uma nova instrumentalidade, nomeadamente aquelas que se encontram em forte crise de funcionamento. Refiro-me às cidades onde a crise imobiliária representa uma grande oportunidade no processo de reuso adaptativo. É neste contexto que nasce a ideia de *jazz* em um oportuno diálogo com *Metropolis*! Esta é a cidade cujo DNA é resiliente, elástico e flexível e que converte o problema do abandono em uma grande oportunidade através da integração de fenômenos sociais participados, integrando forças de natureza social, econômica e cultural.

Como no *jazz*, a espontaneidade surge como um valor absoluto e ambicionado na arquitetura e no urbanismo. O peso desta variável era já uma evidência no 8º Congresso Internacional da Arquitetura Moderna (CIAM8). Neste encontro Le Corbusier, ao referir-se particularmente às cidades latinas, indicava a espontaneidade como um valor vital incontornável pela ambição do projeto moderno.

As formas do abandono

Será fundamental ativar uma referência dos anos 1950, década na qual foi possível assistir às primeiras formas de abandono que abrangeu a indústria. Referimo-nos a realidades nas quais a força operária foi substituída pela automação integrada na cadeia produtiva que, na sua última estância, nos anos 1970, originou a revolução eletrônica alimentada pelos designados sistemas de “*automação recursiva*” (GALLINO, 1998). Enquanto a reorganização do processo produtivo iniciava o caminho de independência e controle, Bell anunciava o redirecionar da força social e produtiva para um novo setor, que intitulou como *The coming of post-industrial society* (1973).

Tendo como objetivo uma aproximação ao momento de forte transformação do uso do território, propõe-se um outro salto na história, agora focalizado nos anos 1990. De acordo Roland Robertson, vivemos a “*fase de incerteza da Globalização*”, das autoestradas digitais, possibilitando uma profunda transformação tecnológica que alimentou o próprio avanço da tecnologia da informação. O planeta sofreu uma rápida e acelerada transformação mundial face à *deslocalização* dos serviços e da força produtiva. A dependência do binômio tempo e espaço dissolveu-se (FRIEDMAN, 2005), proporcionando uma nova geografia produtiva à escala mundial organizada em função dos baixos custos de produção, assim como a reorganização dos serviços. O setor dos serviços, outrora condensado em edifícios verticais, com as autoestradas digitais dispersaram-se pelo território à escala mundial. O evento da globalização abriu assim o caminho para o conceito de “*cidade global*” enquanto produto de uma *network*, resultando em uma nova geografia de centralidade (SASSEN, 2003). Tóquio tornou-se uma evidência neste processo de abandono compulsivo. A cidade denuncia o ano de 2003 como “*2003 problem*”, contabilizando o valor correspondente a 2,27 milhões de metros quadrados¹ de edifícios do setor terciário abandonados. Neste contexto é fundamental referir a cidade de Londres que, no mesmo ano, apresentava o valor correspondente a 4,73 milhões de metros quadrados edificadas e abandonadas (PEREIRA, 2004). Itália, no setor industrial e de serviços, apresentava valores dispersos entre os quais é possível quantificar a área correspondente a 3 mil hectares apenas no setor industrial (DANSERO, 1993). Portugal, no ano de 2005, reconhecia a existência de 3,3 milhões de metros quadrados no mesmo setor (RIBEIRO,

1 Dados colhidos com base na entrevista com Prof. Matsumura, Universidade de Tóquio (Junho, 2006)

2005), para além dos casos emblemáticos de metrópoles como Nova York, São Paulo e Argentina.²

Um manifesto entre Design e Cidade na cultura do *Adapting Reuse*

Em *Os sete Palácios celestes* de Anselm Kiefer (Figura 1) é possível compreender a relação de dependência vibrante entre estas duas variáveis – sustentabilidade e *adapting reuse*. O valor da obsolescência cria o manifesto de uma cidade que se regenera em si mesma, em uma evolução contínua, sem um fim, através da sua própria matéria.



Figura 1 Instalação “*I Sette Palazzi Celesti*”, Anselm Kiefer, Hangar Bicocca, Milão, Itália.

Fonte: Rui Roda.

A instalação, pela sua natureza regenerativa, serve de chave interpretativa à valorização do reuso como um valor sustentável à própria cidade. Os *Sete Palácios celestes* de Anselm Kiefer oferecem uma analogia com a mercadologia, re-

2 Os dados relativos às cidades indicadas podem ser observados em tese de dissertação realizada pelo autor (RODA, 2007, p. 47-63)

correndo a peças modulares que se repetem e se empilham versus o infinito, uma espécie de elogio à flexibilidade que se torna independente ao espaço que ocupam, ao vazio. Este é um verdadeiro manifesto que desafia hoje um diálogo pertinente de uma cultura de fazer Design e a forma de regenerar a cidade no século XXI. Esta realidade exige um novo posicionamento à cultura do *adapting reuse*, à forma de regenerar a cidade em um processo contínuo.

Em analogia com “*out of control*” de Kevin Kelly (1994), será possível sintetizar que as cidades se encontram em um estado de depressão permanente, procurando continuamente o seu estado de sobrevivência, e assim definindo um novo estado da ‘*biologia*’ da máquina entendida aqui como ‘a cidade’ que em *jazz* cria a evolução para uma nova sonoridade que envolve de forma determinante os sistemas sociais e a economia global.

Como reforço da perspectiva de reuso, orientado a um diálogo sustentável para a cidade, torna-se oportuna a identificação de uma economia que se alimenta da própria crise, a qual Storm Cunningham denominou de *Restoration Economy*. Estas duas dimensões, uma relacionada com o estado permanente de sobrevivência e a outra que assume uma analogia com a economia da crise, em comum, favorecem a importância da mutação como um valor ao ser aplicado à cidade. Esta realidade convida-nos a retomar um olhar sobre “a imagem da cidade” de Kevin Lynch (1960); uma cidade compreendida como uma tentativa contínua de erros e de fracassos, relativamente aos quais os edifícios se tornam resistentes a novos significados. Em um encadeamento de autores e, promovendo o sentido de uma cidade sustentável, Lewis Mumford, no seu clássico livro de 1961 – *A cidade na história – suas origens, transformações perspectivas* –, reforça o sentido deste movimento vital à própria cidade, assumindo-se também como fundamental a complexidade resultante da mistura de diferentes funções, ou seja, um verdadeiro valor para a vida das cidades, curialmente sustentado no mesmo ano em *Morte e vida das grandes cidades* por Jane Jacobs.

Em comum estas visões ratificam uma reflexão sobre a cidade que hoje se regenera dentro *versus* fora, por vezes, ausente de qualquer controlo dos gestores do território, gerando valor através da própria ‘*ação*’. Tornar-se-á pertinente assumir uma aproximação dialógica do ADN do *Design*, agora dedicado ao exercício da refuncionalização da cidade, usufruindo assim da sua cultura de projeto da sua visão antropológica em diálogos multidisciplinares.

Inputs Bottom-up que dinamizam o território urbano

Não se pretende julgar o espaço da informalidade conotado negativamente como o lugar da desordem urbana e simultaneamente como espaço de entropia suscetível de múltiplas discussões disciplinares.

Pretende-se, sim, dar ênfase ao lado positivo da regeneração informal, que contrai valores proativos liderados por grupos criativos, suscetíveis de delinear possíveis formas de inovação.

Torna-se pertinente um olhar panorâmico de evidências, presentes ao longo da história da regeneração urbana, no sentido de construir um percurso mental sensível a um recorte de observação cruzada dos casos, que permita identificar as ações informais da sociedade e seus impactos, por vezes integradas ou consolidadas pelas diferentes disciplinas que tendem a dar forma a estes *inputs*.

Igualmente importante será descodificar a natureza do utente, autor político disponível para o envolvimento com estes espaços informais. Pode-se observar que este utente, em uma primeira fase, fazia parte de uma natureza de criativos *irreverentes*; comunidades de artistas dos anos 1940 que se apropriavam informalmente das zonas desindustrializadas das cidades como Nova Iorque. A intervenção daqueles artistas no espaço urbano da cidade traduziu uma mudança radical na forma de habitar, ou seja, a sobreposição de funções do quotidiano concentradas em um único espaço. Esta realidade regenerou a cidade de Nova Iorque transformando-a em um *hub* reconhecido no final dos anos 1970 como centro mundial da arte contemporânea. Sharon Zukin, estudiosa deste processo evolutivo, assume estas experiências informais induzidas pelos laboratórios de artistas como um fato histórico na cultura do projeto para a cidade. A autora expressa: “So loft living rejects functionalism, Le Corbusier, and the severe idealism form that modern architecture represents”, (ZUKIN, 1989, p. 68).

Hoje, estes grupos são reconhecidos por comunidades criativas, fortemente familiarizadas com a tecnologia de informação e que Giuseppe Longo (2001) denominou de “*homo tecnologicus*”. Exalta-se assim estes grupos de utentes que interagem naturalmente com o *reúso adaptativo* urbano, para além de outras características já mencionadas, em uma primeira fase, nos anos 1940, obtendo a liderança nos processos independentes ao projeto formal, mas responsáveis pelas livres formas de ocupação através de soluções consideradas provisórias, não definitivas, sem pretensão de criar resultados rígidos. O surgimento desta nova interface – *a produção de uma nova sonorização em jazz* – com o espaço existente vaziu construiu uma nova relação com o habitar, um novo ‘modelo’ que seguia uma direção completamente oposta à presente na primeira modernidade. Usando a analogia de Zygmunt Bauman, estes grupos de utentes integram-se nos que o autor chamou de “vagabundos”, utentes irreverentes que se moviam fora da norma, das regras impostas pela sociedade. Com esta inovação social aplicada ao território, torna-se distintiva a regeneração das próprias leis, inicialmente obtusas, mas que, ao confrontarem-se com as ilegalidades destes grupos, regeneraram-se a si próprias no caminho da inovação e formalização de uma forma de uso ilegal,

dando origem ao reconhecido “*loftstyle*” ou “*loftliving*” somente aceito no início da década de 1970.

Hoje, no século XXI, em uma perspectiva de recuperação destes valores, Tóquio e Osaka, na sua cultura de reuso adaptativo, assume uma relação de dependência com estes seres políticos – *homo technologicus*. Em ambas as cidades, mas especialmente em Osaka (distrito de *Funaba*, com a proposta *Digital Box*), é possível observar uma estratégia do governo para acionar o reuso de um inteiro quarteirão da cidade, em perfeita sintonia com grupos de utentes relacionados com a tecnologia de informação.

Torna-se simbólico, por parte do governo nipônico, o estímulo à regeneração destes espaços abandonados, aplicando a tipologia SOHO enquanto modelo ‘funcionoid’, que favorece a integração de uma multiplicidade de funções possíveis em perfeita ambiguidade induzida por uma intensidade tecnológica (*open project*). É também emblemática a aplicação desta tipologia em novos edifícios, tais como Shinonome e City Curt em Tokyo, entre outros.

Ao nível de uma leitura macro, evidencia-se a importância da cultura local do território que, através de uma natureza socioeconômica participada, torna emergente a valorização do território abandonado como uma oportunidade para gerar valor. Casos excêntricos deste contexto podem ser percebidos em algumas cidades. Milão, um centro mundial do Design, apresenta anualmente eventos que se manifestam usufruindo fortemente dos edifícios abandonados das ex-zonas industriais; no Rio de Janeiro, com o evento do Carnaval, é possível observar que, até ao ano 2006, a maior festa popular do mundo se confeccionava nos edifícios abandonados no porto da cidade; em Lisboa, com a sua refuncionalização provisória segundo a energia das designadas ‘cidades criativas’ – a LXFactory –, é possível identificar o reuso alternativo de espaços prestes a serem demolidos pelas forças imobiliárias; e, por fim, em Tóquio, com os eventos *Tokyo Design Block* (TDB) em simultâneo com *Central Est Tokyo* (CET), compreendemos esta manifestação com uma forte afinidade com instalação de artistas em concomitância com eventos que devem do *Design*.

Design como energia implícita no processo de ‘adapting reuso’

Em comum são experiências que denunciam uma emergência dialógica entre a cidade e o *Design* em uma cultura de projeto. A conversão de edifícios ou de quarteirões, nos contextos apresentados, produzem mais-valias que nem sempre mantêm uma relação direta com a produção de riqueza. No entanto, em todos os casos, verifica-se que a relação de conversão produz um efeito benéfico na economia urbana daquelas cidades.

A cidade visualizada por uma contínua reinterpretação dos seus espaços, induzida por grupos sociais criativos, produz, nesta reflexão, uma ideia de metrópole evolutiva em que a transferência e integração de valores de interação social alimenta a força de um motor energético da própria renovação. Esta poderá ser a ideia clara de uma cidade geradora de microexperiências intensas, mas sempre provisórias e *'imperfeitas'*, experiências de natureza informal lideradas pelos seus utentes, que, nesta análise, manifesta o poder de uma sociedade participativa. Através dos seus microinputs, geradores de possíveis *habitares evolutivos*, a metrópole contemporânea torna-se resistente à crise de funcionamento em que se encontra, contribuindo e assegurando, desta forma, o conceito de cidade que se regenera ao longo da sua própria história.

Esta energia social criativa abandona por completo os modelos pré-estabelecidos do habitar e interação com os espaços vazios da cidade. É neste sentido que o projeto, enquanto processo, e considerando a sua tradicional liderança, se confronta com uma certa fragilidade, sendo tendencialmente substituído pelo lugar do participante que vive a cidade, este último integrador e gestor da validade das suas próprias soluções. Como sinal embrionário desta fragilidade, torna-se pertinente lembrar o ano de 1952 na cidade de Hoddesdon, ano em que se celebrou o emblemático congresso internacional da arquitetura Moderna (CIAM 8) dedicado ao tema “O coração da cidade: em direção à humanização da vida urbana”. Este foi o momento decisivo para novos desafios que se colocavam ao mundo do projeto moderno, em que se especularam modos e seus limites ao se relacionarem com um tema tão desejado – “a espontaneidade”. Ao seu tempo a espontaneidade é apontada como um valor na vida das cidades, um valor incontável tecnicamente pelo projeto.

Esta discussão denunciou, de alguma forma, o princípio da fratura entre arquitetura e o urbanismo moderno que, segundo Andrea Branzi (1999), funcionava segundo soluções definitivas, permanentes e perfeitas. O projeto moderno, enquanto abordagem à procura de soluções orientadas à sociedade, encontrou uma enorme fragilidade ao se julgar detentor da capacidade em determinar as necessidades do homem e de recriar a cultura urbana através da materialidade da cidade. Possivelmente será também este um dos contextos em que os formuladores do pensamento moderno iniciaram a sua trajetória rumo à crise da sua própria ideologia.

A Figura 2 ilustra o posicionamento do ‘usuário’ ambicionado pela modernidade, e também um novo posicionamento, ambicionado hoje pela pós-modernidade, do ‘utente’ ao deslocar-se para coparticipante nas soluções de projeto. Estes dois eixos constroem uma leitura possível na qual o eixo vertical pretende representar o espaço da participação do *utente*, e o eixo horizontal o espaço da flexibilidade.

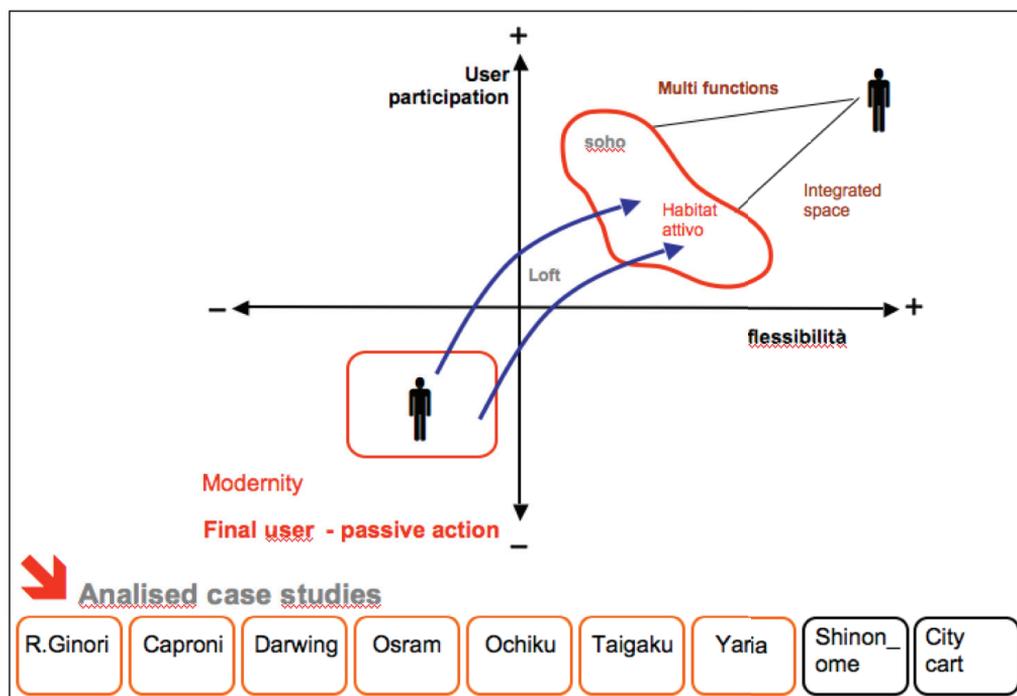


Figura 2 New Design Project Concept on reuse process.

Fonte: Roda (2007).

Desta forma, a relação disciplinar entre projeto e ciência, através da lente da metodologia, dissolve-se enquanto líder independente na procura de um resultado orientado ao usuário; na pós-modernidade, o utente final ocupa de forma tendencialmente crescente o lugar de destaque, como autor principal atuante que segue um guião intuitivo, mas improvisado e simultaneamente nutriente de seu próprio modelo de interação socioeconômica e cultural, na procura de alcançar as necessidades instantâneas.

Esta transferência de valores relacionados com a coparticipação do utente versus a procura de soluções espontâneas é representada no eixo horizontal e no sentido positivo da flexibilidade, uma qualidade gerida e estimulada pelo próprio utente. Neste cenário de mudança, é possível identificar a área na qual se torna indispensável a ação do *Design*, não no sentido de atuar diretamente na procura de soluções, mas no de potencializar e dar forma a processos que suportam soluções inovadoras ‘*desingeneirísticas*’, com base em uma abordagem de análise dos valores *bottom-up* estimulados por *inputs* sociais acionados por determinadas classes criativas, ou seja, uma geração de pensamento retomada no início do século XXI com Landry (2000), Florida (2002) e Howkins (2002), entre outros.

Considerações finais

Como resultado da presente reflexão, torna-se fundamental o enquadramento do processo de reuso no contexto social da cidade contemporânea; uma forma de uso da cidade que, em si, manifesta valores e desafios emergentes para a construção de uma cidade sustentável. Neste sentido, torna-se pertinente abrir o debate aos desafios desta abordagem assim como os seus significados, ou seja, aos desafios deste diálogo entre duas escalas de ação (*micro* com o Design e *macro* com a Arquitetura e com o Urbanismo) que em si sugerem oportunidades implícitos às próprias disciplinas.

Tendo como objetivo proporcionar uma discussão disciplinar, destaca-se a mudança de uma ideologia do projeto enquanto processo; a passagem de paradigma a partir de uma visão na qual o homem abandona seu poder de adaptação face à presença de um modelo pré-estabelecido (modelo no qual seu *briefing* era invariável), para um novo momento em que é exigida a sua participação na procura de soluções que alimentam uma condição de permanente e acelerada adaptação – *adapting* – às suas próprias necessidades – *open project*. Estes são hoje desafios que surgem como inquietações à própria disciplina de Design no século XXI, ou seja, um novo posicionamento à processualidade do próprio projeto, à própria pesquisa em Design que agora se coloca porosa à natureza do homem, alicerçando-o na forma como expressa a sua criatividade (SANDERS, 2004).

Esta abordagem promove a capacidade regenerativa da própria arquitetura, ou seja, uma arquitetura entendida como inteligente, capaz de se *reconectar* continuamente a novos contextos sociais e tecnológicos (BEGUINOT, 1998). Este desafio resgata uma visão já ambicionada por Adolf Loos, na qual visionava o desejo da arquitetura como um conjunto de mundos possíveis sitônicos e agregados, hoje manifestamente dependentes das ações *bottom-up*.

Referências

BAUMAN, Z. *La società dell'incertezza*. Bologna: Il Molino, 1999.

_____. *Liquid Modernity*. Oxford: Polity Press, 2000.

BEGUINOT, C. L'architettura è intelligente se è capace di (inter) connettere. *Telema*, v. 15, Inverno, 1998.

BELL, D. *The coming of Post-Industrial Society*. New York: Ed. Basic Books, 1973.

BRANZI, A. *Design Italiano. Una Modernità incompleta*. Milano: Baldini & Castaldi, 1999.

CUNNINGHAM, S. **The Restoration Economy** – The greatest new growth frontier. San Francisco: Berret-Koehler, 2002.

DANSERO, E. **Dentro ai Vuoti**. Dismissione industriale e trasformazioni urbane a Torino. Torino: Libreria Cortina, 1993.

FLORIDA, R. **The the rise of the Creative Class**. New York: Basic Books, 2002.

_____. **The Flight of the Creative Class**. New York: Harpe Business, 2005.

FRIEDMAN, T. **The World is Flat**. London: Penguin, 2005.

GALLINO, L. **Se tre milioni vi sembrano pochi**. Sui modi per combattere la disoccupazione. Torino: Einaudi, 1998.

HOWKINS, J. **The Creative Economy**. London: Penguin, 2002.

IIID EXPERT FORUM FOR KNOWLEDGE. 2004. Preparing for the Future of Knowledge Presentation [video]. Disponível em: <http://www.knowledge-presentation.org/BuildingTheFuture/Summaries/Sanders_summary/Sanders-Quicktime/SandersMovie.html>. Acesso em: 22 maio 2007.

JACOBS, J. **The death and life of great american cities**. New York: Vintage, 1989.

KELLY, K. **Out of Control**. La nuova biologia delle machine, dei sistemi sociali e dell'economia globale. Milano: URRRA, 1994.

KOSTELANETZ, R. **SoHo**. The rise and Fall of an Artists' Colony. New York: Routledge, 2003.

LANDRY, C. **Creative City**. A Toolkit for Urban Innovaitors. London: Earthscan, 2000.

LONGO, G. Nasce l'homo technologicus facciamo che sia anche umano. **Telema**, v. 24, Primavera, 2001.

LONGO, G. **Il Simbionte**. Prove di umanità futura. Roma: Meltemi, 2003.

LYNCH, K. **A imagem da cidade**. Lisboa: Edições 70, 1988.

MONTANER, J. **A Modernidade Superada**. Barcelona: GG, 1997.

- MUMFORD, E. **The CIAM Discourse on Urbanism, 1928-1960**. Cambridge, MA: MIT Press, 2000.
- MUMFORD, L. **A cidade na história: suas origens, desenvolvimento e perspectivas**. São Paulo: Martins Fontes, 1982.
- PEREIRA, M. **Conversion of Buildings in New York & London: Planning, politics, profitability and preference**. Tokyo, Doctoral Thesis presented at Graduate School of Engineering, Department of Architecture, The University of Tokyo, 16 dez. 2004.
- RIFKIN, J. **The end of work**. New York: Tarcher Penguin, 1996.
- _____. **L'era dell'accesso**. La rivoluzione della new economy. Milão: Mondadori, 2000.
- ROBERTSON, R. **Mappare la condizione globale: la Globalizzazione come concetto centrale**. Roma: SEAM, 1996.
- RODA, R. **Design to reuse abandoned buildings**. Enabling flexibility and connection in the contemporary metropolis. Milan, Doctoral Thesis. Programme in Industrial Design – INDACO Department, Faculty of Design, Politecnico di Milano, Milan, mar. 2003 – abr. 2007.
- SASSEN, S. **Globalizzati e Scontenti**. Milano: Saggiatore, 2002.
- _____. **Le città nell'economia globale**. Bologna: Il Mulino, 2003.
- SHIMURA, A. Current situation of area. In KOBAYASHI, S. (Org.). **Renovation of district through SOHO conversion**. Kyoto: Gakugei, 2005. pp. 88-95.
- SIMPSON, C. **SoHo**. The Artist in the City. Chicago: University of Chicago Press, 1981.
- ZUKIN, S. **Loft Living**. Culture and capital in Urban Change. New Jersey: Rutgers University Press, 1982.
- _____. The creation of a “Loft Lifestyle”. **Lotus International**, n. 66, p. 17-28, 1990.

Design, alimento e negócio: o caso De-Lá, um empório em busca da valorização do território brasileiro

Laura de Souza Cota Carvalho Silva Pinto

Introdução

Apesar de ser um país rico e diverso em seus inúmeros territórios, as desigualdades social e econômica ainda são um desafio para o Brasil. Com uma industrialização tardia e defasada, há em todo o território nacional produções artesanais (pré-industriais) que sobreviveram ao tempo e às mudanças, mas que vivenciam problemas para comercialização e valorização de seus produtos. Entre elas destacamos a agricultura, uma atividade fundamental para a economia do país.

Os desafios do setor alimentício são diversos, mas a falta de informação e conhecimento por parte dos consumidores ainda é uma barreira a ser vencida. Não sabemos quase nada, ou muito pouco, sobre o que comemos – quem cultiva, onde e como cultiva. E, muitas vezes, nem consideramos essas informações importantes. Levado ao extremo, esse consumo que ignora as origens e as consequências de um processo produtivo é irresponsável, pois não se preocupa com os impactos negativos que todo processo pode gerar ao meio ambiente, à economia e à população, tais como poluição, degradação ambiental, pobreza, êxodo, entre tantos.

Diante dessa realidade, novas formas de educar, consumir e agir tornam-se imperativas. Para tanto, é objetivo deste capítulo instigar a reflexão sobre novas formas de negócio e consumo e sobre como o design pode contribuir para a valorização de produtos locais. Utilizamos para isso a descrição de um caso prático, o empório De-Lá, um negócio social brasileiro do setor alimentício, resultado de um trabalho de mestrado desenvolvido na área de inovação social na COPPE/UFRJ, que tem como missão “conectar o rural ao urbano através dos alimentos e suas histórias, promovendo mudança social” (De-Lá, 2012). A discussão perpassa os conceitos de solidariedade de Rorty, dos sítios simbólicos

de pertencimento de Zaoual e dos modos relacionais de Buber, bases em que o negócio está estruturado.

O mundo, suas conexões e territórios

Estamos vivendo um processo de urbanização sem precedentes. Em 2007 pela primeira vez a população urbana mundial ultrapassou a população rural e receber essa informação é constatar as mudanças que têm ocorrido no estilo de vida da sociedade e na organização da cultura.

Nessa realidade, em que qualquer distância sobre a Terra foi transformada em um instante (LEITE, 2003), as possibilidades de conexão e troca interpessoais foram potencializadas. Há informação disponível de graça sobre quase tudo na rede e as novas tecnologias têm permitido a criação de novos tipos de relacionamentos, troca e comércio.

Pessoas até então distantes ou desconhecidas têm hoje a possibilidade de se conectarem virtualmente através de computadores, celulares, tablets, entre tantos outros aparatos. Se por um lado, o fato assusta e causa receio em alguns, por outro, configura-se como oportunidade para imaginação de conexões até então não pensadas.

Esse processo de transformação está atrelado a uma mudança na linguagem, o que, aliado a alterações de outras práticas sociais, tem produzido “seres humanos de um tipo que nunca existiu antes” (RORTY, 2007, p. 32). Em meio a esse mundo cada vez mais conectado e codificado, alguns conceitos e entendimentos se perdem, e incorremos sempre no “perigo da história única”. Histórias estas que tentam se firmar como *A verdade das verdades* e nos fazem crer que existe apenas um caminho, uma única maneira de contar uma história. Mas, na perspectiva *rortyana*, é importante entender que “o mundo existe, mas não as descrições do mundo” (RORTY, 2007, p.28).

No setor de alimentos e agricultura não é diferente. Vivemos atualmente sob o discurso dominante do agronegócio – atrelado aos fundamentos da Revolução Verde,¹ no qual impera uma visão extremamente mercantilista que enfatiza a quantidade (mais do mesmo por unidade de tempo) – sob a justificativa de uma possível falta de alimentos. Por outro lado, sobre o campo da agricultura familiar

1 “Revolução Verde é a denominação dada à corrida produtivista no campo agrícola, iniciada na década de 1960, que incorporou o papel de dar uma finalidade aos “restos da guerra”. Tinha como meta o aumento da produtividade agropecuária baseada no alto uso de insumos químicos, variedades de cultivo geneticamente melhoradas de alto rendimento, expansão dos sistemas de irrigação e intensiva mecanização do solo” (ALTIERI, 2004 *apud* SOUZA, 2009, p. 10).

se estabeleceu um discurso romantizado, idealizado, que também não permite (re) conhecer a realidade por trás dele.

Tais discursos são possíveis descrições de uma história. No entanto, um desafio é conseguir criar novas descrições, a partir do exercício de redescrição, que tragam um novo olhar, uma nova maneira de ver e dizer. Como expõe Bartholo (2008), “o que a pessoa que faz uma redescrição visa não é oferecer argumentos contra o vocabulário corrente, mas sim mostrar como o vocabulário que ela emprega pode ser atraente e significativo para lidar com uma variedade de questões”.

Esse exercício de redescrição é na verdade um “[...] esforço por tornar mais justas e menos cruéis nossas instituições e práticas” (RORTY, 2007), por romper com pré-conceitos e discursos estabelecidos. É assim, uma atividade de questionar, de duvidar.

Questionar e tentar (re)descrever são maneiras de tentar fazer uma nova leitura de uma situação. Mas, para esse exercício, é importante estar aberto às novas possibilidades de discurso e é imprescindível compreender a alteridade, pois “[...] falar de alteridade é falar de diferença, e do reconhecimento do diferente e das fronteiras” (LOSCHIAVO, 2008, p. 65). Isso porque, reconhecer a alteridade no outro e em si próprio é fundamental para exercitar a solidariedade, para se colocar no lugar do outro. E é sob essa perspectiva que se fundamenta o De-Lá, um negócio social do setor de alimentos que acredita que “evitar a crueldade e conceber outras pessoas como um de nós é uma realização que depende de nossa sensibilidade para descrições feitas por pessoas que nos sejam estranhas servirem como insumos de redesccrições de quem nós somos” (BARTHOLO, 2008).

O empório De-Lá se propõe a ser não apenas um comércio de alimentos, mas um local de difusão de informação e conscientização dos consumidores. Para tanto, faz parte do processo de seleção dos produtos conhecer cada um dos produtores, seus locais de origem e suas histórias para que seja possível retransmiti-las e divulgá-las. O processo está pautado na valorização de três elementos fundamentais: as pessoas, os lugares e os produtos.

Tal proposta tem convergência com o atual cenário de conectividade mundial e globalização que fez crescer não somente o sentimento do global, como também o do local. O movimento de nos voltarmos a outras culturas e nos aproximarmos delas, tornando-nos globais, aumentou ainda mais o sentimento de indeterminação humana, fazendo-nos buscar nossas raízes e o sentimento de pertencimento a que elas remetem. Segundo Froehlich (2012) há um “novo perfil de consumidor interessado em produtos cujo ato de consumo não produza apenas uma apropriação tangível do mesmo, mas que fundamentalmente promova distintos tipos de sensações: sensoriais, emocionais, comunicativas”.

Para Zaoual é fundamental compreender e considerar a cultural local, afinal “os homens não se comportam da mesma maneira sob todas as latitudes e

em todo o tempo” (ZAOUAL, 2006, p. 36). Dessa maneira, nesse movimento de volta ao âmbito local, na busca pelo que tem identidade, tem aumentado a procura por produtos tradicionais, que trazem consigo a história de um lugar, que são marcas do saber-fazer de uma região e representam sua cultura, uma tradição (ZUIN; ZUIN, 2008).

Segundo Krucken (2009, p. 22), “[...] países megadiversos, como o Brasil, possuem riqueza de culturas e etnias e também de recursos da biodiversidade. Essa riqueza constitui a base para o desenvolvimento de produtos fortemente ligados à origem e à comunidade local”. Esse tipo de produto, identificado por sua localização, muitas vezes é adquirido exatamente por representar referência e tradição de determinado lugar, ainda que não possua uma certificação legal. Ou seja, eles são reconhecidos por serem parte de determinado “sítio simbólico de pertencimento”, conceito apresentado pelo economista marroquino Hassan Zaoual (2006, p. 156), que acredita que “a representação do mundo não é [...] um conceito inato. Constrói-se *in situ*, em função de crenças, do simbolismo, dos hábitos e percepções comuns da vida cotidiana do meio no qual as pessoas se expressam e vivem”.

No caso dos alimentos, como elementos significativos de uma cultura, ou melhor, culturalmente determinados, eles representam fortemente a tradição e o saber fazer de uma região. Além de sua importância biológica e nutricional, os alimentos são produtos de grande carga simbólica e constituem o patrimônio cultural de uma sociedade.

Por tudo isso, esperava-se que os alimentos tradicionais, fortemente ligados à cultura e à história de um lugar, fossem efetivamente valorizados por isso. Entretanto, o que se verifica em campo é que pequenos produtores de alimentos tradicionais enfrentam grande dificuldade para valorização e comercialização de seus produtos no Brasil, ficando às margens do mercado ou à sua mercê (Figura 1).

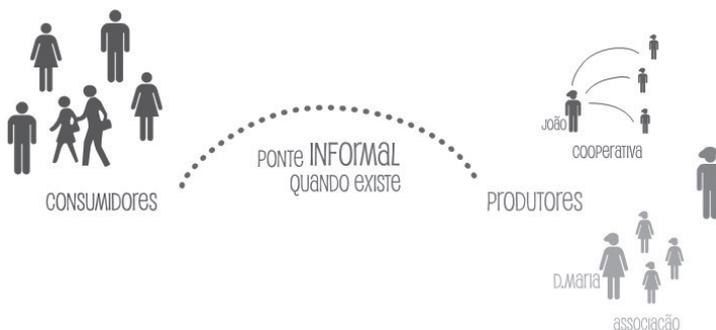


Figura 1 Informalidade na comercialização de pequenos produtores

Fonte: De-Lá (2012).

Tal fato, além de resultar em um problema de cunho financeiro, gera impactos muito maiores sobre os produtores e seus territórios de origem. Impacta a sustentabilidade do meio rural e sua sobrevivência, além de afetar o meio urbano, já que em muitos casos a solução final encontrada ainda é o êxodo rural. A medida em que não conseguem acessar o mercado ou o fazem de maneira injusta, sendo sub-remunerados por isso, os produtores perdem a crença em sua atividade principal e abrem mão da produção. Como afirma Panhuys (2006, p. 33):

[...] para viver e agir, os seres humanos precisam de sentido e reconhecimento, de identidade e segurança, de amor e ternura, de pertencimento e referência. Em uma palavra, precisam da crença. Precisam acreditar no futuro, no porvir, isto é, no que está para acontecer.

Nas palavras de Zaoual, “o homem precisa crer, pertencer a algo e ser integrado em uma sociedade. Quando essa não lhe oferece mais tais conteúdos simbólicos, ele tende a procurá-los em outros lugares”. Isso porque, como um ser situado, “o homem só se sente bem onde encontra seu lugar, seu sítio” (ZAOUAL, 2006, p. 16).

Diante dessa realidade, o De-Lá, foi criado como uma ponte para conectar produtores e consumidores de maneira justa, visando contribuir para a sustentabilidade do meio rural e possibilitar a manutenção das comunidades em seus locais de origem e suas tradições. Para tanto, o negócio está estruturado na perspectiva de solidariedade de Rorty e busca contribuir para a construção de relações solidárias, mais justas, mais humanas e mais próximas, segundo Buber, relações do tipo Eu-Tu.

Eu-tu, ele, nós, vós, eles: a construção da solidariedade

Um grande desafio do De-Lá é exercer e promover a solidariedade todos os dias, permitindo vermos os agricultores como um de nós. Nas palavras de Rorty (2007, p. 322), “devemos estar atentos às pessoas marginalizadas – às pessoas em que ainda pensamos, instintivamente, como ‘eles’, em vez de ‘nós’”. Na perspectiva desse autor, a solidariedade está atrelada a uma ampliação do nosso senso de comunidade, é “a capacidade de pensar em pessoas extremamente diferentes de nós como incluídas na gama do ‘nós’” (RORTY, 2007, p. 316).

Ao longo de sua história e desenvolvimento, a agricultura foi se transformando de meio de sobrevivência em empreendimento, estabelecendo novos padrões de produção que, aos poucos, se encaminharam para a lógica industrial do “mais

do mesmo por unidade de tempo”. Com essas práticas, o alimento foi convertido em um produto marcadamente mercantil e gradativamente as relações humanas estabelecidas através de alguns tipos de comercialização de alimentos foram alteradas a partir da inserção de diferentes atores nesse processo.

Mas essas alterações não se deram de maneira homogênea. Ainda hoje, são encontradas relações mercantis de alimentos de diferentes tipos, mas com a predominância do tipo impessoal, na qual quem consome desconhece quem produz e vice e versa. Se por um lado os agricultores pouco sabem sobre aqueles que realmente consomem seus produtos, por outro, muitos consumidores talvez nem imaginem que existam mãos humanas no cultivo do alimento que consomem.

No que diz respeito à agricultura familiar brasileira, ao longo de sua existência, ela desenhou diferentes tipos de relações com os atores envolvidos no processo de distribuição de seus produtos. Para a construção filosófica *buberiana* o ser humano é um ser-em-relação. Buber considera que estabelecemos ao longo da vida dois tipos de relações humanas: as dialogais e afetivas, denominadas Eu-Tu, e as discursivas e utilitaristas, nomeadas Eu-Isso. Segundo o autor, o ideal seria um equilíbrio dos dois modos. Enquanto o Eu-Isso nos permite racionalidade suficiente para tomar decisões práticas da vida, o Eu-Tu nos vincula aos sítios simbólicos e torna a vida mais humana.

O modo Eu-Tu abarca relações vinculantes, elas são o suporte da vida dialogal e podem acontecer quando nos colocamos abertos e disponíveis ao encontro com o Outro. Mas, para Buber, essas relações vinculantes não implicam necessariamente dependência. Implicam confrontação com a alteridade e a vulnerabilidade à uma presença.

Quanto ao modo Eu-Isso, ele manifesta a objetivação e o utilitarismo. São relações distantes – experiências. Para Buber (2001), a experiência é algo raso, superficial, na qual não se estabelece relações, mas se qualifica o outro, classifica, torna-o objeto.

Apesar de serem modos relacionais muito distintos, eles existem mutuamente, e é isso que dá equilíbrio ao sistema. Enquanto o mundo do Isso permite a racionalidade das transações econômicas com planejamentos e cálculos que garantem a continuidade da vida amanhã, o mundo do Tu permite o encontro e “dá o pressentimento da eternidade”, mostra que a vida é mais do que Isso. Se por um lado o puro mundo do Tu não ajuda em nada na conservação da vida, pois não assegura decisões básicas à sobrevivência como datas de plantio de safras, por outro, a *issificação* do humano arranca-lhe a capacidade do encontro, transformando tudo e todos em objetos úteis ou inúteis à vida.

Isso exposto, entendemos que a solidariedade de Rorty, assim como o modo Eu-Tu de Buber, dizem sobre relações humanizadas. Trazem à reflexão nossas responsabilidades para com o mundo em que habitamos e aumentam nosso senso de respeito: a uma cultura, a um povo, ao diverso, ao extremamente Outro.

As coisas de-lá... os alimentos e a sociedade

Há muitas maneiras de se contar a história de um povo, e um dos caminhos possíveis seria através dos alimentos. Como base da existência humana e elemento estratégico para governantes, os alimentos transformam padrões de permanência e mudam hábitos. Segundo Santos (2005, p. 12), “práticas alimentares têm referências na própria dinâmica social”, com isso, ao longo dos anos, a relação existente entre homens e alimentos foi se modificando.

Antes de iniciar o cultivo de alimentos, o homem, como caçador-coletor, vivia daquilo que tinha disponível às suas mãos. A possibilidade de realizar a agricultura, iniciou-se há cerca de dez mil anos, no período neolítico, e trouxe consigo uma nova realidade. Nas palavras de Standage (2010, p.7), “o primeiro papel transformador da comida foi servir como fundamento para civilizações inteiras”. Tal mudança aliada a outros fatores, como a domesticação de animais, tornou-se o alicerce do estilo de vida que adotamos ainda hoje e permitiu a construção da sociedade como a vivenciamos.

Compreendendo o homem como um ser biocultural, i.e., que se constrói biológica e culturalmente, e entendendo a intrínseca relação do alimento e da alimentação com a cultura, poderíamos dizer que “somos aquilo que comemos”, uma vez que nos alimentamos daquilo que nossa cultura nos proporciona. Ou seja, o alimento media relações, aproxima pessoas, diz sobre um determinado lugar, sobre uma cultura e um povo.

Para Wendell Berry, “comer é um ato agrícola”. O que significa dizer que o ato de se alimentar impacta diretamente sobre o sistema produtivo do setor de alimentos. Assim, nós consumidores, enquanto atores desse processo, orientamos o mercado e a produção com nossas escolhas, sem, por muitas vezes, termos consciência de que o fazemos.

De maneira geral, podemos dizer que não sabemos o que comemos – quem planta, onde planta e como planta. Vivemos a era do supermercado, na qual frutas, verduras e legumes podem ser adquiridos durante todo o ano. Não há diferenciação entre estações e não há identificação de procedência. As ideias de sazonalidade e regionalidade foram perdidas. Na lógica estabelecida tudo dá o ano todo em qualquer lugar. Afinal, “ritmos naturais de crescimento e maturação são considerados lentos demais pela mente industrial dos dias de hoje” (WOLFGANG SACHS *apud* THACKARA, 2008, p. 58).

A realidade dos pequenos agricultores, em especial daqueles que compõem a agricultura familiar, é muito adversa. Problemas de base dificultam a comercialização dos produtos a um preço justo, que permita aos produtores uma vida digna. Segundo Amartya Sen, a escassez de comida não constitui a principal causa da fome mundial, como muitos acreditam, e sim a falta de organização governa-

mental para produzir e distribuir os alimentos. De maneira análoga, não é a impossibilidade de produzir que dificulta a sobrevivência de agricultores familiares brasileiros. Existem outros fatores que dificultam e/ou impedem a sobrevivência desses produtores a partir, exclusivamente, do cultivo da terra: dificuldade de acesso ao mercado, produtos pouco valorizados, dificuldades estruturais e organizacionais, entre tantos.

No atual cenário, o que percebemos é que o modelo estabelecido na agricultura atualmente não é eficiente e nem satisfatório. O que torna indispensável repensar não apenas novas técnicas de produção, mas também a relação campo-cidade.

Rompendo com a lógica estabelecida: novos modelos de negócios

O conceito de inovação está intimamente atrelado a uma ideia de quebrar a forma, de romper com padrões estabelecidos, em maior ou menor grau. No entanto, essas rupturas não se dão de maneira direta, mas dependem de um processo de transição entre o novo e o antigo. Neste sentido, Geels (2004) apresenta uma perspectiva multinível, através da qual compreendemos que as inovações se estabelecem inicialmente em pequenos nichos (*niches*) e tentam alcançar um outro patamar (*patchwork of regimes*), se estabelecendo como uma nova lógica vigente. No entanto, elas não estão isentas de influências do ambiente externo aos nichos (*landscape*). Assim, um nicho inicialmente pequeno tenta se tornar a solução dominante.

No caso das inovações sociais, não é diferente. “As inovações sociais em geral referem-se a novas estratégias, conceitos e métodos para atender necessidades sociais dos mais diversos tipos” (BARTHOLLO, 2008) e geralmente nascem como algo não institucional. Dessa maneira, ela se cria em pequenos nichos e aos poucos tenta se estabelecer.

No caso dos alimentos, frente ao discurso dominante do agronegócio, um outro foi sendo criado, apoiado sobre o anseio de se encontrar uma solução sustentavelmente mais adequada, com uma produção mais limpa, justa e saudável. Há, assim, em todo o mundo movimentos contrários a massificação e alienação no que diz respeito à alimentação. Como exemplo podemos citar o movimento *Slow Food*, idealizado e iniciado em 1986 em Bra / Itália, por Carlo Petrini, que acredita que um outro caminho seja possível, uma alternativa por parte dos consumidores à lógica dominante.

Em sentido análogo a esse, encontramos também algumas linhas de pensamento e estudo sobre os modos de produção agrícola. Conceitos como agricultura orgânica, biológica, natural, entre outros têm cada vez mais ganhado espaço dentro dos centros de pesquisa, na mídia e na sociedade, como uma maneira alternativa de plantio frente à lógica dominante trazida pela Revolução Verde nos

anos 1960-70, na qual predominava a monocultura mecanizada e o uso de pesticidas, adubos químicos e sementes geneticamente melhoradas.

Esses novos modos de produção dizem respeito a uma inovação em transição, que ainda está estabelecida apenas em pequenos nichos e aos poucos tem ganhando espaço na tentativa de se estabelecer como solução dominante. Nesse sentido, o panorama (*landscape*) atual é de uma mudança de hábitos alimentares e uma preocupação quanto a uma alimentação mais saudável, advinda de uma produção menos nociva ao meio ambiente.

Entretanto, por não serem ainda métodos estabelecidos de produção, eles exigem uma nova postura por parte dos consumidores para que sejam adotados efetivamente. Torna-se necessário que os consumidores se transformem em coprodutores e, como tal, deixem de ter uma postura passiva e se tornem agentes do processo. Ou seja, além da necessidade de se adotar novos modelos de produção para a agricultura, há também a necessidade de se pensar novos modelos de negócio para os pequenos produtores do setor de alimentos.

Em retrospectiva, observamos que enquanto caçadores coletores, os homens se organizavam em grupos para que pudessem juntos coletar alimentos em quantidade suficiente para todos, viviam sob a regra da obrigação da partilha. Estabeleciam nesse convívio relações de parceria, compartilhando objetos e dividindo a coleta, de maneira a tornar a vida nômade possível.

Quando passa a cultivar seus alimentos, o homem altera todo seu modo de vida, inclusive as relações interpessoais. A agricultura permite ao homem tempo livre para que possa criar novas atividades, inclusive o comércio. Se antes coletavam juntos, agora somente alguns do grupo plantam enquanto os demais podem exercer outras funções, o que dá espaço para que uma nova configuração se estabeleça: a diferenciação entre os que cultivam a terra e aqueles que a detêm.

Em relação ao comércio, por muito tempo ele só foi possível fisicamente, mas atualmente com o uso de novos meios de comunicação, como a internet, modos diversos de relações comerciais podem e têm se estabelecido. As novas tecnologias têm permitido uma desintermediação das relações entre produtores e consumidores. Como afirma Tapscoot e Williams (2007, p. 9), “[...] mudanças profundas na natureza da tecnologia, da demografia e da economia global estão fazendo emergir novos e poderosos modelos de produção baseadas em comunidade, colaboração e auto-organização, e não em hierarquia e controle”.

Um exemplo desses novos modelos é o aplicativo para smartphones Waze, um mapa sobre o trânsito local que é atualizado e alimentado com novas informações pelos próprios usuários a partir de seus aparelhos. Ou seja, uma rede colaborativa em prol de um trânsito melhor, criado frente ao caos que tem se estabelecido nos centros urbanos. Na verdade, há exemplos de redes desse tipo nos mais diversos setores: compartilhamento de automóveis (como o Zazcar); organização

de caronas (como Caronabrasil ou CarUni); troca de objetos (como o Xcambo); troca de livro (como o Trocandolivros); espaços de coworking; crowdfunding ou incentivo coletivo, como também são chamados; moedas sociais; compras coletivas, entre tantos outros inúmeros exemplos (BOSTSMAN; ROGERS, 2011).

No setor de alimentos, por exemplo, foram difundidos no mundo inteiro os programas de Agricultura com Suporte Comunitário (CSA) nos quais “as pessoas pagam uma quantia em dinheiro no começo do ano para um agricultor local, que entregará uma caixa por semana de produtos agrícolas frescos durante toda a safra” (BOSTSMAN; ROGERS, 2011, p. xvi). Somente nos Estados Unidos, atualmente existem mais de 2.500 programas de CSA, contra apenas um programa existente em 1985.

Em prol de alcançarmos menor desigualdade no mundo, precisamos repensar a maneira como agimos, e esse espaço inclui também as empresas. É preciso que elas busquem mais do que resultados financeiros! Mas isso exige mudanças nas motivações e nas metas das empresas – exige redescrição. E nesse contexto é que surgem os negócios sociais. Negócios com propósito de construção de um mundo mais justo e sustentável, com condições mais dignas e menos desigualdades, que inovam não apenas tecnologicamente, mas também socialmente e atuam de modo não assistencialista.

Ou seja, negócios sociais são uma redescrição de modos antigos de negócios. Uma tentativa de implementar um vocabulário novo que seja coerente com nossas necessidades atuais. E por que não contemplar negócios que estimulem formas mais conscientes e humanas de consumo? O momento se demonstra propício à execução de novos modelos de negócio.

De-lá: aquilo que é de todo lugar

A busca por maior e melhor qualidade de vida, tão em voga, tem se configurado não apenas como uma busca por alimentos mais saudáveis. Mas tem aumentado também a procura por experiências mais prazerosas, que satisfaçam os consumidores de maneira mais ampla.

O que se verifica é que muitos consumidores estão dispostos a pagar um maior valor de troca por produtos e experiências que proporcionem maior valor de uso e estima. No setor de alimentos, os orgânicos, produtos mais saudáveis que os produzidos em larga escala com o uso de agrotóxicos, e as feiras de produtores, que permitem contato direto com o agricultor, são exemplos desse tipo de valor. Ambos têm apresentado alto crescimento em diversas partes do mundo.

As feiras, que inicialmente surgiram como um lugar para a troca de excedentes de mercadorias, tornaram-se nos dias atuais uma solução de acesso de pequenos produtores rurais ao mercado e se configuraram como uma possibilidade

de comércio direto e de maior aproximação pessoal. No entanto, pensando em escala global, o comércio direto realizado fisicamente torna-se inviável, dada a distância entre áreas consumidoras e produtoras, entre tantos outros fatores.

Estamos vivendo uma reinvenção de como consumimos e não apenas do que consumimos (BOSTSMAN; ROGERS, 2011). Há uma crescente onda de consumo através de modelos de negócios inovadores ou remodelados. Isso porque as pessoas têm prezado por mais saúde, melhor qualidade de vida, assim como um mundo melhor através de ações mais sustentáveis, como a colaboração. O que tem ocorrido é uma mudança de valores na sociedade, pois os consumidores estão cada vez mais conscientes da urgência de uma mudança na forma como vivemos e consumimos.

Além disso, é importante entender que projetos abertos e de colaboração apelam para a necessidade de individualidade e autonomia de um participante, mas ao mesmo tempo fornecem um senso de pertencimento, de uma comunidade (BOSTSMAN; ROGERS, 2011). E nesse ponto reside a diferença. Como afirma Zaoual (2008, p. 21), “em todos os lugares, cada vez mais, as pessoas sentem a necessidade de crer e de se inserir em locais de pertencimento. Assim, à medida que cresce o global, também se amplia o sentimento do local”.

Ou seja, diferente do imaginado há alguns anos, a globalização tem ampliando tanto o sentido do global quanto do local. Isso porque, como seres de natureza indeterminada, os seres humanos buscam recursos aos quais possam se fixar e aumentar seu sentimento de pertencimento. É esse sentimento que nos conecta ao que é local, impedindo que o global crie uma grande uniformização mundial.

Diante disso, novas formas de organização e consumo têm crescido, porque a decisão de compra de produtos e serviços não está relacionada apenas à satisfação de necessidades básicas ou fundamentada puramente em parâmetros econômicos. Tão importantes quanto os valores de uso e de troca, realçados durante a aquisição de um produto, estão os valores de estima, relacionados aos fatores emocionais e à satisfação.

No caso do setor alimentício, alimentos tradicionais do mundo inteiro, como os queijos e vinhos franceses, têm cada vez mais ganhado destaque e valor, exatamente por representar uma região, seus costumes e saber-fazer. No caso do Brasil, as redes de comercialização de alimentos tradicionais de pequenos produtores ainda são, em maioria, frágeis e feitas de maneira informal.

Nesse cenário, o empório De-Lá foi projetado a partir de metodologias de design para contribuir para a valorização e comercialização de produtos alimentícios tradicionais oriundos de pequenos produtores. O empreendimento é resultado de pesquisa de mestrado e visa à promoção da sustentabilidade do meio rural através da criação de canais de venda de alimentos de pequenos produtores, permitindo aos consumidores conhecer e acessar produtos mais saudáveis, de

maneira justa. Para tanto, o De-Lá atua em duas grandes frentes: uma primeira que diz respeito à identificação de produtores e à qualificação de seus produtos e processos; e a segunda que se refere ao próprio serviço de venda desses produtos.

- O negócio está pautado nos seguintes valores:
- Sustentabilidade do rural (através do comércio justo);
- Saúde (através de produtos mais saudáveis);
- Relações dialogais - do tipo “Eu-Tu” (através de contato mais próximos);
- Humanização (através das Histórias De-Lá);
- Valorização do artesanal;
- Valorização do território, das pessoas e do saber fazer de um lugar;
- Mudanças reais através de pequenas ações.

Como um negócio social, o De-Lá é um modelo híbrido no qual “gerar lucro e o comprometimento com a minimização dos problemas sociais caminham juntos, rompendo com as tradicionais fronteiras entre setor social e privado, entre os negócios e os impactos sociais” (SEBRAE, 2013). O empório funciona como um *hub* que conecta produtores e consumidores, e busca criar relações de proximidade entre os atores da rede (Figura 2).



Figura 2 Modelo de negócio do empório De-Lá

Fonte: De-Lá, 2012

Apesar dos pontos positivos que têm sido observados a partir da vivência e do desenvolvimento do negócio, tornou-se um grande desafio para o De-Lá efetivar-se como uma rede forte para os produtores. Neste sentido, a grande fragilidade ou limite que observamos hoje é: como escalar ou replicar o negócio que está pautado em um modelo novo de funcionamento e trabalha com uma

rede extremamente frágil de fornecedores? Como fazer isso mantendo a ideia de contribuir para a sustentabilidade do meio rural, criando canal de venda para os produtores? A ideia não é industrializar o agricultor familiar, mas escoar sua produção, mantendo o pilar na proposta de construção de solidariedade de Rorty e nas relações dialogais de Buber.

Design, alimento e negócios

O desafio constante do design é projetar buscando atender e superar as restrições contemporâneas, que na atualidade são: a virtualização, a desmaterialização, a alta conectividade, as exigências por um modo mais sustentável de vida, as desigualdades econômica, social e cultural, entre outros. Por isso, tem sido fundamental repensar o objeto no mundo em que vivemos e a função daqueles que imaginam esses objetos. Algumas possibilidades já iniciadas são o design de serviços, o design de interação e o design e negócios. Em ambos o profissional passa a projetar elementos imateriais e não apenas os materiais, como antes. Como afirma Secomandi (2014),

[...] bastante peculiar às relações de serviço: o contato interpessoal entre seres humanos. Diferentemente do que ocorre na produção de bens industriais, serviços tipicamente não dependem da transmissão de posse sobre um objeto físico entre produtores e consumidores. Numa consulta médica, por exemplo, a relação interpessoal que se estabelece entre médico e paciente é o aspecto preponderante da interface de serviço. Essa interação é um tanto diferente da experiência de bens industriais, onde um produtor humano é intuído indiretamente por usuários, isto é, através do resultado material do seu trabalho (p. 6).

No caso De-Lá, enquanto negócio social, a solidariedade e o modo Eu-Tu estão no cerne do desenvolvimento do negócio. Para tanto, o empório foi pensado e desenvolvido a partir do design. Muito longe de sua atividade inicial de projetar objetos, o design hoje tem atuado na estruturação estratégica de empresas. Muito tem sido discutido sobre essa inserção do design no mundo dos negócios e o que identificamos a partir do caso De-Lá é que o design contribui de maneira significativa na elaboração de novos modelos de negócios e na construção de soluções que os viabilizem.

O que se verifica no caso em questão é que o design pode ser utilizado para projetar condições/soluções que aumentem as chances de que o modo relacional Eu-Tu aconteça. Desde o projeto de ambientes ao treinamento dos atendentes e as informações disponíveis no empório, os métodos e ferramentas do design são

utilizados para criação e desenvolvimento de soluções que valorizem os produtos, os territórios e seus produtores.

Em um ambiente austero e utilitarista, como muitas vezes são grandes mercados, é quase impossível desenvolver relações de proximidade entre os atores do processo e muito menos entre consumidores e produtores. No sentido contrário, o De-Lá, através do design, busca projetar experiências que aproximem estes atores e transformem o consumo de alimentos em um ato mais consciente. Para tanto, utilizando o design, vários ‘elementos de relação’ foram pensados e projetados com intuito de criar condições favoráveis ao desenvolvimento de relações Eu-Tu.

O ambiente acolhedor foi pensado para ser acolhedor e despertar a vontade de permanência, quebrando o ritmo acelerado em que vivemos. Em vez de vendedores, são contratados colaboradores que se apropriam da proposta e gostam de contar histórias. E este é o aspecto fundamental – as histórias. Informações sobre produto, região e produtor ficam expostas e o atendimento é realizado buscando tornar aquele território, seus produtos, habitantes e peculiaridades conhecidos e respeitados. Mais do que realizar as vendas, o objetivo é aproximar pessoas em suas alteridades, é tornar visível e reconhecido pequenos produtores, regiões e produtos.

No caso em questão, as pessoas têm centralidade e as soluções são pensadas com elas e para elas, em busca de propostas mais aderentes. Assim, o design é utilizado para articular/projetar conexões pessoais entre quem produz e quem consome. E, neste caso, usa a disseminação de informações sobre produtos/produtores/territórios para favorecer relações pessoais mais próximas. O designer transforma-se, assim, em agente de inovação social, um profissional em busca de contribuir para o estabelecimento de novos modos relacionais na sociedade.

No De-Lá o design é utilizado do nível estratégico ao operacional da empresa, com vistas a criação de um modelo de negócio pautado na transformação social para os pequenos produtores e na (re)aproximação dos atores (produtores, comerciantes e consumidores) envolvidos no processo. A proposta do empório é uma construção participativa a partir da sensibilização e conscientização dos consumidores, tornando-os coprodutores do processo.

Reflexões

O design, de maneira mais ampla, pode contribuir não apenas para o desenho de objetos, mas para o projeto e desenho de novos modelos de negócios, sendo elemento de construção e desenvolvimento das estratégias de uma empresa. Além disso, cabe destacar a importância sobre novas reflexões acerca das responsabilidades dos profissionais dessa área. Afinal, o designer não é apenas um desenhador de coisas inconsequente, mas um agente ativo no processo de construção

sócio-econômico-cultural-ambiental do mundo. E então, a pergunta que se torna pertinente: que mundo queremos construir? Que impactos queremos promover?

A especialização adotada no ensino de design até então não dá conta das mudanças tecnológicas aceleradas do mundo de hoje. Nesse cenário, o que nos preocupa é como tudo isso sobreviverá a essa realidade na qual estamos inseridos. O planeta não comporta essa desenfreada acumulação de objetos e a perda de consciência do que é essencial. Nesse cenário, o designer tem um papel decisivo, não como agente isolado para desenvolver uma solução, mas como um ator importante nesse cenário de construção conjunta.

No caso do De-Lá, a empresa utilizou o design como ferramenta de projeto desde sua idealização e construção e se mantém como elemento estratégico no desenvolvimento do negócio, sem perder de vista seu comprometimento com o desenvolvimento do planeta em que vivemos. Para tanto, trabalha também com a proposta de um design em prol da solidariedade, tentando promover a construção dessa sensibilização em outros e visando uma mudança de comportamento que impacte positivamente o planeta.

Entretanto, é importante que projetos nesse sentido não se tornem “‘projéteis’, atirados nos sítios acerca dos quais não se dispõe de visões de dentro, por causa de se ter sempre suposto que os atores locais são ‘idiotas’ e que precisam aprender a agir segundo uma racionalidade decretada superior e científica” (ZAOUAL, 2006, p. 28). Mas que sejam situados e valorizem seus territórios de origem, o que também é um exercício de alteridade e respeito ao que é diverso.

Acreditamos que o design seja um elemento importante na construção de um mundo melhor, seja através da valorização de alimentos e desenhos de novos modelos de negócios, seja no projeto de objetos industriais sob uma nova perspectiva. Mas torna-se necessária uma formação mais sólida no ensino de design que permita a constituição de profissionais/indivíduos mais críticos, com capacidade para compreender melhor seu entorno, atuando de maneira mais comprometida. Além disso, um caminho fecundo está em criar diálogo com novos atores e áreas, buscando entender melhor a complexidade do mundo em que vivemos atualmente.

Referências

ADICHIE, C. *The danger of a single story*. Disponível em: <http://ted.com/talks/lang/eng/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story.html>. Acesso em: 23 mar. 2010.

BARTHOLO, R. S. Breves notas sobre inovações sociais solidárias. *Revista Brasileira de Design*, ano I, n. 10, 2008.

- _____. **Você e Eu** – Martin Buber, presença e palavra. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.
- BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011
- BUBER, M. **Eu e Tu**. São Paulo: Centauro, 2001.
- DE-LÁ Comércio de Alimentos. Plano de negócios. 2012.
- DE-LÁ Comércio de Alimentos. Disponível em: <<http://produtosdela.com.br>>. Acesso em: 10 dez. 2015
- FROEHLICH, J. M. (Org.). **Desenvolvimento territorial: produção, identidade e consumo**. Ijuí: Unijuí, 2012
- GEELS, F. W. From sectoral systems of innovation to socio-technical systems insights about dynamics and change from sociology and institutional theory. *Research Policy*, v. 33, p. 897-920, 2004.
- KRUCKEN, L. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- LEITE, R. S. **Ver é compreender: design como ferramenta estratégica de negócio**. Rio de Janeiro: Senac, 2003.
- LOMNITZ, L. A. **Redes Sociais, Organizações Cultura e Poder**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.
- LOSCHIAVO, M. C. Consumo, descarte, catação e reciclagem: notas sobre design e multiculturalismo. *Estudo avançado em Design*, v. 1, p. 60-67, 2008.
- PANHUYTS, H. **Do desenvolvimento global aos sítios locais, uma crítica metodológica à globalização**. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.
- RORTY, R. **Contingência, ironia e solidariedade**. São Paulo: Martins, 2007.
- SANTOS, C. R. A. A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa. *História: Questões & Debates*, Curitiba, n. 42, p. 11-31, 2005.

SEBRAE. **Negócios sociais**. Disponível em: <www.sebrae.com.br/negociossociais>. Acesso em: 24 abr. 2014.

SECOMANDI, F. Design e as interfaces de serviço. In **Anais do 11º Congresso de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. Gramado, 2014.

STANDAGE, T. **Uma história comestível da humanidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

TAPSCOOT, D.; WILLIAMS, A. D. **Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

THACKARA, J. **Plano B – O design e as alternativas viáveis em um mundo complexo**. São Paulo: Saraiva, 2008.

ZAOUAL, H. **Nova Economia das Iniciativas Locais, uma introdução ao pensamento pós-global**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

_____. **Globalização e diversidade cultural**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

ZUIN, L. F. S.; ZUIN, P. B. Produção de alimentos tradicionais: contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 4, n. 1, p. 109-127, jan.-abr. 2008.

Um tijolo e um queijo: reflexão sobre valor e saberes na formação de uma identidade local

Fernando Betim Paes Leme

Durante o encontro de debates da temática “design e território”, realizado neste 5º simpósio, me foi feita uma pergunta a respeito de como entendia esta nova onda de eventos gastronômicos de divulgação de produtos de origem, orgânicos e familiares. Início este trabalho, portanto, apresentando um histórico vivenciado nas montanhas de Itamonte-MG, para, ao finalizar o texto, responder com mais consistência sobre este fato.

Deste modo, o trabalho que se desenvolve aqui é de um embate cultural de uma experiência vivida ao longo mais ou menos de 18 anos, desde que foi adquirido um pedaço de terra no sul de Minas Gerais. Neste período foi possível vivenciar diversos momentos políticos e econômicos, em condições determinantes para entendimento mais apurado das importâncias e hábitos culturais locais. Hábitos definidores da identidade dos moradores deste lugar, ou melhor, “território”.

Um diário de campo

Naqueles primeiros anos, por volta de 1998, enquanto convivia com atividades de construção e fazeres técnicos relacionados à arquitetura local, presenciava simultaneamente uma crise na produção e comercialização do leite, atividade mais forte e presente na região. Por características do lugar, os mesmos operários que trabalhavam nas obras de construção também eram ao mesmo tempo produtores de leite e trabalhavam correspondentemente na terra agricultável. Havia uma preocupação enorme das pessoas do campo com a crise nos preços de mercado para seus produtos, que inviabilizava a continuidade da produção.

Notadamente a preocupação maior estava relacionada à sobrevivência das famílias em se manterem nas suas propriedades, na busca por caminhos e alternativas

possíveis que garantissem recursos para permanência na terra. Naquele momento de dificuldades, muitos dos meninos que acompanhavam seus pais na lida e se engajaram em outros serviços para manterem os recursos das famílias vislumbravam como alternativa o ingresso em outras oportunidades de carreira, como alistamento militar, capacitação para trabalho industrial na cidade ou mesmo operários como na obra que eu realizava. Mudar de ramo era uma alternativa real.

Para alguns rapazes que acompanhamos com mais proximidade, muitas conversas se travaram, dado o interesse em conhecer melhor que universo de trabalho era este da construção e que sonhos poderiam realizar. A contra-argumentação se mostrava também limitadora para as expectativas lançadas, pois tal qual na área agrícola, a crise econômica afetava também outros setores de produção. Mas a conversa mais significativa se deu com dois rapazes, Deoclécio, conhecido como Nenê, e Geovani, ambos irmãos e adaptados aos fazeres do campo. Sem emprego, com estudos interrompidos e pouca idade ainda, mapearam o universo que os esperava para tomar decisão de futuro, do trabalho que escolheriam não somente para si, mas principalmente um trabalho de estabilização do grupo familiar ao qual pertenciam. Este é um ponto de fundamental importância quando falamos de território em um lugar como este. Não se pode conceber esta ideia sem pontuar o peso das atividades coletivas nas culturas rurais, do colaboracionismo, das ações compartilhadas, da ideia de estrutura familiar interconectada. Todos se ajudam e atuam como um corpo maior em prol do desenvolvimento de seus indivíduos. E foi sob este aspecto que os dois rapazes tomaram decisões distintas. Nenê, após muitas conversas sobre a ampliação do ganho na produção de leite, quando este é beneficiado ao ser transformado em queijo com qualidade própria e distribuição direta ao consumidor, decidiu estruturar sua própria queijaria. Geovani, em combinação com o irmão mais novo e também com o restante da família, decidiu que ajudaria na renda se capacitando como mestre de obras, sem deixar de lado suas atividades agrárias, para as horas restantes da semana.

A decisão de Geovani seguiu um caminho de aprimoramento dos fazeres construtivos conhecidos por qualquer habitante rural, que aprende a erguer cercas, levantar paióis e construir abrigos. Um fazer a ser qualificado com novos aprendizados que poderiam ampliar recursos. Já Nenê, também se conduziu pelo aspecto econômico sem dúvida, embora tenha pesado fortemente uma tradição de seus antepassados na confecção dos queijos, mesmo que ele mesmo ainda não tivesse preparado nenhum. Ora, e que perspectivas teria um rapaz desses, com tão pouca idade para seguir o trabalho de queijeiro sem a experiência necessária? Ao mesmo tempo, que facilidades se abrem no setor de construção para o outro jovem que já carrega uma bagagem prática rica em saberes construtivos? É aqui que começamos a cuidar deste conceito de território que tratamos a princípio.

As ideias de preparar queijos ou construções de adobe mostraram serem possíveis de serem alavancadas somente pelo fato de que a mesma ideia de rede para um mundo contemporâneo interconectado se mostra presente aqui, entranhada no campo, neste caso sob a forma de colaboração direta, física, orgânica, humana. Sem intermediação dos mecanismos de mídia (não neste momento). E é neste sentido que se apresentam os saberes passados de pai para filho, pela participação das avós e dos parentes que se mostraram prontos a resgatar o conhecimento do que se fazia muito tempo antes. Participaram avó, pai, tio e tias nas preparações iniciais dos primeiros queijos preparados por Nenê (Figura 1), assim como para construções de adobe trabalhadas por Geovani.

Em relação às construções, o aprendizado de Geovani (Figura 2) se deu muito mais em função do interesse em conhecer como se constrói nas áreas urbanas, saber regras e especificações técnicas exigidas por legislações municipais, do que propriamente no fazer construtivo. Podemos dizer que Geovani incorporou outros novos saberes técnicos, compartilhados pelo universo especializado da construção, muito mais do que o seu rico saber construtivo trazido pelas tradições culturais locais, embora pouco valorizado. Houve aí, para os dois lados, uma troca vantajosa, pois foi possível também conhecer e aplicar em diversas obras rurais, o saber técnico das taipas e adobes que eram exercidos com “o pé nas costas” pelos moradores do lugar, ao mesmo tempo em que foi possível capacitar este rapaz a interagir na participação das obras com códigos legais que aconteciam na cidade. Neste período Geovani pôde realizar tanto arquiteturas tecnicamente normatizadas, de complexidade tecnológica maior, quanto residências feitas de adobe no campo, que livre de boa parte das regras vigentes, ganharam grande visibilidade por seu caráter artesanal.



Figuras 1 e 2 Deoclécio (Nenê) na queijaria, construída por ele e pelos irmãos, e Geovani, construtor.

Fonte:

Em relação aos queijos, o que se acompanhou foi um reencontro de lembranças. Transferiram e recuperaram também segredos, detalhes do aperfeiçoamento do parmesão tradicional da Mantiqueira, que só passam a ser desvelados na ação prática, no fazer cotidiano e compartilhado pelos experientes. Para que não ganhe esta ideia de memória o valor de uma relíquia guardada, definidor do caráter deste bom produto que começou a se produzir na pequena queijaria, faz-se pertinente também incluir nesta história a atuação de cursos de capacitação como os oferecidos por órgãos como a EMATER-MG, que Nenê prontamente procurou, ávido por saber tudo que pudesse ajudar nesse assunto. Bom, e a ideia de território nisso?

Naturalmente para estes rapazes, colocados frente às crises políticas, aos riscos econômicos, e sabedores de suas diferenças de formação e instrução, agarrar todas as fontes de informação é decisivo. Seguir as normas de regularização e permissão impostas pelas legislações para produção e comercialização destes queijos também.

Um embate de valores: entre artesanania e padronização

O processo de produção tradicional dos queijos fica comprometido quando são corrompidos os procedimentos originais que dizem respeito ao manejo, às ferramentas, aos equipamentos e às instalações que envolvem a cadeia produtiva artesanal que o definiram. Neste caso seguir as normas que se estabeleceram significa o preparo de um novo produto, um “outro queijo” que aponta para o máximo da padronização e controle. Acatar as regras do jogo definidas por órgãos de vigilância sanitária e saúde pública é definidor para a caracterização que definirá a identidade do produto preparado. Estes rapazes entendem isso, embora por sobrevivência não pensem duas vezes para se submeterem às regras. Estavam ambos em busca do consentimento legal para alavancarem suas atividades de trabalho definidas. Encontramos aqui o primeiro embate entre padronização e artesanania, entre global e local.

Um segundo embate ocorre mediante um decreto de demarcação do “Parque Estadual do Bico do Papagaio”, que, segundo as demarcações oficializadas, impõe aos moradores locais enraizados na região por séculos de gerações a desapropriação ou, em outros casos, a obrigatoriedade de transformarem suas terras em áreas de preservação permanente. Para as instâncias governamentais, a concepção do decreto é um ganho ambiental que preserva o território de uma série de agressões ambientais provocadas por mau uso do solo. Para os habitantes locais, a percepção é de que são moradores invisíveis à importância deste mesmo ambiente.

Assustados com a iminência de serem retirados de suas terras, de serem obrigados a uma adaptação a outro lugar estranho, a única compreensão que apresentam é de que seu trabalho, sua história e memória não representam valor para estes órgãos. Neste processo de condução das decisões que viriam a ser necessárias, em meio ao desnorreamento e às dúvidas que se criaram, o caminho mais apropriado que se achou abraçar foi de buscar a união do grupo e a construção de uma identidade comum que permitisse a estes, como tantos outros camponeses da região, serem reconhecidos como pertencentes a um Patrimônio Imaterial da região. Formou-se aí uma associação de moradores, AMABEM, como estratégia jurídica de contrabalançar o peso das ações de desapropriação. A argumentação de valor cultural local, que justificasse o entendimento de patrimônio imaterial estava justamente pautada na concepção da riqueza histórica de saberes que ali se encontravam. Neste sentido apresentam-se como relevantes saberes construtivos, agrícolas, religiosos, de gastronomia, que se consolidaram fortemente desde tempos de colonização. O queijo parmesão da Mantiqueira é derivado daí, colocado com ideia similar da tradição que se estabeleceu com outros saberes brasileiros, assim como com produtos franceses e italianos (vinhos, queijos, embutidos...). Decorre daí também a assimilação com o conceito de Terroir, que caracteriza um espaço onde se desenvolve um conhecimento coletivo, sob relações familiares e culturais comuns. Um espaço onde ocorrem interações entre o ambiente físico, biológico e práticas agrícolas que definem aspectos distintos dos produtos que derivam deste lugar. Essencialmente é sob este prisma que se encontram os moradores deste local e, ironicamente, é sob esta cultura territorial que o decreto, as leis sanitárias e as regras de produção atuam de modo prejudicial.

Deste lado de cá do território observado, posição que nos permite apreciar o desenrolar deste cenário, o entendimento de valor se apresenta com outro viés. Quando apresentamos uma confortável casa de adobe ou colocamos um queijo como este na mesa de um restaurante, na vitrine de uma loja conceituada, o que se passa é a valorização deste produto sob outra ótica, uma ótica em que um produtor, como Nenê ou Geovani, entra como personagem de um enredo, de uma construção de memória, de uma identidade que é rica em história para nós. De um cenário diferenciado que nos faz viajar para outros tempos e lugares, conhecer culturas diferenciadas. Há, de certo modo, quando valorizamos a ideia de território como valor agregado no produto que aí se realiza, uma intenção clara de permanência da memória e cultura local tal qual a concebemos e a vendemos na vitrine. Fundamenta todo discurso uma concepção de que há que se preservem estes valores de modo a não se perder aquilo que nos remete ao passado ou mesmo a lugares distantes tal qual sonhamos. Um discurso que rapidamente se apropria desta ideia, como um selo de valorização econômica do que ali se produz. Interessa ao negócio e ao valor do produto que se garanta uma imagem ideal

daquele fazendeiro, com chapéu de palha, sotaque arrastado, palha de capim no canto da boca e um ar de ingenuidade no olhar como caracterização fiel daquele cenário construído que se vende. Para estes rapazes cumprir seu papel de herdeiros da tradição, investidos de uma estética histórica imaginada, como parte de um cenário descrito aos moldes de um conto de fadas repercute na valorização de quem está do outro lado desta vitrine, do lado de cá, de fora do território.

De algum modo este cenário se dá dentro de um processo de legitimação controlada.

Valorização sociocultural: saberes coletivos, memória e hábitos

Participantes deste olhar, diversos autores da área do Design incorporam a importância de caracterizar, de valorizar a autenticidade e originalidade que acompanham a história carregada pelos produtos locais. Enxergam neste caminho uma oportunidade de incorporar valores ligados à preservação ambiental e à sustentabilidade. Entendem também que nesta convivência de grupos heterogêneos torna-se necessário para o Design o desenvolvimento de novas competências que atuem nos processos produtivos para fortalecimento destas identidades. Cabe aos designers a capacidade de interpretação destas peculiaridades locais, daquilo que é original e diferenciado nos produtos. Nesse sentido, torna-se imperativa a capacidade que produtores, designers e mesmo o país tem de interpretar o estilo de vida local (local culture e local lifestyle) para que ele seja inserido como componente diferencial dos produtos que competem hoje em nível global (DIJON DE MORAES, 2010, p. 14).

A ideia de correspondência dos valores culturais e históricos impregnados nos produtos de consumo são apontadas também como modo de agregar valor aos produtos locais: “o atributo do design de agregar valor e de ser capaz de gerar diferenciação, ganha relevância nos processos de desenvolvimento dos territórios contemporâneos” (REYES; BORBA, 2008, p. 2).

Estratégias de envolvimento maior com esta identidade são tratadas como fundamentais para compreender as qualidades destes produtos originais, ricos em significados, reconhecendo e tornando perceptíveis os valores e as qualidades das culturas locais. Para este trabalho o design requererá muita sensibilidade e uma carga de responsabilidade grande. Na medida em que se definem caminhos de inclusão destes valores diferenciados, abrem-se também as perspectivas de inclusão dos novos saberes contemporâneos nestas culturas tradicionais.

Contar a “história do produto” significa comunicar elementos históricos, culturais e sociais associados, possibilitando ao consumidor avaliar e apreciar o produto de forma mais ampla – considerando, por exemplo, os serviços ambientais embutidos no próprio produto [...] Rastreabilidade técnica de produtos está diretamente relacionada com a segurança do consumo e com seus atributos objetivos. No entanto, é necessário considerar outros aspectos para avaliar sua qualidade (KRUCKEN, 2009, p. 4).

Para esta área do saber, este olhar de valorização sociocultural se coloca como um sopro de renovação e naturalmente enxergam nos produtos respostas a estes valores. Mas cuidam sobremaneira para que estes conceitos não se transformem unicamente num pretexto de consumo.

No contexto de Nenê e Geovani, o cotidiano de atividades se caracteriza por grande distanciamento de centros urbanos, restringindo acesso a recursos como comunicação, transporte, comércio, ferramentas e de certa forma tecnologias de produção. Notadamente neste contexto, as atividades artesanais se apresentam como resposta evidente, denotando conseqüentemente uma identidade local que, imediatamente dentro deste conceito *terroir*, é apropriada e valorizada como ganhos de distinção.

Para os moradores que habitam este cenário, há o cuidado para que em nome da valorização do produto não se mantenham eternamente aprisionados e caracterizados como simplórios caipiras como em um quadro de Almeida Junior.

Bem, é evidente que a convivência com estas pessoas desmonta um pouco este entendimento de construir nossos desejos urbanos apoiados nestes habitantes do campo. Os desejos destes são de inclusão aos benefícios que o mundo contemporâneo pode oferecer. Na realidade há uma consciência muito clara de que, mais do que possuírem bens ou tecnologia, devem ter minimamente acesso disponibilizado aos avanços e passem a pertencer ao mesmo conjunto social do qual participamos.

O queijo preparado por Nenê e tantos outros personagens das montanhas da Mantiqueira buscam naturalmente que este valor reflita no fruto de seu trabalho, mas o preço não há de ser condicionado a um congelamento das práticas e do tempo. Há que se tomar cuidado para não condenar estas comunidades a representar um mesmo personagem ao longo da vida.

Na visão dos geógrafos Henry Lefebvre, Milton Santos e Doreen Massey, não há como conceber a ideia de território sem que haja o entendimento das ações humanas envolvidas. É importante compreender na fala dos três autores que a realidade social aí é marcada por contradições.

Embora Lefebvre entenda que a fragmentação dos espaços territoriais gere desigualdades e proponha buscar uma homogeneização como forma de se prote-

ger disso, compreende também que as comunidades devem ter esta percepção e organizar-se para demandar condições que atendam às suas necessidades específicas. Neste caso o Estado se torna um regulador de uma política oficial comum a estes territórios, regulando também à lógica de mercado.

Mas como um espaço pode estar inserido em uma mesma lógica – a da mercadoria, que homogeneiza todo mundo (na mesma ideologia e ordem global) – e que ao mesmo tempo se fragmenta, se hierarquiza?

Entendem também Santos e Massey que o espaço, onde se apoia o território, precisa ser refeito a cada momento histórico, que está sempre em construção, de modo que dê conta de uma nova dinâmica social, de fluxos e interações, muito diferenciada da imagem que se criou sobre os fazeres artesanais, tanto dos queijos quanto das construções de adobe.

Do mesmo modo como Santos também entende este espaço ser um conjunto indissociável de sistemas de objetos, naturais ou fabricados, caracterizando o espaço composto pelos sistemas natural e artificial (ou social), ao mesmo tempo encontramos emblematizados nestes agricultores a percepção de que a sobrevivência de seus grupos depende da adequação ao universo global.

Na concepção de Santos o espaço é, portanto, meio, o lugar material das possibilidades dos eventos. Para o geógrafo, o passado ficou “para trás”, o presente acaba, e o futuro, para conseguirmos prever ações e para fazer planejamentos, nos obrigará a fazer periodizações, uma vez que, assim, torna-se possível identificar o que seria novo no processo e possibilitaria uma ação transformadora e lúcida.

O entendimento mais forte sobre estas condições que definem território passa substancialmente pela concepção que Massey aborda sobre lugar. Cuida para que se entenda a relação entre global e local como um encontro de trajetórias, em um espaço que se apresenta com respostas em aberto, diferentemente da concepção de pré-determinação e congelamento histórico que o termo terroir muitas vezes incorpora como oportunidade de negócio. Traduz Massey o mesmo cenário que Nenê e Geovani constroem. Carregam o global e o local em suas práticas, suas relações técnicas e sociais. Prontos para estabelecer novas conexões e desconexões. Obrigá-los a exercer o papel de repositório de nossos desejos de uma certa forma é como condená-los a viver sempre em um passado que não avança.

A abordagem da geografia ajuda muito a compreender o aspecto flexível das relações que ocorrem em um lugar como as montanhas onde habitam estas pessoas. As trajetórias do global e local se contaminam, em sobreposições, passando uma a fazer parte da formação da outra, porém nunca formando um todo coerente e estável. As vivências destas pessoas que coabitam o mesmo lugar são individualizadas e nunca estarão fechadas ao que vem da relação com os outros lugares. Ao falar sobre comunidade, destaca o fato desta também ser heterogênea.

A heterogeneidade está presente em tudo, não há como querer criar normas e regras para uma homogeneidade.

Pode-se dizer que os lugares possuem uma identidade própria, porém, não de forma coesa, compartilhada por todos. Pode-se dizer que tanto as pessoas quanto os lugares formados por estas têm identidades múltiplas. Esta multiplicidade pode ser vista, portanto, como fonte de riqueza, de conflito ou até de ambas.

Isto coloca em cheque o que tem se concebido como produto terroir, pois garantir esta coesão é determinante para o olhar econômico do que se produz, segundo ênfase mercadológica e de consumo apresentada, mas definitivamente não é o que pode se exigir sob o aspecto social.

O que a meu ver se mostra de grande relevância frente a esta vivência, é que fundamentalmente o que caracteriza identidade comum aos moradores deste lugar é o fato de que, mesmo nas diferenciações, produziram um saber coletivo, uma memória e hábitos que não podem ser entendidos isoladamente, mas em seu conjunto. De que pertencem também ao tempo contemporâneo, interligados e participantes de uma rede, de um universo social que nem sempre os inclui da maneira real como se apresentam. O queijo e o tijolo são parte disso, mas estão essencialmente em um segundo plano. Neste sentido, um queijo produzido neste território só pode ser bem compreendido se for também compreendido conjuntamente com o tijolo em seu saber construtivo, com a colheita do feijão junto ao milho, na pausa para um mergulho no rio, nos ritos religiosos e nos almoços de domingo. E principalmente, só serão compreendidos Nenê e Geovani neste contexto, se forem entendidos como participantes em seus núcleos familiares e de vizinhança. O valor real do entendimento de território não está propriamente no produto, mas sim nas relações culturais distintas, da interação social local, também em rede. O produto não pode ser o foco, mesmo diante de todos apelos de consumo, deve ser entendido como resultante dos saberes vivos e em transformação dessas pessoas.

Novas relações

Retornando à pergunta inicial sobre nova onda de eventos gastronômicos que me foi dirigida, entendo que há nitidamente uma busca sonhada por novas relações de consumo, e consequentemente produtivas. Uma busca do universo urbano, que generalizando, conhece muito pouco do que se realiza nas atividades rurais, principalmente de características familiares. Há, nesta idealização, à frente de um queijo como o produzido por Nenê, uma fantasia de que estes agricultores habitam um mundo totalmente diferenciado e que carregam este cenário imaginado como um éden a ser visitado por nós que habitamos a cidade. Sendo parte destes dois “cenários”, produtor local e morador de uma megacidade, e partici-

pando desta ponte de encontro entre estes dois possíveis “cenários”, entendo que há muita desinformação ainda de ambos os lados, que há uma distância propositalmente construída a fim de ampliar artificialmente o valor no consumo destes produtos “terroir”. Uma distância que vem a calhar para os negócios, mas que para este homem do campo o contém pressionado, para que mantenha a imagem do personagem idealizado pelo consumidor urbano. De mesmo modo, constrói para este consumidor urbano a ideia de um mundo paralelo a ser conquistado por todos e que não participa das relações em rede do mundo contemporâneo. Digo isso porque o valor de um queijo que se apresenta na vitrine chique da loja ainda supera em muito o valor que se comercializa o mesmo produto na localidade que se produz. Esta distância só configura o abismo nas rendas entre homem do campo e da cidade. De positivo entendo que há um passo importante aí na busca de uma relação saudável entre produtores, produto e consumidores, e que se não temos uma relação ideal ainda estabelecida, temos um caminho. Um caminho que permite, mais do que apontar para o valor do produto, apontar para a qualificação e inclusão de quem os produz (Figura 3).



Figura 3 Convivência entre passado e presente nas tarefas rotineiras do campo.

Fonte: autor.

Referências

BÊZ, M.; FIGUEIREDO, L. C. Algumas reflexões acerca da geografia Socioambiental. *Geosul*, Florianópolis, v. 26, n. 52, p. 57-76, jun./dez. 2011.

HAESBAERT, R. Por uma constelação geográfica de conceitos. In *Viver no limite*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014. p. 19-51.

KRUCKEN, L. **Design e Território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

_____. **Design e Território: uma abordagem integrada para valorizar identidades e produtos**. In ISSD 2º Simposio Internacional de Design Sustentável – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 5 a 6 de novembro, 2009.

LEFEBVRE, H. **A produção do espaço**. Trad. “Grupo as (im)possibilidades do urbano na metrópole contemporânea” do núcleo de Geografia Urbana da UFMG (do original: *La production de l’espace*. 4 ed. Paris: Editions Anthropos, 2000). Primeira versão: início – fev. 2006, cap. 1.

MANZINI, E.; MERONI, A.; KRUCKEN, L. **Relação entre produto, território e consumidor: Visibilidade e comunicação entre local e global**. In Seminário Internacional Biodiversidade, cultura e desenvolvimento, Curitiba, 29 e 30 de junho, 2006.

MASSEY, D. O sentido global do lugar. In: ARANTES, A. A. (Org.). **O espaço da diferença**. Campinas: Papius, 2000, p. 176. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/33503254/Arantes-O-ESPACO-DA-DIFERENCA>>.

MENDONÇA, F. Geografia Socioambiental. **Terra Livre**, São Paulo, n. 16, p. 133-152, 2001.

MORAES, D. Design e identidade local: o território como referência projetual em APLs moveleiros. In **Cadernos de Estudos Avançados em Design**. Belo Horizonte: EdUEMG, 2010.

REYES, P.; BORBA, G. Design estratégico aplicado ao território. In **Congresso Internacional de Pesquisa em Design**, 4º, 2008, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.anpedesign.org.br/artigos/pdf>>. Acesso em: 3 maio 2009.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: EdUSP, 2002.

_____. **Técnica, espaço e tempo: globalização e meio técnico científico informacional**. 5. ed. São Paulo: EdUSP, 2008.

_____. **Metamorfose do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988.

SOUZA, M. L. Espaço geográfico, espaço social, organização espacial e produção do espaço. In **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013. p. 21-42.

SCHIMDT, C. A teoria da produção do espaço de Henri Lefebvre: em direção a uma dialética tridimensional. **GEOUSP**, São Paulo, n. 32, p. 89-109, 2012.

Sobre os autores

Adriane Shibata Santos

É doutora em Design pela PUC-Rio (2011), mestre em Saúde e Meio Ambiente (2007) pela Univille, especialista em Engenharia de Produto e Design pela PUC-Pr (2003) e graduada em Desenho Industrial – Projeto de Produto pela UFPR (1999). É professora do curso de Graduação em Design da Univille, além de compor também o quadro permanente do programa de Mestrado Profissional em Design da mesma instituição. Atualmente tem orientado suas pesquisas para as temáticas do design e sustentabilidade, design e contexto urbano, gestão e processo de design.

Agnes Narimatsu Honda

Possui graduação em Engenharia de Alimentos pela Universidade de Campinas (2004) e mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade de São Paulo (2014) com foco em *Ecodesign*. Atualmente trabalha na Johnson & Johnson na área de pesquisa e desenvolvimentos de produtos. Tem experiência com gestão de processos e desenvolvimento de produtos, trabalhando principalmente com bens de consumo não durável. Atua também na inclusão de práticas de sustentabilidade dentro do processo de desenvolvimento de produtos.

Aldo Roberto Ometto

Possui graduação em Engenharia de Produção – Química pela Universidade Federal de São Carlos (1997), mestrado em Ciências da Engenharia Ambiental pela Universidade de São Paulo (2000) e doutorado em Engenharia Hidráulica e Saneamento pela Universidade de São Paulo (2005). Atualmente é professor da

Universidade de São Paulo. Tem experiência na área de Engenharia e Gestão do Ciclo de Vida do Produto, atuando, principalmente, nos seguintes temas: Engenharia e Gestão do Ciclo de Vida; Avaliação do Ciclo de Vida; Gestão Ambiental de Empresas; Ecologia Industrial; Estratégias de Fim de Vida de produtos; Produção mais Limpa; Ecodesign.

Ana Maria Queiroz de Andrade

Doutora em Design pela Universidade Federal de Pernambuco em 2015, mestre em Educação pela Temple University, USA, 1988. Graduada em Arquitetura pela Universidade Federal de Pernambuco (1978). Vice-líder do Grupo de Pesquisa Design, Tecnologia e Cultura credenciado pelo CNPq. Coordenadora do Laboratório de Design O Imaginário da UFPE, projeto que atua tanto na produção industrial quanto na produção artesanal. Tem experiência na área de Design, com ênfase em Desenho de Produto, atuando principalmente nos seguintes temas: gestão de design e configuração do objeto.

Andréa Franco Pereira

Designer de produto e doutora em Sciences Mécaniques pour L'Ingenieur, Université de Technologie de Compiègne (2001). Realizou pós-doutorado na Universidade Federal de Santa Catarina, junto ao Grupo de Pesquisa em Avaliação de Ciclo de Vida (Ciclog). É professora-associada da Universidade Federal de Minas Gerais e pesquisadora do CNPq de Produtividade em Desenvolvimento Tecnológico e Extensão Inovadora. Autora do livro *Madeiras Brasileiras: Guia de combinação e substituição* (Ed. Blucher/FAPEMIG). Possui 6 registros de Desenho Industrial e 3 patentes junto ao INPI. Atua nas seguintes áreas: Metodologia do Design, Ecodesign, Avaliação do Ciclo de Vida (ACV), Sustentabilidade.

Beany Guimarães Monteiro

Bacharel em Desenho Industrial-Projeto de Produto, formada pela Escola de Belas Artes, e doutora em Engenharia do Produto e Gerência da Produção pelo Programa de Engenharia de Produção da Coordenação dos Programas de Pós-Graduação em Engenharia – COPPE/UFRJ. Professora Associada II da Universidade Federal do Rio de Janeiro, lotada no Departamento de Desenho Industrial – Projeto de Produto. Coordena o Laboratório de Design e Inovação Social, da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Carla Cipolla

Tem desenvolvido desde 2004 atividades de design para a inovação social na Europa, na África e no Brasil, onde atua agora como professor na UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro. É coordenadora do UFRJ Coppe DESIS Lab, um dos membros fundadores da rede DESIS (Design para a Inovação Social e Sustentabilidade). Alguns dos projetos em que está envolvida inclui Transit (Teoria da Inovação Social Transformadora), Lasin (Rede Latino Americana de Inovação Social), ambos cofinanciados pela Comissão Europeia e IFC (Informal, Formal e Colaborativo), um programa de atividades que envolve DESIS Labs na África e América Latina.

Carlo Franzato

Designer e doutor em Design pelo Politecnico di Milano. É decano da Escola da Indústria Criativa da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, onde é professor do Programa de Pós-Graduação em Design da mesma instituição. É editor da revista *Strategic Design Research Journal*. Na perspectiva do design estratégico, sua pesquisa tem como tema central as redes de projeto que se constituem com a abertura do processo de design para as inúmeras colaborações projetuais estabelecidas entre designers e outros profissionais, empresas e outras organizações, usuários e cidadãos. Propõe o projeto em rede como método para a procura da sustentabilidade.

Chiara Del Gaudio

Designer e pesquisadora em design. Professora colaboradora do Programa de Pós-graduação em Design da Unisinos. Seus principais temas de atuação e produção científica: Design para Inovação Social, abordagens participativas e colaborativas de Design; Design Estratégico; ação e integração do designer em áreas caracterizadas por exclusão social e conflitos urbanos. Sua pesquisa atual investiga os principais limites e as condições necessárias para atuação social do designer. Integra o grupo de pesquisa Grupo de Pesquisa em Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social e o relativo Seeding Lab (Laboratório de Pesquisa sobre Inovação Social e Inovação Cultural, filiado a Rede DESIS).

Cyntia Santos Malaguti de Sousa

Desenhista industrial pela Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (1980) e doutora em Arquitetura e Urbanismo

pela Universidade de São Paulo (2000). Atualmente é professora-pesquisadora do Centro Universitário Senac e da FAUUSP, nos cursos de Design. Tem experiência profissional na área de Desenho Industrial, atuando principalmente nos seguintes temas: design para sustentabilidade, gestão do design e cultura material.

Fabien A. Brones

Francês, engenheiro de alimentos (AgroParisTech, 1985) e mestre em Engenharia e Gestão Ambiental (MINES-ParisTech, 2004). Doutor em Engenharia de Produção, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2015. Tem 30 anos de experiência em inovação e sustentabilidade na indústria de bens de consumo em grupos internacionais (França, Brasil) e consultoria ambiental. Entre 2007 e 2016, foi gerente científico em Tecnologias Sustentáveis na Natura Cosméticos. Foi diretor de P&D no Grupo Danone Divisão Biscoitos, de 2000 a 2003. Autor de artigos sobre gestão e avaliação de ciclo de vida, ambiental e social, ecodesign e sustentabilidade.

Fábio Neves Puglieri

Professor Adjunto da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), campus Ponta Grossa, no Departamento Acadêmico de Engenharia de Produção (DAENP). Possui graduação em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), com mestrado e doutorado em Engenharia de Produção pela Escola de Engenharia de São Carlos (EESC) da Universidade de São Paulo (USP) e doutorado sanduíche na University of California, Berkeley. Tem atuado com pesquisas envolvendo planejamento estratégico ambiental, estratégias sustentáveis corporativas, Gestão do Ciclo de Vida (Life Cycle Management – LCM), Avaliação do Ciclo de Vida (ACV) e ecodesign.

Fernanda de O. Martins

Designer paulista. Mudou-se para Belém-PA em 2014, onde, desde então, tenta outras formas de continuar designer. Com a colaboração de ribeirinhos, caboclos e associações de mulheres, permanece na busca deste outro design, que faça sentido e seja transformador. É diretora da Mapinguari Designl. Formada em Artes Plásticas pela ECA- USP, atualmente realiza doutorado em Design na ESDI/UERJ. *Master* em Design Gráfico e Tipografia na Escola de Design de Basel, Suíça. Especialista em Semiótica e Cultura Visual pela UFPA. Foi representante do Design no Conselho Nacional de Políticas Culturais do Ministério da Cultura (2013-2105) e membro do Conselho Nacional de Incentivo à Cultura entre 2005

e 2010. Uma das fundadoras da ADG, de que foi diretora entre 2004 -2009, e também do Conselho de Ética nas gestões de 1999-2003 e 2009-2012

Fernanda Pina

Doutoranda em Design Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), mestra em Administração de Empresas pela PUC-Rio em 2015, graduada em Administração de Empresas pela PUC-Rio em 2010, integrante do Laboratório Design, Memória e Emoção (LABMEMO) da PUC-Rio e organizadora do programa PUC-Rio Mais de 50. Atualmente, dedica-se à pesquisa com foco no desenvolvimento de soluções para expansão das ações no espaço universitário voltadas para pessoas com mais de 50 anos, usando métodos de codesign, design etnográfico e *design thinking*. Possui experiência profissional de 16 anos nas áreas de gestão acadêmica e marketing com ênfase em educação continuada. Leciona em cursos de extensão com foco em marketing, empreendedorismo e inovação.

Fernando Betim Paes Leme

Fernando Betim Paes Leme – Arquiteto (1986), professor e pesquisador pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio. Atua como pesquisador ligado ao “Grupo de Estudos do Lugar: Sustentabilidade em Projeto” – GELS/PUC-Rio e ao Laboratório do Ambiente Construído – LAC. Tem seu trabalho de pesquisa ligado a práticas sustentáveis em sistemas construtivos, pré-fabricação e atividades artesanais. Atua com trabalho de campo com ênfase em sustentabilidade relacionado às comunidades rurais do sul de Minas Gerais.

Helena Sampaio

Mestre em Antropologia e doutora em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP), é docente da Faculdade de Educação e do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Foi coordenadora executiva da OSCIP Artesanato Solidário desde a sua criação, em abril de 2002 até março de 2009. Desenvolve pesquisas sobre sistemas de ensino superior e sobre cultura popular e patrimônio imaterial.

Julio Cezar Augusto da Silva

Pesquisador do Instituto Nacional de Tecnologia, onde coordena pesquisas e projetos nos temas design para sustentabilidade, mobilidade sustentável, ecodesign

sign, tecnologia assistiva e avaliação de impacto ambiental de produtos e serviços. Doutor em design pela PUC-Rio, com estágio no exterior na Delft University of Technology, Holanda (2009), mestre em Engenharia de Produção pela COPPE-UFRJ (1999) e graduado em design pela ESDI-UERJ (1991).

Karine de Mello Freire

Doutora em design pela PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil) e professora do Programa de Pós-Graduação em Design na Unisinos (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, Brasil). Seu interesse de pesquisa está ligado à inovação social e aos processos de design estratégico que levam a ela.

Laura de Souza Cota Carvalho

Empreendedora social e professora universitária. Doutora em Design pela PUC-Rio (2016), mestre em Engenharia de Produção pela COPPE/UFRJ (2011) com ênfase em Gestão e Inovação e graduada em Desenho Industrial pela Universidade do Estado de Minas Gerais (2007). Desde 2005 trabalha com pesquisa de desenvolvimento tecnológico industrial. Tem experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase em Projeto de Produto, atuando principalmente nos seguintes temas: design e território, agricultura familiar, design de produtos, design de serviços e inovação social.

Lia Buarque de Macedo Guimarães

Possui graduação em Desenho Industrial (1977) e em Comunicação Visual (1977) pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro; mestrado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1987); doutorado em Industrial Engineering pela University of Toronto, Canadá (1992); e pós-doutorado na School of Environment, Enterprise and Development (SEED) pela Faculty of Environment – University of Waterloo, Canadá (2011). Atua como professor colaborador na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de Design e Engenharia de Produção, atuando principalmente nos seguintes temas: ergonomia (macroergonomia), design de produtos e sistemas, sustentabilidade, cognição e engenharia de sistemas cognitivos.

Lia Krucken

Atua nas áreas de design colaborativo, valorização do território e estratégias para sustentabilidade. Tem pós-doutorado em Design junto ao Politecnico

di Milano, instituição com a qual colaborou como professora visitante, e Doutorado pela Universidade Federal de Santa Catarina. No Brasil vem atuando como professora desde 2003, em especial junto à Universidade do Estado de Minas Gerais, à Fundação Dom Cabral e à Universidade Federal de Santa Catarina. Coordena o projeto “creative change”, com parcerias no Brasil, na Alemanha e em Portugal, realizando workshops relacionados à design, arte e inovação nas cidades. É autora do livro “Design e Território”, publicado pela Nobel em 2009.

Lia Monica Rossi

Graduada em Comunicação Visual (ESDI/UERJ) e mestre em Engenharia da Produção (COPPE/UFRJ). Cursos de Aperfeiçoamento no Centro Iberoamericano de Artesania, Espanha e na Universidade de Reading, Inglaterra. Cofundadora do curso de Design da UFPB/Campus II. Docente no Norte e Nordeste e Consultora em Design e Artesanato: Programa do Artesanato Brasileiro, Secretarias Estaduais, Sebrae, Fundación Iberoamericana de Artesania, Artesanato Solidário/Artesol etc. Idealizadora do Projeto de Pesquisa Art Déco Sertanejo. Atualmente prepara publicação, exposição e continua a atuar junto a comunidades artesanais. Coleciona rendas, bordados, livros e revistas antigas sobre o assunto.

liamonica2005@gmail.com

Agradecimentos a José Marconi pela parceria, pela leitura, pelas sugestões.

Marília Ceccon

Doutoranda em Arquitetura na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), onde realiza uma investigação sobre a afetividade e o significado da casa para os maiores de 60 anos utilizando o método etnotopográfico, com orientação da professora Cristiane Rose Duarte. Também atua como bolsista no Núcleo Pró-Acesso, coordenado por Cristiane Rose Duarte. Mestre em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) em 2015, onde participa de pesquisa no campo do design emocional e envelhecimento com foco na promoção da saúde, levantando demandas da crescente população acima dos 60 anos no Laboratório Design, Memória e Emoção (LABMEMO) na PUC-Rio. Atua, também, como colaboradora do projeto PUC Mais de 50, com a função de coordenadora técnica. É graduada em Desenho Industrial, com habilitação em Projeto de Produto, pela PUC-Rio em 2011. Foi aluna de iniciação científica do LABMEMO, com orientação da professora coordenadora Vera Maria Marsicano Damazio (2008).

Marly Monteiro de Carvalho

Professora livre-docente da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, no Departamento de Engenharia de Produção desde 1992. Coordena o Laboratório de Gestão de Projetos (www.pro.poli.usp.br/lgp) e o grupo de pesquisa Qualidade e Engenharia do Produto e cursos associados na USP e Fundação Vanzolini. Autora de 12 livros e artigos científicos em gestão de projeto, da inovação e de operações sustentáveis.

Possui pós-doutoramento pelo Politécnico de Milão, doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina e graduação em Engenharia de Produção Mecânica pela Escola de Engenharia de São Carlos da USP.

Nadja Maria Mourão

Doutoranda em Design pelo PPGD – UEMG, possui mestrado em Design/UEMG (2011). Pós-graduada em Arte Educação pela UEMG – Faculdade de Educação; bacharel em Design de Ambientes pela Fundação Mineira de Arte Aleijadinho – Escola de Artes Plásticas. Atualmente é membro do CEDTec – Centro de Estudos de Design e Tecnologia / Linha de pesquisa: Cultura, Aspectos Socioeconômicos, Sustentabilidade e Gestão da inovação. Grupo CNPq: Tecnologia Social e Design Inclusivo. Professora em Tecnologia Social na Escola de Design. Tem experiência em Educação, com ênfase em Meio Ambiente, atuando principalmente nos seguintes temas: Tecnologia Social, Sustentabilidade, Design, Cultura e Empreendedorismo.

Paulo Reyes

Arquiteto, especialista em Design Estratégico, mestre em Planejamento Urbano e doutor em Ciências da Comunicação. Professor adjunto da Faculdade de Arquitetura da UFRGS e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional da UFRGS. É consultor ad-hoc da CAPES e da FCT Fundação para a Ciência e a Tecnologia do Ministério da Educação e Ciência de Portugal. Pesquisa sobre cidade contemporânea, território e cultura, processo de projeto e projeto por cenários. Coordenador do Grupo de Pesquisa no CNPq “Cidade contemporânea: entre arte e filosofia”.

Raquel Noronha

Designer, mestre e doutora em Antropologia. Professora adjunta da Universidade Federal do Maranhão, onde integra o Programa de Pós-Graduação em

Design. Líder do NIDA – Núcleo de pesquisas em imagem, design e antropologia, desenvolve pesquisa nas áreas de identidade cultural e patrimônio, metodologias participativas, relação design, materiais e artesanato, e design anthropology. Contato: raquelnoronha79@gmail.com.

Renata Mattos Eyer de Araujo

Graduação em Desenho Industrial e mestrado em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Na área de ensino atua como professora do quadro complementar do curso de Graduação em Design da PUC-Rio desde 1997. Atualmente ministra as disciplinas de Projeto Básico Contexto e Conceito, na qual atua também como supervisora, e Design Inclusivo e integra a equipe de professores da disciplina Projeto Avançado Usos e Impactos Socioambientais. É professora do curso de especialização Sustentabilidade no Projeto: do objeto à cidade.

Supervisora do Núcleo de Apoio e Inclusão da Pessoa com Deficiência (NAIPD) da PUC-Rio.

Coordenadora da Oficina de Tecnologia Assistiva do Centro de Vida Independente do Rio de Janeiro (CVI-Rio) onde desenvolve projetos na área de tecnologia assistiva.

Rita de Castro Engler

Engenheira Civil/UFMG (1985), mestre em Engenharia de Produção/PUC-RJ (1988), DEA e doutora em Gestão de Inovação Tecnológica – École Centrale Paris (1993), pós-doutora em Design/UEMG (1994), pós-doutora em Design Social/Ryerson University(2014). Foi *chargé des cours* na École des Mines de Paris. Professora e coordenadora do Mestrado em Gestão de Tecnologia do CEFET/RJ. Criou e coordenou o Centro de Lideranças da BSP-Business School/SP. É professora e coordenadora do programa de doutorado e mestrado em Design/UEMG. Professora convidada da University of Tennessee, Christian Brothers University, Middle Tennessee State University e Ryerson University e coordenadora do CEDTec/UEMG, da Rede DESIS.

Rita Maria de Souza Couto

Bacharela em Desenho Industrial pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) em 1987; bacharela em Comunicação Visual pela PUC-Rio em 1988; mestra em Educação pela PUC-Rio em 1991; e doutora em Educação pela PUC-Rio em 1997. Professora-associada da PUC-Rio, atuou como

coordenadora de graduação, coordenadora de pós-graduação e diretora do Departamento de Artes & Design da PUC-Rio. Coordena o Laboratório Interdisciplinar de Design Educação – LIDE/DAD/PUC-Rio, onde vem realizando pesquisas sobre ensino de design, design no ensino, design social, interdisciplinaridade, design e educação financeira, dentre outros temas. É bolsista de Produtividade em Pesquisa 1D do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) desde 2006. É membro fundador e editora-chefe da revista *Estudos em Design* (Qualis A2). É líder destes grupos de pesquisa no CNPq: Estudos Interdisciplinares sobre Design e Educação, Design em Situações de Ensino-Aprendizagem e Design em Ambientes Digitais. É consultora *ad hoc* do CNPq, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj) e da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).

Rui Roda

Natural de Lisboa, Portugal. É graduado em Arquitetura (Urbanismo) pela Universidade Lusíada de Lisboa, mestre em *Interior Design* pela *Scuola Politécnica di Design*, em Milão, e doutor em Design pelo Politécnico de Milão. Atua como professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos em Porto Alegre, Brasil. É professor visitante no Politécnico de Milão, em Itália, onde desenvolve processos de ensaios dedicados à regeneração da cidade. Tem vindo a desenvolver pesquisas relacionadas com a regeneração do território, inovação social, promovendo o diálogo transdisciplinar segundo uma cultura de projeto.

Vera Damazio

Formada em Desenho Industrial e Comunicação Visual pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) em 1980, mestra em Design Gráfico pela Boston University em 1985 e doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) em 2005. Professora de dedicação exclusiva da PUC-Rio desde 1985, atuando nos programas de graduação e pós-graduação em Design. Membro fundador da revista *Estudos em Design* (1993) e do P&D Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (1994), primeira publicação/evento de caráter científico na área de design no país. Integrante da comissão assessora do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade) na área de design desde 2012. Atua nos campos de design social e design emocional e coordena, desde 2004, o Laboratório Design, Memória e Emoção (LABMEMO), espaço interdisciplinar de investigação e desenvolvimento de produtos e serviços com foco no potencial do design de promover o exercício pleno

da cidadania e o bem viver em sociedade. Desenvolve estudos de identificação de demandas e soluções em prol do envelhecimento saudável em parceria com o público idoso. Integra o programa PUC-Rio Mais de 50, que abrange atividades de familiarização com novas tecnologias, socialização, empreendedorismo e educação financeira para o público com mais de 50 anos. É membro fundador do grupo de trabalho Bem-Estar Financeiro do Idoso em parceria com o Centro de Estudos e Pesquisa do Envelhecimento (CEPE), o Ministério Público e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

Virginia Pereira Cavalcanti

Doutora em Estruturas Ambientais e Urbanas pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Designer de Produto pela Universidade Federal de Pernambuco. Atua tanto na prática de projeto quanto na pesquisa em design. Pela sua tese, *O Design do Móvel Brasileiro Contemporâneo: da diversidade à especificidade*, recebeu, no ano de 2002, o diploma Museu da Casa Brasileira na categoria ensaios críticos. Professora efetiva do Departamento de Design UFPE, é membro do programa de Pós-Graduação em Design (mestrado e doutorado) e líder do grupo de pesquisa Design, Tecnologia e Cultura, credenciado pelo CNPq e da linha de pesquisa de mesmo nome no mestrado em Design. É coordenadora do Laboratório de Design O Imaginário, onde desenvolve pesquisas que estudam a relação entre design e cultura material e atividades de design relacionadas aos ambientes artesanal e industrial. A frente do Laboratório recebeu diversos prêmios, entre eles o IDEA Brasil na categoria pesquisa. Suas áreas de interesse são: Teoria e cultura material do design, design e sustentabilidade, gestão do design, novas metodologias, design e artesanato.

Yovana María Barrera Saavedra

Possui graduação em Engenharia Ambiental pela Universidade Manuela Beltrán de Colômbia. É mestre em Engenharia de Produção e doutora do Programa de Ciências da Engenharia Ambiental, ambos pela Universidade de São Paulo – Escola de Engenharia de São Carlos. Faz parte do Grupo de Pesquisa em Gestão e Engenharia do Ciclo de Vida do Produto. Tem experiência na área de Ecologia Industrial, Engenharia e Gestão do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços, Avaliação do Ciclo de Vida, Análise de Fluxo de Materiais, Simbiose Industrial e Estratégias de Fim de Vida de Produtos.

