6 Apresentação dos resultados da pesquisa de campo

"Para sabermos bem as coisas é preciso saber os pormenores e, como estes são quase infinitos, os nossos conhecimentos são sempre superficiais e imperfeitos."
François de La Rochefoucauld (1664)

6.1 Horizontes de pesquisa

Esta etapa investigativa propõe uma integração do corpo de conhecimento teórico – obtido a partir da revisão de literatura – com a realidade empírica, observada a partir da análise das ações em design já efetuadas pelos laboratórios de pesquisa em parceria com cooperativas populares ou grupos produtivos de pequeno porte.

No âmbito desta pesquisa foram observados diversos movimentos de inclusão do design como estratégia promotora de inovações sociais e desenvolvimento local. Essas intervenções apresentam a finalidade de apoiar o desenvolvimento dos segmentos produtivos por meio da inovação e do design, sobretudo nos setores sociais mais oprimidos. Com base na investigação dessas iniciativas, o presente capítulo almeja identificar os principais modos de abordagem teórico-práticos em design centrados na realidade brasileira e implantados localmente

Nesta área destaca-se a atuação dos laboratórios de pesquisa em design coligados às universidades brasileiras, tanto em nível de graduação como de pós-graduação. Embora atuem a partir de diferentes concepções teóricas e práticas, esses laboratórios buscam associar a investigação acadêmica ao desenvolvimento empírico do design, visando integrar as esferas de ensino, pesquisa e extensão e propiciar melhorias socioeconômicas e ambientais de acordo com a necessidade identificada em contextos reais.

De acordo com os propósitos desta pesquisa, o presente capítulo apresenta a análise de conteúdo das entrevistas semiestruturadas e os principais resultados

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

obtidos. Para uma melhor compreensão da investigação realizada, os assuntos são apresentados de acordo com os temas subsequentes:

i) Mapeamento do campo e seleção dos laboratórios que desenvolvem pesquisas e práticas em design orientadas para as inovações sociais e para o desenvolvimento local;

ii) Análise dos perfis dos laboratórios de pesquisa, descrição dos conceitos e métodos utilizados: realização de visitas e entrevistas;

iii) Análise de conteúdo e interpretação das entrevistas: identificação dos principais modos de abordagem teórico-práticos formulados pelos laboratórios analisados.

6.2 Investigação do campo e seleção dos laboratórios de pesquisa em design

A indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e a extensão – que fundamentam a atuação das universidades – integra o saber acadêmico às reais necessidades do entorno local em busca da aplicação do conhecimento e da aproximação entre a teoria e a prática. No caso das universidades, a associação do conhecimento acadêmico com a realidade do entorno permite o desenvolvimento de soluções e melhorias mais aproximadas das urgências locais.

Para que ocorram mudanças articuladas entre as esferas acadêmicas e sociais a atuação dos indivíduos é o ponto de partida para impulsionar as transformações. No campo do design a aproximação e a participação dos atores também são elementos centrais para o desenvolvimento de projetos direcionados para as melhorias sociais, pois deste modo torna-se possível experienciar vivências reais, buscando identificar e atender às necessidades tangíveis (COUTO, 1992). A pesquisa em design orientada para a prática apresenta a possibilidade de construção de um campo de reflexão em que o ensino e a pesquisa se integram à realidade social e possibilitam um novo modo de elaboração do conhecimento, fortalecido pelo desenvolvimento real da ação.

Mesmo com a ampliação da pesquisa em design a partir da década de 1990, esta área do conhecimento ainda necessita de fortalecimento em suas estruturas teóricas, a fim de possibilitar seu trânsito nas áreas interdisciplinares que têm sido integradas em suas esferas de atuação (VAN DER LINDEN, 2010).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Os avanços nas pesquisas em design são bastante recentes no Brasil. Seu início foi marcado pela institucionalização do design no âmbito acadêmico em 1997 com o reconhecimento oficial (pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES) do curso de Mestrado em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), como pós-graduação *stricto sensu*. Na mesma década também foi criado o primeiro periódico científico da área – a Revista Estudos em Design – e o primeiro evento científico – o Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (P&D) (VAN DER LINDEN, 2010).

Atualmente existem no Brasil dezenove (19) programas de pós-graduação *stricto sensu* em Design, sendo que oito (08) deles incluem o nível de doutorado, conforme apresentado no quadro a seguir.

Quadro 17 – Programas de pós-graduação *stricto sensu* em design existentes no Brasil

PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM DESIGN NO BRASIL (JANEIRO/2014)				
Região	**Estado**	**Instituição**	**M**	**D**
Nordeste	MA	Universidade Federal do Maranhão (UFMA)	●	
	PB	Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) (aguardando homologação)	-	
	PE	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	●	●
	PE	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) (Mestrado em ergonomia)	●	
	PE	Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR) (aguardando homologação)	-	
	RN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)	●	
Centro-Oeste	DF	Universidade de Brasília (UNB)	●	
Sudeste	MG	Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)	●	
	RJ	Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)	●	●
	RJ	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)	●	●
	SP	Universidade Estadual Paulista (UNESP)	●	●
	SP	Universidade Anhembi Morumbi (UAM)	●	●
Sul	PR	Universidade Federal do Paraná (UFPR)	●	●
	RS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	●	●

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM DESIGN NO BRASIL (JANEIRO/2014)				
Região	**Estado**	**Instituição**	**M**	**D**
	RS	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)	●	
	RS	Centro Universitário Ritter dos Reis (UNIRITTER)	●	
	SC	Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)	●	
	SC	Universidade da Região de Joinville (UNIVILLE)	●	
	SC	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	●	●

Fonte: Adaptado de CAPES (2014)

Na última década com a ampliação dos mestrados e doutorados na área de design a pesquisa também apresentou significativa expansão. Esse fato se confirma pela quantidade de grupos de pesquisa registrados na plataforma do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Atualmente se encontram inscritos cento e cinquenta e seis (156) grupos de pesquisa em design no Brasil abrangendo investigações sobre os mais variados temas.

Para a seleção dos grupos mais representativos foi utilizada a técnica de amostragem não probabilística por tipicidade, pois a pesquisa qualitativa prioriza a seleção de temas que apresentam um maior enfoque na intensidade do que na amplitude dos fenômenos. Este tipo de amostra seleciona os elementos considerados mais representativos do universo pesquisado de acordo com critérios de segmentação pré-estabelecidos (BOLFARINE; BUSSAB, 2005).

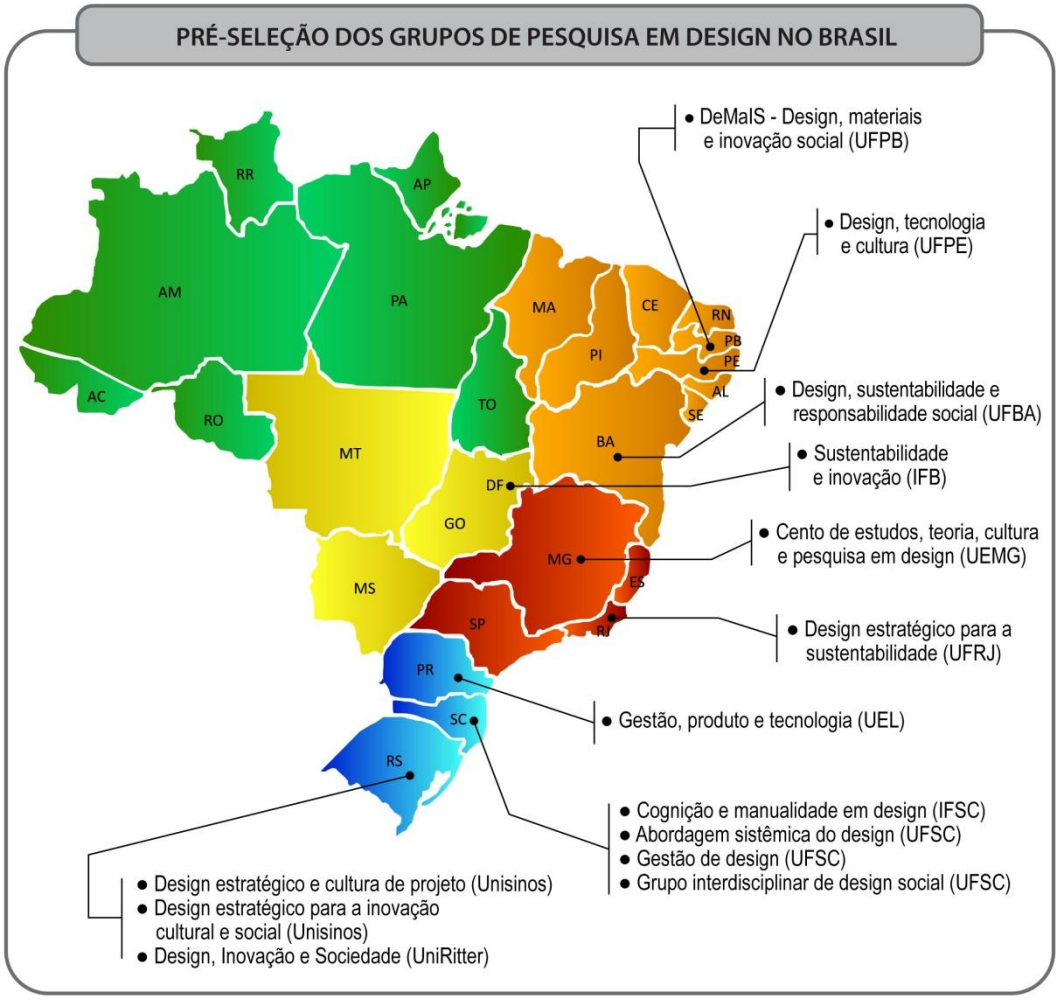
A seleção da amostra foi realizada a partir das informações sobre os grupos de pesquisa em design encontradas na plataforma do CNPq (2014)[21]. Efetuou-se uma compilação por meio de palavras-chave relacionadas ao tema, empregando os seguintes termos: design e estratégia; design e colaboração; design social; desenvolvimento local e inovação social. Na sequência foi analisado o uso e a repetição dessas palavras-chave nos itens "Repercussões dos trabalhos do grupo" e "Linhas de pesquisa" que compõem a referida plataforma. Os grupos que não possuíam descrições sobre a repercussão dos trabalhos não foram considerados.

[21] CNPq-DGP. Diretório de Grupos de Pesquisa no Brasil: busca por Design, na Grande Área Ciências Sociais Aplicadas e Área Desenho Industrial (CNPq, 2014).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Em seguida foram selecionados os grupos de pesquisa que efetuam investigações empíricas e práticas relacionadas aos temas investigados nesta tese, situados por região geográfica e por instituição, como é possível observar na Figura 15, a seguir.

Figura 15 – Grupos de pesquisa em design no Brasil e correlacionados aos temas desta investigação



Fonte: Baseado em CNPq (2014)

Do total de cento e cinquenta e seis (156) grupos de pesquisa, quatorze (14) deles se relacionam de modo direto ou indireto aos temas desta tese, sendo que a maioria desenvolve pesquisas relacionadas ao design orientado às melhorias socioambientais ou temas de design relacionados aos sistemas de gestão e estratégia.

Por sua vez, a seleção dos laboratórios de pesquisa mais representativos para a realização deste estudo foi efetuada com base em uma compilação preliminar

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

das publicações realizadas pelos líderes e demais pesquisadores que integram esses laboratórios. O levantamento dos trabalhos publicados foi realizado com base em consulta ao Diretório de Grupos de Pesquisa e à Plataforma Lattes do CNPq. A seleção dos trabalhos foi determinada pela busca de palavras-chave e pela aderência dos temas investigados aos eixos norteadores desta pesquisa. Com base nos resultados obtidos, os seguintes laboratórios foram selecionados para uma investigação mais detalhada: Laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade (LABDIS – UFRJ); Laboratório de Design O Imaginário (UFPE) e Núcleo de Gestão de Design (NGD – UFSC).

Os laboratórios de pesquisa e desenvolvimento em design pertencem à grande área de Ciências Sociais Aplicadas e à área específica de Desenho Industrial, entretanto também foi identificado o laboratório de Design de Serviços e Inovação Social (DESIS – UFRJ), pertencente à grande área Engenharias e situado na área de Engenharia de Produção. O DESIS foi classificado como um caso singular devido à representatividade e relevância das pesquisas e práticas realizadas na área de design, inovação social e desenvolvimento sustentável.

Embora o DESIS seja considerado um importante caso de aplicação teórica e prática, nesta pesquisa optou-se pelo desenvolvimento de um estudo de campo mais aprofundado especificamente nos laboratórios oriundos da área de Design. Essa opção se baseia na necessidade de compreensão e fortalecimento da área a partir da exploração de seus processos, limites e domínios. Com a ampliação dos cursos de pós-graduação *stricto sensu* cada vez mais a área de Design consolida seu próprio corpo de conhecimento teórico e conceitual. Deste modo, considera-se de grande importância o desenvolvimento de um estudo de campo que priorize o olhar dos designers como ação criativa sobre o projeto, fator que o diferencia das propostas advindas de outras áreas do conhecimento.

O processo formativo dos alunos dos cursos de graduação em design fundamentado pela prática em casos reais, também apresenta grande importância para esta investigação, pois ocorre em um campo permeado por interações e aportes advindos de outras áreas do conhecimento.

A investigação do perfil dos laboratórios de pesquisa e de seus principais aspectos teórico-práticos foram identificados a partir das seguintes ferramentas: mapeamento dos temas abordados em publicações científicas, realização de visita *in loco*, entrevistas semiestruturadas efetuadas com os coordenadores e pesquisa

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

nos respectivos sítios de Internet. No tópico a seguir são apresentados os perfis dos laboratórios selecionados e as abordagens mais representativas para a presente investigação.

6.3 O laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade (LABDIS) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

O laboratório de pesquisa e desenvolvimento em design LABDIS se encontra associado ao curso de graduação em Design Industrial – habilitação em Projeto de Produto, pertencente à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Desenvolve pesquisas relacionadas ao ensino, pesquisa e extensão e apresenta como objetivo direcionador: "estudar e implementar estratégias em design para o desenvolvimento de oportunidades e soluções viáveis para uma vida econômica, social e (ambientalmente) sustentável" (LABDIS, 2013).

Sua principal linha de pesquisa consiste na inserção do design como processo de mediação entre os interesses arbitrados pelos variados atores dos sistemas que compõem o projeto, incluindo também os processos de produção e de consumo, de modo que essas interações potencializem e intensifiquem a sustentabilidade desses processos (LABDIS, 2013). Deste modo, os projetos buscam desenvolver sistemas de produtos e serviços, migrando do foco centralizado do projeto em produtos para a oferta de funcionalidades requeridas pelos atores envolvidos.

A atuação do grupo se concentra em duas linhas diretivas principais: projetos didáticos (ensino de projeto de produto) e projetos de pesquisa e extensão que são desenvolvidos de acordo com as demandas dos usuários. Os procedimentos adotados pelo laboratório se encontram alinhados com a proposta criada pelo programa *Emerging User Demands for Sustainable Solutions* (EMUDE)[22]. Este programa foi financiado pela *European Commission 6th Framework Programme* e desenvolvido entre 2004 e 2006 e teve como finalidade explorar o potencial de inovação social advindo de padrões emergentes, tendo em vista o desenvolvimento de modos de vida sustentáveis.

[22] Demandas Emergentes do Usuário para Soluções Sustentáveis (tradução livre)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

A estratégia de atuação do LABDIS junto aos atores sociais consiste na utilização de ferramentas oriundas do codesign, que possibilitam o envolvimento entre os produtores, fabricantes, acionistas, operários, empresas, consumidores, sociedade e demais participantes dos processos de projeto. A integração dos diferentes atores tem o propósito de buscar soluções coletivas para as questões, que podem ser comuns a todos os participantes ou próprias de um determinado grupo ou indivíduo.

Os principais projetos desenvolvidos pelo laboratório são descritos a seguir:

i) Design em Empreendimentos Populares: se caracteriza como um projeto de extensão voltado para a comunidade não acadêmica. Surgiu com a demanda de incubadoras de empreendimentos econômicos populares, que fornecem suporte e assessoria para a formação e desenvolvimento (incubação) de associações ou cooperativas populares. Estas incubadoras sentiam necessidade de inserção do design nos empreendimentos que assessoravam e para auxiliar neste processo, o LABDIS buscou se aproximar deste público e compreender as principais necessidades e expectativas em relação ao trabalho a ser desenvolvido. O laboratório elaborou um material didático para apoiar a realização de oficinas e capacitar os participantes para a inserção do design nas cooperativas populares. Com base em processos colaborativos, nestas oficinas foram elaborados cenários de design e plataformas para atender a realidade de cada empreendimento.

Os resultados atingidos superaram as expectativas dos empreendedores, que antes da participação no projeto centravam sua compreensão do design em uma visão tradicional baseada em questões relativas à construção de identidade visual, ao aumento das vendas e à ampliação dos recursos para o desenvolvimento de produtos e serviços. A realização do projeto contribuiu para ampliar a autoconfiança dos empreendedores, possibilitando a visualização das cadeias produtivas na forma de cenários e a incorporação de valores de design em suas estratégias e parcerias.

ii) Pegada nas Escolas: consiste em "uma ação transdisciplinar de educação não formal dirigido aos estudantes do 6° ao 9º ano de escolas públicas do Estado do Rio de Janeiro" (LABDIS, 2013). Seu principal objetivo se fundamenta em potencializar o perfil participativo do estudante, para que este desenvolva soluções e gere transformações em seu contexto de vida. O projeto também busca desenvolver reflexões entre os diferentes atores sociais envolvidos – discentes do

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

nível fundamental e de graduação, docentes, pesquisadores, diretores das escolas e comunidade do entorno – para minimizar o impacto ambiental e buscar soluções sustentáveis e adequadas para a realidade escolar.

Esta ação segue a iniciativa estabelecida pelo DOTT 07 (*Designs of the time 2007*) realizado na região Nordeste da Inglaterra em 2007, que contou com o apoio da agência de desenvolvimento regional One NorthEast. O DOTT07 teve a finalidade de desenvolver projetos comunitários, eventos e exposições, tendo em vista a melhoria de cinco aspectos da vida cotidiana: mobilidade, energia, escola, saúde e alimentação. Sua proposta consistia em explorar de modo coletivo (incluindo a comunidade e designers) como poderia ser a vida em uma região sustentável e como o design poderia auxiliar no desenvolvimento desses modos de vida (DESIGN COUNCIL, 2012).

A atuação do LABDIS com os grupos sociais que integram a comunidade escolar tem sua proposta estratégica fundamentada no poder de transformação social destes atores. Seu enfoque fundamenta-se no desenvolvimento de soluções baseadas nas vivências e na integração dinâmica e atuante dos atores no sistema analisado. O projeto se divide em cinco etapas principais e utiliza ferramentas de visualização para facilitar a comunicação e a concepção das propostas. As etapas são estabelecidas de modo progressivo a partir do mapeamento do contexto, na sequência é realizado o planejamento da ação e em seguida as ações são implantadas no contexto real. A finalização do trabalho compreende a realização de um evento público para divulgar e avaliar os resultados. No encerramento das atividades é efetuada uma análise sobre os métodos utilizados e as soluções atingidas.

iii) Rede autônoma de Educação em Design: este projeto tem a finalidade de propiciar a "interação entre os participantes, os beneficiários e os interessados nos projetos Pegada nas Escolas e Design em Empreendimentos Populares, assim como promover sua divulgação e permitir a continuidade dos mesmos" (LABDIS, 2013). A construção da Rede Autônoma propicia um espaço de debates, compartilhamento e troca de experiências entre os atores sociais que integram os projetos supracitados, tendo em vista o compartilhamento das boas práticas em design já existentes nas localidades em que os projetos foram executados. Estas discussões visam a ampliação das investigações para além dos horizontes das

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

pesquisas, incluindo novas áreas do conhecimento e também a experiência real dos atores.

A Rede Autônoma apresenta um perfil social e busca propiciar a construção de um espaço interativo e solidário, partindo da premissa que os indivíduos são os melhores tradutores e solucionadores de suas próprias necessidades. Assim, as investigações e interações realizadas no âmbito desta Rede buscam divulgar o design em escolas públicas e incubadoras de empreendimentos populares, além de integrar os diferentes grupos sociais e propiciar autonomia para que cada um identifique e busque soluções em design adequadas para sua realidade.

iv) Entorno do Fundão: este projeto consiste no desenvolvimento de oficinas de design de jogos de tabuleiro para os jovens na faixa etária de 18 e 24 anos, moradores da Vila Residencial da UFRJ, na Ilha do Fundão (RJ). Esta iniciativa busca incluir o design, fundamentado nos princípios da economia solidária e da sustentabilidade, no cotidiano desses jovens. O projeto visa integrar os estudantes com o contexto de seu dia a dia, desenvolvendo ferramentas para a promoção do desenvolvimento sustentável com a atuação dos designers na comunidade, visando a preservação da identidade e da cultura local.

Os procedimentos adotados consistem no levantamento da realidade local e na sensibilização da comunidade, definição de datas e horários, inscrições e realização das oficinas. Nas oficinas são apresentados os temas e posteriormente o jogo Colmeia é confeccionado com materiais reciclados, também são desenvolvidas as instruções e indicações para composição de novos jogos, buscando promover a discussão e a integração dos participantes.

A integração do conhecimento acadêmico com a comunidade do entorno busca agregar os participantes em favor de um objetivo comum em um contexto não competitivo, fundamento nos princípios do desenvolvimento sustentável e solidário. Tendo em vista os projetos realizados pelo LABDIS verifica-se que o enfoque das ações e experiências desenvolvidas nas dimensões de ensino, pesquisa e extensão se fundamentam no design e na inovação, tendo o desenvolvimento humano como fator central dos processos de design. A Figura 16, a seguir demonstra alguns dos materiais didáticos desenvolvidos pelo LABDIS para o desenvolvimento dos cursos de formação em Design em Empreendimentos Populares (DEP).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Figura 16 – Exemplo de material didático, curso de formação e entrega de certificado do curso Design em Empreendimentos Populares (DEP)

Fonte: LABDIS (2013)

Com base no panorama apresentado, o aspecto de principal relevância para esta tese consiste no desenvolvimento de oportunidades e de soluções viáveis e estratégicas para a melhoria dos aspectos econômicos, sociais e ambientais fundamentas na realidade dos contextos locais.

6.3.1 Entrevista com a professora Beany Guimarães Monteiro: ações e experiências do LABDIS em empreendimentos populares

A investigação dos projetos e linhas de pesquisa desenvolvidas pelo LABDIS apresentou ampla correlação com investigação a ser realizada nesta tese. Seu enfoque fundamentado no design, na inovação social e no desenvolvimento das regiões do entorno – a partir do fortalecimento e capacitação dos atores sociais – fornece subsídio para a investigação das principais estratégias em design utilizadas em suas práticas.

Para obter informações mais detalhadas a respeito do contexto de desenvolvimento dos projetos foi realizada uma visita às dependências do LABDIS no dia 28 de setembro de 2012, na Cidade Universitária da UFRJ localizada na Ilha do Fundão (RJ). Durante a visita foi efetuada uma entrevista

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

com a professora Beany Guimarães Monteiro, coordenadora e pesquisadora do referido laboratório.

Optou-se pelo desenvolvimento da entrevista a partir de um roteiro semiestruturado (Apêndice 1), pois esta técnica de pesquisa permite obter respostas mais aprofundadas sobre o tema investigado. A exploração do objeto de estudo por meio de entrevistas propicia a construção do conhecimento sobre as instâncias que englobam os relatos e representações das experiências vividas pelos sujeitos de pesquisa (ROSA; ARNOLDI, 2008).

A entrevista teve início com uma apresentação breve sobre o funcionamento do laboratório e na sequência Monteiro (2012) apresentou com mais detalhes o projeto de extensão "Design em Empreendimentos Populares", pois seu enfoque principal se fundamenta na integração de processos específicos de design ao processo de formação dos empreendedores, incluindo as organizações já formalizadas legalmente, bem como as organizações em processo de incubação. Conforme o relato de Monteiro a aproximação do saber especializado com a realidade dos empreendimentos populares atende ao seguinte propósito:

> *"(...) mostrar que a inserção do design nestes empreendimentos está ligada à participação do próprio empreendedor, à sua compreensão do que é o design e à sua tradução daqueles instrumentos, daqueles recursos que a gente utiliza no nosso dia a dia como designers, para o desenvolvimento do seu produto, do seu serviço, do seu empreendimento."* (MONTEIRO, 2012)

Monteiro (2012) relatou que este projeto teve início em 2006 e até 2008 contou com o auxílio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ). Em 2009 o projeto obteve o financiamento do Ministério da Educação (MEC), por meio do Programa de Extensão Universitária (ProExt) para execução em 2010 e assim sucessivamente, sendo submetido novamente em 2010 e 2011 para execução nos anos posteriores. É importante salientar que o ProExt apresenta o objetivo de apoiar as instituições públicas de ensino superior no desenvolvimento projetos de extensão que apresentem ênfase na inclusão social.

Nas edições subsequentes o projeto foi passando por alterações de acordo com as necessidades relativas ao grupo de empreendedores que estavam participando. Os empreendimentos populares mencionados pela coordenadora dizem respeito ao tipo de organização econômica ao qual o projeto se destina. De

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

modo geral estes empreendimentos são compostos por pequenos grupos produtivos, cooperativas ou associações que desenvolvem produtos ou serviços. A utilização do termo "empreendimento", por sua vez, faz referência à denominação usual empregada na área da economia solidária.

A demanda inicial para este projeto surgiu de empreendedores populares, que na época participavam de processos de incubação e identificaram a necessidade de incorporar o design em seus empreendimentos. O encontro entre o LABDIS e as incubadoras permitiu a identificação das cadeias produtivas que apresentavam carência mais acentuada de conhecimento e procedimentos em design. Durante o desenvolvimento deste projeto foram observadas lacunas e insuficiências no processo de inserção do design nos empreendimentos populares, conforme relato a seguir efetuado por Monteiro (2012):

> *"A nossa ideia durante esse percurso é fazer com que essa área de atuação nossa seja inserida no processo de formação do próprio empreendedor e para isso a gente elaborou um outro projeto, um projeto de pesquisa (...) porque o "Design em Empreendimentos Populares" é um projeto de extensão. Elaboramos um projeto de pesquisa que conta com bolsas de longa duração do CNPq, uma bolsa de produtividade em pesquisa; (este projeto) que se chama "Rede autônoma de Educação em Design". Então esta rede (...) tem como objetivo fazer com que os empreendedores que participaram destas edições do "Design em Empreendimentos Populares", as incubadoras, os estudantes do curso de design, os professores envolvidos neste projeto possam interagir de forma a compor uma troca de conhecimentos que permita essa inserção. Então o que aconteceu (...) a gente identificou que só realizar o curso é insuficiente. Realizar o curso de "Design em Empreendimentos Populares" para esses empreendedores durante estes quatro anos em que ele foi realizado é insuficiente para que o design seja inserido nesse processo e nesse empreendimento."* (MONTEIRO, 2012)

As incubadoras mencionadas por Monteiro (2012) são entendidas como centros de assessoria, tecnologia e fomento que disponibilizam conhecimentos e apoio para incubar, desenvolver e formar empreendimentos econômicos que, após o processo de desincubação, se sustentem de modo autônomo no mercado. A incubadora com a qual o LABDIS desenvolveu projetos conjuntos foi a Incubadora Afro-Brasileira e de Empreendimentos Populares do Instituto Palmares de Direitos Humanos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Essa incubadora segue os princípios das Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCPs) pertencentes às universidades brasileiras, que apresentam o propósito de fornecer suporte à "formação e desenvolvimento (incubação) de empreendimentos solidários autogestionários, alternativas de trabalho, renda e cidadania para indivíduos e grupos em situação de vulnerabilidade social e econômica" (ITCP/COPPE, 2012).

6.3.1.1 O entendimento em design e a autonomia dos empreendedores populares na construção de suas próprias demandas

Uma grande preocupação do LABDIS, observada durante a realização desta investigação, consiste na promoção da autonomia dos empreendimentos econômicos populares. Deste modo os projetos desenvolvidos pelo laboratório buscam disseminar os conhecimentos em design e a execução autônoma de projetos de produtos e serviços pelos seus integrantes, visando não estabelecer vínculos de dependência, conforme o seguinte trecho do depoimento:

> *"A gente precisa ter algum suporte depois do processo de formação dos empreendedores junto com as incubadoras para que, no período de pós-incubação eles possam avançar naqueles conteúdos que foram trabalhados. E isso dá também, para a gente, condição de manter o nosso vínculo, a nossa comunicação, a nossa interação com esses empreendimentos. Para que eles possam nos chamar sim, quando aquele conteúdo já se mostrar insuficiente para o desenvolvimento de seus produtos e serviços, no seu dia a dia, mas que eles tenham condição de avaliar quando esse momento chegou. Entendeu? Que eles possam dizer – Olha, está insuficiente, por isso, por aquilo, (por que) eu quero desenvolver isso e não aprendi, aprendi aquilo. Então... esse processo de crítica a respeito do que foi ensinado é o processo que a gente acredita que vai gerar essa autonomia e que vai ser possível inserir o design sem criar uma relação de dependência. Criando uma relação, ao contrário, de autonomia a respeito daquilo."* (MONTEIRO, 2012)

Conforme exposto por Monteiro (2012) o laboratório não pretende atuar como uma consultoria em design, pois esta não é a forma de atuação entendida como adequada para esta realidade. Segundo o ponto de vista da coordenadora do projeto, a figura dos estudantes ou de designers atuando na formação dos empreendedores é de extrema importância, tendo em vista que somente estes alunos e profissionais constituíram seus saberes e suas práticas nesta área do

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

conhecimento e se encontram habilitados para transmiti-los de modo adequado. Na sequência a coordenadora iniciou a demonstração do material utilizado nas oficinas e explicou que:

> *"O material que a gente utiliza para as oficinas, ele é posterior a um processo de mapeamento que a gente faz nas incubadoras em todo início de edição (do projeto). Depois desse mapeamento a gente entrevista os empreendedores, tem contato direto com os empreendedores que estão em fase intermediária do processo de incubação e depois destas entrevistas a gente inicia a fase de inscrição no curso de extensão, que tem a duração de cerca de vinte e oito a trinta horas anualmente (...)."* (MONTEIRO, 2012)

As incubadoras de empreendimentos populares que participaram desse projeto apresentam um processo de incubação dividido em duas fases: Elaboração do Projeto e Implantação do Projeto. Os empreendedores indicados para participar da capacitação em design se encontram no final do processo de incubação (MONTEIRO,2008). Após a participação nestas fases, os empreendedores passam pelo processo de desincubação em que ocorre a preparação para a entrada definitiva no mercado e o desligamento das incubadoras.

O curso de capacitação em design está organizado em quatro módulos com temas específicos. Os módulos e as respectivas oficinas podem ser visualizados no Quadro 18, a seguir:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Quadro 18 – Módulos e oficinas do curso de extensão: Design em Empreendimentos Populares – LABDIS

Fonte: Monteiro (2010)

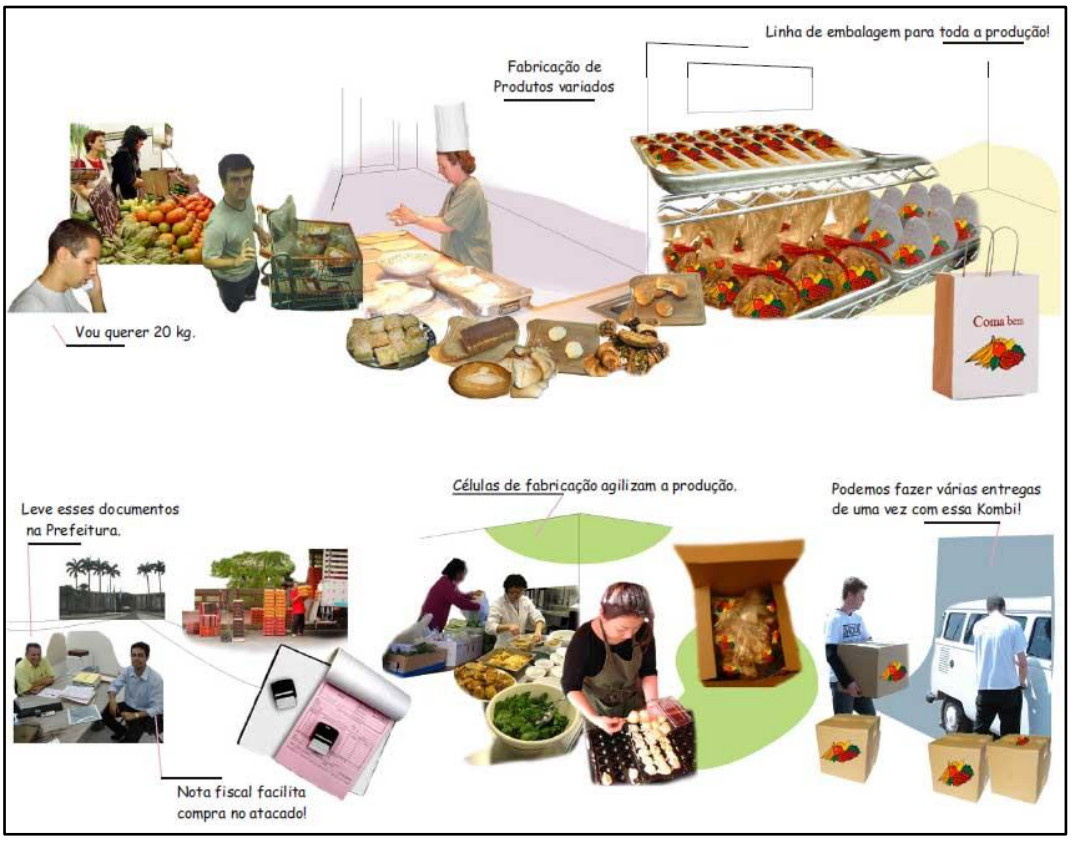
Conforme apresentado no quadro acima, em cada módulo são realizadas oficinas baseadas em processos de design para o desenvolvimento de cenários e plataformas habilitadoras, tendo em vista reestruturar as práticas existentes e elaborar novas práticas para os empreendimentos populares. Para a realização das oficinas o LABDIS confeccionou um material didático específico, com o propósito de auxiliar a compreensão das exposições teóricas e das atividades em grupo.

O processo metodológico seguido pelo LABDIS se fundamenta na tese de doutoramento desenvolvida no Politécnico de Milão pela pesquisadora Lara Penin (2006). Para compor a proposta de capacitação em design orientado à realidade dos empreendimentos populares brasileiros também foi utilizado o material sobre economia solidária. A partir da realização das oficinas, que foram efetuadas de acordo com a realidade e com os saberes trazidos pelos próprios empreendedores,

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

o material desenvolvido foi passando por modificações para se adequar à realidade dos participantes.

Figura 17 – Exemplos de cenários construídos pelos empreendedores na primeira edição do curso de Design em Empreendimentos Populares



Fonte: Monteiro e Bartholo (2007)

O arranjo e organização dos módulos e oficinas se encontra disponível no site do LABDIS (2013) e também nas publicações científicas desenvolvidas pelos pesquisadores que integram os respectivos projetos. A partir do relato realizado por Monteiro (2012) foram identificadas algumas fronteiras para a inserção do design nos empreendimentos populares. Embora o desenvolvimento das oficinas se baseie na compreensão do contexto, da cultura, da identidade e das questões pessoais dos indivíduos, as questões abordadas necessitam permanecer dentro do enfoque do projeto em design.

Neste sentido, os profissionais em design não têm capacitação para interferir em questões psicológicas ou comportamentais que possam surgir durante o desenvolvimento do projeto, necessitando do auxílio e do suporte de profissionais de outras áreas com competência para a resolução desses assuntos, conforme o exemplo identificado na narrativa de Monteiro (2012):

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *"Esse curso está construído em módulos, esses módulos são distribuídos em oficinas que vão desde essa parte inicial de resgate da origem daquele empreendimento, procurando identificar as questões culturais que envolvem aquela formação daquele processo e, nesse trabalho é importante se saber (a origem do empreendimento), tanto com a Incubadora Afro-Brasileira quanto com a Incubadora para Egressos dos Sistemas Penitenciários. Então esse resgate da origem do empreendimento, ele é feito com bastante atenção a essas questões porque essa fase de privação de liberdade é uma fase muito delicada da vida de uma pessoa (...) e muitas vezes o empreendimento, ele surgiu a partir desse momento, tá? Então quando se vai identificar a origem, a gente procura não chegar nessas questões relativas ao momento de privação de liberdade, porque a gente não tem nenhum psicólogo aqui, não tem ninguém que saiba lidar com essas questões. É a partir realmente da entrada do empreendedor na incubadora, tá? E aí a incubadora tem esse suporte pra essas questões interiores que nós procuramos não tocar. (...) agora... já outros empreendimentos vão além disso e conseguem (...) fazer esse resgate de forma mais ampla no processo de criação daquele trabalho, daquela iniciativa."* (MONTEIRO, 2012)

Após esta explanação, a coordenadora deu sequência à explicação sobre o modo de atuação da equipe de projeto junto aos empreendimentos populares:

> *"(...) A partir desse resgate a gente procura identificar então o que é o empreendimento, por que ele foi criado, qual era o objetivo inicial e como foi feito para que esse empreendimento fosse desenvolvido ou fosse proposto para a incubadora, para a gente chegar nesse ponto de poder construir um cenário futuro daquele negócio. Então esse módulo um está organizado dessa forma: a construção das identidades, construção do cenário futuro, as parcerias, o posicionamento desse empreendimento na área produtiva e uma análise de mercado, que ele tem uma partezinha pequena sobre pesquisa, mas que fecha o módulo."* (MONTEIRO, 2012)

A coordenadora explicita que a segunda etapa da oficina aborda de modo mais efetivo a comunicação visual e a terceira etapa, por sua vez, consiste em trabalhar sobre os cenários que foram construídos, personalizar e identificar alguns instrumentos para que cada empreendedor mapeie seu negócio dentro daquele cenário.

Nos projetos já implantados o nível de conhecimento dos empreendedores atendidos varia significativamente, incluindo indivíduos que possuem educação formal em nível superior até indivíduos que cursaram somente o nível fundamental. Este projeto conta com a participação de estudantes de graduação –

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

portanto o curso de extensão não abrange somente a formação dos empreendedores e dos integrantes da incubadora –, pois abrange também a formação dos discentes. Deste modo, a professora Beany Monteiro atua na formação dos bolsistas que participam do projeto (incluídos no projeto a partir do 5º período do curso de graduação em Design Industrial), para que os mesmos traduzam aquilo que estão aprendendo no curso de graduação em uma linguagem passível de ser assimilada e acompanhada pelos empreendedores.

A partir do relato de Monteiro (2012) foi possível identificar que o grau de dificuldade para a compreensão das linguagens específicas da área do design pode sofrer variações, considerando que os empreendedores possuem educação formal em níveis variados. Por outro lado, em determinadas situações este processo necessita de um cuidado minucioso em que se faz necessário efetuar "traduções" mais acessíveis e compreensíveis de acordo com as especificidades do público participante. Para garantir que o nível de entendimento seja compatível com o esperado a coordenadora busca acompanhar o aprendizado dos discentes e estar constantemente presente no desenvolvimento das oficinas.

> *"(...) Cada edição a gente percebe que é muito fácil assimilar isso, não é uma coisa que seja difícil porque para criar um entendimento, mesmo sem saber você já usou alguns recursos de design, algumas ferramentas, mas a questão é que você não tem consciência disso. Então é mais uma tomada de consciência a respeito do que você já utilizou e a partir daí sistematizar isso, do que propriamente um curso para um leigo completo, entendeu? a gente não pega pessoas que não tem empreendimento, isso quem pega é a incubadora. A incubadora pega quem quer fazer, mas não sabe o quê. A gente só trabalha a partir do plano de negócios (...) em um processo intermediário (...)."* (MONTEIRO, 2012)

Monteiro (2012) afirma que a implantação do design nesses empreendimentos demonstra que o mesmo pode ser acessível, rompendo com a ideia de que o design seja um processo restrito aos indivíduos e grupos com acesso ao meio acadêmico formal. Embora o design seja uma área do conhecimento que dependa de um curso de nível superior e de uma formação específica, a coordenadora enfatiza que sua utilização em um empreendimento popular demonstra que existem etapas que são restritas ao profissional em design e etapas que são acessíveis aos empreendedores.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Segundo o panorama apresentado por Monteiro (2012) a questão principal se concentra em desenvolver no empreendedor o discernimento entre o quê ele pode desenvolver e em qual momento ele necessitará de um profissional da área. Com a construção desse conhecimento, a chamada de um profissional pode ser efetuada a partir da identificação de uma demanda do empreendedor, em vez de partir de uma necessidade que advenha da falta de conhecimento sobre qualquer nível de desenvolvimento de produto ou serviço ou comunicação, conforme a ideia apresentada pela coordenadora no trecho a seguir:

> *"(...) Quando há uma demanda, quer dizer, quando há uma formalização de um problema, aí a pessoa... o empreendedor tem condição de identificar os princípios daquela solução. Então isso coloca a interação com o profissional, qualquer que seja ele, em um outro patamar, em um patamar não assistencialista mas em que eu consigo colocar a minha questão e consigo identificar para que profissional eu vou colocar esta questão."* (MONTEIRO, 2012)

Visando a identificação das melhorias que o processo de formação oportuniza aos empreendimentos populares é efetuada uma avaliação após a realização do curso. Segundo o relato da coordenadora foi identificado que as melhorias são compreendidas no momento e que o empreendedor verifica que o seu aprendizado pode ser aplicado. Durante as quatro edições do projeto o laboratório ainda não realizou uma avaliação formal e efetiva sobre como e onde os conhecimentos foram aplicados. Esta verificação está na pauta do projeto Rede Autônoma de Educação em Design explicitado no tópico a seguir.

6.3.1.2 A composição da Rede Autônoma de Educação em Design

A proposta da Rede Autônoma de Educação em Design visa promover um processo contínuo de interação entre os atores. Essa Rede busca desenvolver um ambiente de compartilhamento de conhecimento e de prática, facilitando as interações entre designers e não designers e ampliando a qualidade das atividades desenvolvidas.

Segundo o relato da coordenadora, as oficinas realizadas durante o curso de Design em Empreendimentos Populares auxiliaram na reestruturação dos projetos e estimularam o desenvolvimento de novas ações, além de agregar valor

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

estratégico de design aos empreendimentos, estabelecer parcerias para o desenvolvimento dos negócios e ampliar a autoconfiança dos empreendedores. Sobre o posicionamento das questões relativas às estratégias em design nas ações desenvolvidas pelo laboratório, se destaca o seguinte excerto da entrevista realizada:

> *"(...) Eu localizo a estratégia em alguns momentos... ela é posterior, você primeiro mapeia o teu mercado e o teu negócio e então desenvolve estratégias e ferramentas de gestão para colocá-las em prática, mas no caso desse projeto a estratégia... ela é anterior à gestão porque a gente está trabalhando com um processo de formação de um empreendimento. Então a gente primeiro identifica quais são as estratégias possíveis em relação a cada um dos empreendimentos, a gente trabalha com turmas pequenas de até quinze empreendedores (...) para no final do curso... já no módulo três entrar com alguns princípios de gestão do design. Então (...) a gente não coloca, eu acho, no meu entender (...) não existe um princípio que seja... um tipo de colocação que seja estática. A gente tem em um processo de formação como esse: a estratégia anterior à gestão e indicando no final do curso algumas ferramentas de gestão, mas após esse período e no período de pós incubação já é possível realizar a inversão disso e aí sim de uma forma autônoma, na medida em que você percebe que o teu empreendimento chegou em uma determinada etapa e que você vai precisar de outras ferramentas de gestão e você vai antecipar este processo de pesquisa para poder então elaborar estratégias e aplicá-las."* (MONTEIRO, 2012)

Sob o ponto de vista de Monteiro (2012) os empreendedores submetidos ao processo de formação passam a compor a rede compreendendo suas próprias demandas e entendendo o que é preciso que seja implantado em termos de design. Isto pode propiciar um aumento das demandas das incubadoras e dos empreendimentos populares por profissionais em design que atendam estas categorias de projeto, abrindo novos horizontes de trabalho para os estudantes dos cursos de design ou profissionais interessados em atuar em áreas sociais, conforme o relato a seguir:

> *"O empreendedor desde o início, ele vai assimilar estes princípios, vai passar pelo processo de aplicação disso no seu dia a dia e chegar a essa demanda, que eu chamo do momento em que você adquire autonomia para problematizar a respeito do seu negócio."* (MONTEIRO, 2012)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

A Rede Autônoma de Educação em Design busca desenvolver um espaço de discussão e troca de experiências e informações em um processo contínuo, visando propiciar um ambiente propício para o compartilhamento de conhecimentos e práticas, facilitando as interações e ampliando a qualidade das atividades desenvolvidas, como é possível observar no relato de Monteiro (2012) descrito a seguir:

> *(...) Em princípio a Rede vai ser constituída de vários atores. (...) A gente tem as incubadoras, a gente tem o projeto, temos... (...) essa Rede não está sendo construída só para incubadoras, a gente tem um projeto que é o Pegada nas Escolas, que trabalha com escola pública também (...) pelos empreendedores, pelos incubadores, por nós, que estamos construindo essa Rede. Então nós somos atores constituintes dessa Rede e essa interação, ela vai fazer com que nossa própria atuação como professor... Como estudante... Seja acrescentada pelas competências desses outros atores das incubadoras, dos empreendedores. Então é um processo em rede porque não vai existir aí uma hierarquia, entendeu? A gente até sentou e vai fazer umas perguntas mais frequentes, aquela coisa assim... De dúvidas iniciais mesmo, mas a gente não vai estar ali respondendo questões (...) porque nós próprios temos questões a colocar para esses outros atores. Então eles (...) os empreendedores, as incubadoras, nós fazemos parte dessa Rede (...) mas de forma distribuída, então é assim que a Rede é pensada."* (MONTEIRO, 2012)

Com base no pressuposto de que cada indivíduo se constitui no melhor intérprete e solucionador de seus próprios problemas e transpondo esta asserção para a área do design, verifica-se a importância de desenvolver meios autônomos de aprendizagem em design, evitando relações de dependência e subordinação. Assim, a Rede Autônoma segue estes princípios, a partir de uma abordagem em design como processo integrador e facilitador de interações nos variados contextos sociais.

6.3.1.3 A atuação dos designers e as principais potencialidades e dificuldades na formação dos empreendedores

Em relação à atuação dos designers na formação dos empreendedores, Monteiro (2012) sinaliza como uma possibilidade a ser construída a partir do ponto de vista do profissional em design. Segundo a coordenadora, uma atuação profissional com enfoque prioritariamente social se constrói a partir das experiências em campo. Para tanto as incubadoras, cooperativas e

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

empreendedores necessitam primeiramente compreender suas necessidades para que, em um momento posterior seja possível buscar um profissional especializado para atender às demandas identificadas.

> *"Mas essa construção desse mercado para o profissional em design (...) porque a gente tem uma história muito de trabalho no nível da consultoria, o profissional em design ou ele está no escritório ou ele (...) é um profissional autônomo que na medida em que ele é chamado ele atua. Então é nesse sentido que a Rede Autônoma está sendo construída. Na medida em que a incubadora ou o empreendedor identificar a necessidade de um designer ou de uma formação em design ele vai acessar através daquela Rede, mas do ponto de vista do profissional... qual seria para ele a principal motivação para estar ali, em termos profissionais... eu acho que isso ainda está para ser construído, viu?"* (MONTEIRO, 2012)

Sobre as principais dificuldades observadas pela coordenadora do LABDIS na formação dos empreendedores, a mesma relatou que em uma das primeiras oficinas – quando foi iniciada a discussão sobre os principais problemas e questões que os empreendedores identificavam no dia a dia para que fosse possível iniciar o trabalho – um grupo pertencente ao segmento de alimentação identificou a falta de dinheiro como o principal problema a ser enfrentado. Na visão do grupo todos os problemas se resolveriam a partir dos excedentes financeiros.

Fundamentando-se neste argumento a coordenadora propôs para o grupo que considerasse hipoteticamente possuir o montante necessário e questionou o que seria feito com ele. A partir desta questão o grupo percebeu que iria investir os recursos sem ter clareza dos objetivos e dos retornos pretendidos e que estes recursos demandariam por mais recursos, pois faltavam conhecimentos para desenvolver o empreendimento de modo mais claro e objetivo.

Monteiro (2012) relatou que, de modo geral os empreendedores chegam com a ideia de que para construir seus empreendimentos necessitam de recursos financeiros que não possuem. Essa necessidade de dinheiro se torna tão premente que se sobrepõe ao objetivo pessoal de cada indivíduo, deste modo, torna-se muito importante esmiuçar e esclarecer a necessidade imediata de recursos para dar início ao projeto de formação.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Figura 18 – Exemplo de oficina realizada com empreendedores

Fonte: LIDIS (2014)

Sobre as principais facilidades para a realização da formação em design, a coordenadora enfatizou a grande capacidade que os empreendedores têm de criar um negócio e determinar seu modo de organização com base em sua estrutura familiar e em sua vizinhança. Segundo Monteiro (2012) a facilidade para iniciar o processo se deve à familiaridade dos empreendedores com as pessoas e com os elementos reais de seu próprio contexto, o que é muito importante para começar a formação em design. Para o empreendedor é muito claro porque ele está ali, o que ele está buscando e de que forma ele se estruturou para estar ali.

Monteiro (2012) também enfatizou a importância que o ensino acadêmico e a formação do estudante em design representam neste projeto, conforme o trecho explicitado a seguir:

> *"(...) Uma compreensão desse limite, do que é a formação do estudante, de que eu não passo de uma etapa para a outra antes de estar 'absolutamente' convencida de que os meus estudantes entenderam aquele processo, de terem ido lá, de terem confrontado, de acordarem com a incubadora de recebê-los, de haver uma conversa, de eles voltarem, dizerem que entenderam... Fazer as perguntas, eles responderem e só depois que eu passo para a outra fase. Isso para mim é o essencial."* (MONTEIRO, 2012)

A formação em design realizada de modo participativo e voltada para os empreendedores permitiu a integração entre os empreendedores, as incubadoras e os estudantes de design, favorecendo um posicionamento mais atuante desses atores em relação ao processo de construção de soluções e estratégias. Assim, o

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

curso de capacitação seguiu a premissa de propiciar o aprendizado dos processos de design, habilitando os empreendedores para a solução de problemas, de modo que estes não necessitem recorrer a especialistas para resolver questões específicas a cada momento em estas que surgirem (MONTEIRO, 2008).

6.4 O Núcleo de Gestão de Design (NGD) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Este laboratório de pesquisa integra o Departamento de Expressão Gráfica da Universidade Federal de Santa Catarina, que oferta o curso de graduação em Design com habilitação em Gráfico, Animação e Produto. O NGD foi criado no início da década de 2000, a partir da necessidade de compreender a usabilidade dos produtos e serviços e os fatores que influenciam a eficiência e a eficácia do design como fator estratégico nas organizações (NGD, 2013).

O enfoque central das pesquisas abrange o ser humano e o projeto centrado no usuário, destacando os temas: design universal, design inclusivo e design e saúde, com abordagens voltadas para o desenvolvimento de produtos e serviços com base em metodologias desenvolvidas pelo NGD.

O Núcleo apresenta como missão "investigar, aplicar e disseminar o design e a ergonomia como ferramentas estratégicas para as organizações, tendo como pilares de sustentação a competitividade, a diferenciação e a sustentabilidade, aplicada a projetos, produtos e serviços com ênfase no Design Universal – Inclusivo" (NGD, 2013). A visão do laboratório consiste em:

> *"Promover o design e a ergonomia em todas as suas expressões (pesquisa/extensão/acadêmica) se tornando uma referência na área. Destacam-se pesquisas junto ao setor produtivo de forma geral, buscando-se valorizar os produtos e serviços, otimizando o sistema produtivo, visando uma melhoria global com base na diferenciação, competitividade e sustentabilidade, tanto das organizações quanto do ser humano em todas suas dimensões."* (NGD, 2013)

O quadro de pessoal é formado por uma equipe multidisciplinar, com profissionais advindos de diversas áreas. Também congrega discentes dos cursos de graduação em design e áreas afins, pós-graduandos em nível de especialização, mestrado e doutorado dos programas de pós-graduação em Design, Engenharia de Produção e Engenharia da UFSC. Com a interação entre diferentes áreas do

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

conhecimento, os temas de design e ergonomia são abordados sob uma perspectiva sistêmica (NGD, 2013).

Atualmente este Núcleo de pesquisa possui parcerias com universidades do Brasil e do exterior e desenvolve estudos e projetos apoiados pelo CNPq e pela Fundação de Apoio a Pesquisa Científica e Tecnológica de Santa Catarina (FAPESC).

Em mais de uma década de existência uma grande quantidade de projetos já foi desenvolvida pelo NGD sob os mais variados temas de pesquisa. Devido à grande quantidade de projetos já realizados, o NGD apresenta uma ampla produção científica composta por artigos, livros, dissertações e teses que visam ampliar as bases do conhecimento sobre dois temas principais: gestão de design e ergonomia.

Conforme o levantamento preliminar do perfil do grupo e de suas publicações foi possível verificar que o Núcleo de Gestão de Design oferece contribuições importantes para a presente pesquisa de tese. O tema de maior relevância consiste na implantação e suporte de conhecimentos em design e gestão de design em grupos produtivos de pequeno porte, advindos de diferentes cadeias produtivas da região Sul do Brasil, conforme exemplo apresentado na Figura 19.

Figura 19 – Exemplo de ações em design desenvolvidas em grupos de agricultura familiar: Cachaça Hermes de Ré

Fonte: Merino et al (2007)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

A atuação do NGD nos níveis operacionais, táticos e estratégicos dos grupos produtivos de pequeno porte visa a integração participativa, integrada e atuante dos atores no processo de projeto, pois de maneira geral os empreendedores não possuem conhecimentos específicos na área de design. Desta maneira, o trabalho desenvolvido pelos pesquisadores é bastante amplo e envolve uma abordagem sistêmica e integrada, tendo em vista o desenvolvimento de melhorias a partir das demandas e necessidades identificadas nos diferentes contextos.

6.4.1 Entrevista com o professor Eugenio Andrés Díaz Merino: a atuação do NGD em grupos produtivos de pequeno porte

As ações e experiências desenvolvidas pelo NGD, com enfoque na inovação dos produtos e na ampliação do reconhecimento e valorização das regiões produtoras, compõem um material profícuo para investigação das estratégias em design já implantadas em contextos locais.

Esta perspectiva de inserção do design para a promoção e a valorização dos produtos oriundos de grupos produtivos de pequeno porte – visando ampliar a diferenciação, a competitividade e a sustentabilidade – vem contribuir com a compreensão do objeto de estudo desta tese, pois abrange a atuação do design para o desenvolvimento nas diferentes dimensões do local.

Tendo em vista a realização de uma investigação mais aprofundada, a respeito das ações e experiências desenvolvidas pelo NGD e suas principais convergências com o tema desta pesquisa, no dia 13 de julho de 2012 foi realizada uma visita ao Núcleo, no Centro de Comunicação e Expressão do Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima, em Florianópolis (SC).

Nesta ocasião efetuou-se uma entrevista com o professor Eugenio Andrés Díaz Merino, líder e fundador do Núcleo de Gestão de Design. A entrevista foi baseada em um roteiro semiestruturado (Apêndice 2). A elaboração prévia de um roteiro permite a composição de uma linha diretiva para guiar o assunto e também admite complementações por outros temas relevantes, que possam surgir no decorrer da narrativa.

A entrevista teve início com a explicação realizada pelo professor Merino sobre a criação do NGD e os interesses de pesquisa. Em seguida Merino (2012) apresentou as experiências e as ações desenvolvidas pelo Núcleo, os caminhos e o

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

modo de abordagem do processo em design, bem como as diferentes esferas em que os trabalhos são realizados:

> *"O grupo nosso, o Núcleo de Gestão de Design ele foi criado mais ou menos no final dos anos 90 e início de 2000... A partir de oportunidades de desenvolvimento de pesquisa então... naquele tempo junto com meus alunos, principalmente de pós-graduação, eu comentava com eles – Olha, precisamos focar algum setor no Estado de Santa Catarina, aonde nós possamos ter alguma contribuição um pouquinho mais significativa. Eu trabalho no Design e na Engenharia de Produção... então na Engenharia de Produção a gente trabalha com empresas de médio de grande porte (...) desenvolve projetos, cursos, consultorias, etc. E aqui no Design por ser um curso praticamente novo nesse início... começou aqui em 98... então estava começando, nós não tínhamos pós-graduação em Design. O design nós abordávamos na engenharia mesmo... mais na parte de produto, de processo... a ergonomia, que é a área que eu atuo também. Então eu propus como buscar uma oportunidade."* (MERINO, 2012)

A partir desta perspectiva inicial concluiu-se que Santa Catarina não era um polo industrial (na década de 1990), salvo algumas cidades e regiões como Joinville e outros setores esparsos. Por outro lado, verificou-se que a agricultura familiar do Estado apresentava extrema importância e relevância para a produção de alimentos. Deste modo teve início uma análise sobre como o design poderia contribuir com a agricultura familiar. Com base nas análises iniciais foram estabelecidas parcerias de trabalho com a Secretaria da Agricultura e com a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), pois estas instituições apoiam a agricultura no Estado.

6.4.1.1 Principais eixos norteadores e o perfil dos projetos desenvolvidos

O primeiro projeto desenvolvido integrava uma proposta de valorização dos produtos regionais. Essa iniciativa se fundamentou no fato de que os produtos originados pela agricultura familiar são de boa qualidade, feitos com carinho e cuidado, utilizando técnicas ou formas antigas de produção que passam de geração para geração. As características regionais são marcadas pelas diferentes etnias que colonizaram Santa Catarina, entre elas: italianos, alemães, russos, poloneses, ucranianos, austríacos, franceses e japoneses que apresentam culturas bastante distintas entre si, mas com predominância europeia.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Segundo o coordenador do NGD, os produtos carregam em si características culturais fortemente arraigadas, entretanto acabam sendo comercializados de forma muito rudimentar, sendo embalados em garrafas de Politereftalato de Etileno (PET) e sacos plásticos, praticamente sem atender a nenhuma normatização sanitária. Partindo dessa ideia, o Núcleo buscou identificar cooperativas ou associações interessadas em incorporar o design em seus processos, efetuando assim uma análise mais aprofundada conforme o relato a seguir efetuado por Merino (2012):

> *"A primeira questão que nos chamou a atenção foi a falta de identificação, então isso se reflete bastante na questão da autoestima... na própria questão da valorização (...) tenho um produto que não sei da onde que ele vem e não sei quem faz. Porque as pessoas iriam comprar a não ser quem conhece? Você passa aqui, se nós temos uma feirinha aqui as quartas-feiras, você vai lá vai ver produtos (...) Será que eu vou comprar? Se eu te falar que este produto é muito bom, é feito assim, assim e assim... Talvez você vá comprar, caso contrário você não vai comprar. Eu não vou me arriscar a morrer (...) digamos assim... a ter uma infecção e tal. Aí começou esse processo... Só que paralelamente a isso nos tentamos fazer um trabalho (...) bem participativo, ou seja inúmeras reuniões, nós fomos (...) as primeiras ações foram na região de Mafra, que fica pertinho da fronteira (...) do Norte aqui do Estado com o Paraná e trabalhamos com quatro produtos (mel, bolachas, pepino e frango)."* (MERINO, 2012)

Este trabalho foi desenvolvido a partir de visitas às propriedades, conversas com as famílias e reuniões nas casas dos produtores, dando início a um processo de sensibilização para mostrar o que era o design em uma linguagem acessível e usual para os participantes. Entre os temas relevantes foram abordados a importância do design, da embalagem, da proteção identitária que o nome e a marca do empreendimento podem propiciar ao grupo, além dos requisitos sanitários e dos temas sobre rastreabilidade, legislação, o registro legal dos alimentos na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

A partir da compreensão destes temas teve início uma reflexão sobre os objetivos de médio e longo prazo dos próprios empreendedores em relação ao seu produto e ao seu negócio. Visando ampliar a distribuição para além dos limites locais foi efetuada uma análise da capacidade produtiva dos produtores. Deste modo, os processos operacionais de design, construção de marca e identidade visual foram desenvolvidos com base nesse levantamento.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

A equipe do projeto contou com o apoio dos profissionais da EPAGRI e da Secretaria de Agricultura, que também forneceram suporte e assessoria para os produtores. No período de desenvolvimento do projeto inúmeras visitas e conversas foram realizadas, visando estabelecer uma identificação entre o trabalho desenvolvido pela equipe de projeto e a cooperativa, conforme apresentado seguir:

> *"E no final nós levávamos as propostas, discutíamos, voltávamos, víamos, voltávamos até chegar a um resultado. Esse resultado, dentro desse projeto, ele envolvia o lote piloto (...) desenvolvíamos as embalagens (...) tinha os uniformes, tinha o boné, tinha o cartaz, tinha o banner. Todas essas questões... E após (...) a materialização desse produto e com esse lote piloto eles colocavam no ponto de venda, seja na feira, no minimercado ou no supermercado... A gente propunha fazer uma pequena pesquisa de mercado para saber, digamos a performance, né? Alguns mais em termos qualitativos, outros em termos quantitativos, outros mais a percepção do cliente, mas pra termos uma ideia se isso mudou, né? Ao colocarmos elementos, por exemplo, esse produto é da agricultura familiar... colocando na embalagem. Nós perguntamos para o consumidor – Isso faz diferença para você? – Poxa eu nunca tinha visto isso e faz, claro que faz pra mim! – Saber quem está produzindo faz diferença pra você? – Faz muita diferença, eu sei aonde achar, digamos assim... E por aí vai... Isso aí foi o início..."* (MERINO, 2012)

Observando a narrativa de Merino (2012) verifica-se que a proposta do NGD centra sua conduta no desenvolvimento de ações nos níveis estratégico, tático e operacional, a partir da análise do contexto social, cultural, econômico e ambiental em que se localiza o empreendimento participante. O enfoque do projeto orienta-se para a materialização das ideias transformando-as em melhorias nos produtos, serviços e processos.

O projeto se inicia com o processo de sensibilização dos produtores em encontros que buscam o compartilhamento de informações adequadas ao nível de conhecimento dos diferentes grupos. A continuidade do projeto acorre com a realização de visitas periódicas, a fim de compreender as diferentes realidades e buscar a aproximação dos participantes.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Figura 20 – Registro de visitas efetuadas em campo

Fonte: NGD (2013)

De modo simultâneo, o projeto em design vai sendo desenvolvido com a utilização da metodologia específica do NGD, entretanto todos os processos de criação e definição das propostas são realizados de modo coletivo, buscando esclarecer os aspectos técnicos e atender aos diferentes pontos de vista dos participantes. Com a identificação dos principais pontos fortes e fracos dos grupos produtivos são realizadas ações para minimizar as fragilidades e para ampliar a potencialidade das propostas.

Para a realização do primeiro projeto o NGD contou com recursos da FAPESC, da Secretaria da Agricultura e do CNPq, sempre envolvendo alunos de graduação, mestrado e doutorado no desenvolvimento das ações. Nesse projeto as respostas dadas pelos consumidores na breve pesquisa de mercado foram bastante positivas, o que motivou a equipe a dar continuidade ao trabalho, conforme exposto por Merino (2012) no seguinte trecho da entrevista:

> *"A pesquisa foi superpositiva (...) foi em Mafra mesmo. Então... Essa pesquisa nós fizemos no maior supermercado da cidade de Mafra. Nós fizemos em um período (...) durante dois ou três dias, colocamos os produtos na prateleira, direitinho, sem publicidade, sem nada, ficamos acompanhando as pessoas, quem pegava e quem não pegava e depois quando as pessoas compravam, finalizavam a compra... tínhamos uma equipe que abordava eles e pedia pra fazer uma pequena entrevista – Por que vocês compraram? Por que escolheu esse que era diferente e tal? E aí as respostas foram muito positivas, assim... Dos quatro produtos que nós colocamos (...) porque eram quatro... Era o mel, eram as bolachas, era o pepino e era o frango. O frango foi o único que não foi possível testar ele... Porque no momento da pesquisa não tinha produção e os outros, principalmente o pepino e as bolachas venderam tudo, assim... Saiu tudo... Então as pessoas compram... Foi por que? Foi pela embalagem, foi pela beleza, foi pelo preço? O preço foi mantido (...) o mesmo preço (...) Então*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *se trabalhou com custos muito próximos do que eles tinham. E o mel também. Então a resposta foi unânime. – Primeiramente nós identificamos uma marca da região, nós identificamos que o produtor era fulano de tal que a gente sabe que é da região aqui. E entre comprar uma Hemmer da vida nós preferimos comprar isso, vimos que é da agricultura familiar. Ela é bonita... Ela parece ser mais gostosa."* (MERINO, 2012)

A partir da repercussão positiva dessa primeira iniciativa, nos anos seguintes foi obtido um pouco mais de recursos para dar continuidade ao projeto e atender outras regiões. Para a seleção das próximas cooperativas ou associações a serem atendidas foram estabelecidos, juntamente com a Secretaria de Agricultura, alguns critérios que estes grupos produtivos necessitavam atender. Deste modo para participar do projeto os grupos deveriam estar organizados, ter uma produção e uma comercialização, entre outros fatores. Após a seleção dos grupos produtivos, o NGD efetuava as visitas de apresentação da proposta e os grupos decidiam se queriam ou não participar do projeto.

Na segunda fase do projeto o trabalho foi realizado em Porto União (SC), Itapiranga (SC) e novamente em Mafra (SC) seguindo o mesmo processo metodológico. Nesta ocasião, além dos produtores atendidos surgiam novas demandas de outros agricultores e famílias que não faziam parte de cooperativas ou associações. A pesquisa de opinião realizada ao final da segunda fase do projeto propiciou a identificação de muitos aspectos positivos e também de fragilidades e oportunidades que o NGD poderia explorar.

Uma das oportunidades levantadas se refere à falta de conhecimento dos consumidores sobre as qualidades nutricionais e benefícios dos alimentos ofertados. Com base nessa necessidade o NGD efetuou uma parceria com o curso de Engenharia de Alimentos e Biologia da UFSC para reunir as informações e disponibilizá-las aos consumidores, incentivando também o consumo de alimentos naturais que promovem a saúde.

Outro caso interessante relatado por Merino (2012) foi realizado em uma cooperativa que produzia e comercializava sucos em uma escala relativamente abrangente de distribuição. Quando foi efetuada uma consulta sobre o registro de marcas, verificou-se que uma grande empresa do setor já havia registrado a marca de sucos que a cooperativa utilizava. Para evitar transtornos futuros, o NGD iniciou um processo de esclarecimento e conscientização sobre os aspectos

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

normativos e legais, sugerindo que a marca fosse alterada, deste modo teve início o desenvolvimento de uma nova identidade visual para a cooperativa.

Para o desenvolvimento da identidade visual o NGD buscou efetuar um levantamento histórico, resgatando a identidade e os valores primordiais para o grupo participante, buscando aproximar o saber tradicional ao saber especializado do design a partir das vivências com o grupo, conforme é possível verificar no relato a seguir:

> *"(...) No desenvolvimento da identidade ou do redesign (...) nós fazemos todo um trabalho histórico de verificação de onde que veio, quando veio, o que tinha. Então a marca... Tinha uma fruta atrás da marca... A fruta e um (...) atrás... – O que é isso? – Ah! não sei, não sei, vamos perguntar pra o mais velho... – Não, não isso aqui é um pêssego! – Mas não tem isso, vocês não plantam mais pêssego! – Não. É que quando nós plantávamos, nós éramos famosos pelo pêssego, hoje somos famosos pelo suco. Mas é interessante resgatar... Aí foi... se falou com o mais antigo... Então... O processo, assim... é na casa deles (...) bater fotos muito legais... filmagens... e aí eles nos contavam a história. Então nós também trazemos um resgate..."* (MERINO, 2012)

Segundo Merino (2012) os valores primordiais são resgatados e traduzidos em ações em design, que buscam elaborar desde questões identitárias e culturais até a melhoria operacional dos processos de produção. O fortalecimento da identidade promove uma melhor estruturação das práticas do grupo produtivo, propiciando resultados de curto prazo como, por exemplo, a melhoria das condições de trabalho e a ampliação de renda dos participantes. No longo prazo, a construção de uma visão estratégica amplia as possibilidades de atuação frente ao mercado, ampliando a percepção que os grupos têm de seu próprio trabalho e de seu posicionamento na localidade em que habitam.

6.4.1.2 Modelo de orientação para o desenvolvimento de produtos

No decorrer de sua narrativa Merino (2012) abordou o método desenvolvido pelo NGD, denominado de Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Produtos (GODP). Segundo seu relato esse método se fundamente em três aspectos principais: Competitividade, Diferenciação e Sustentabilidade (CDS), conforme explicitado no trecho a seguir:

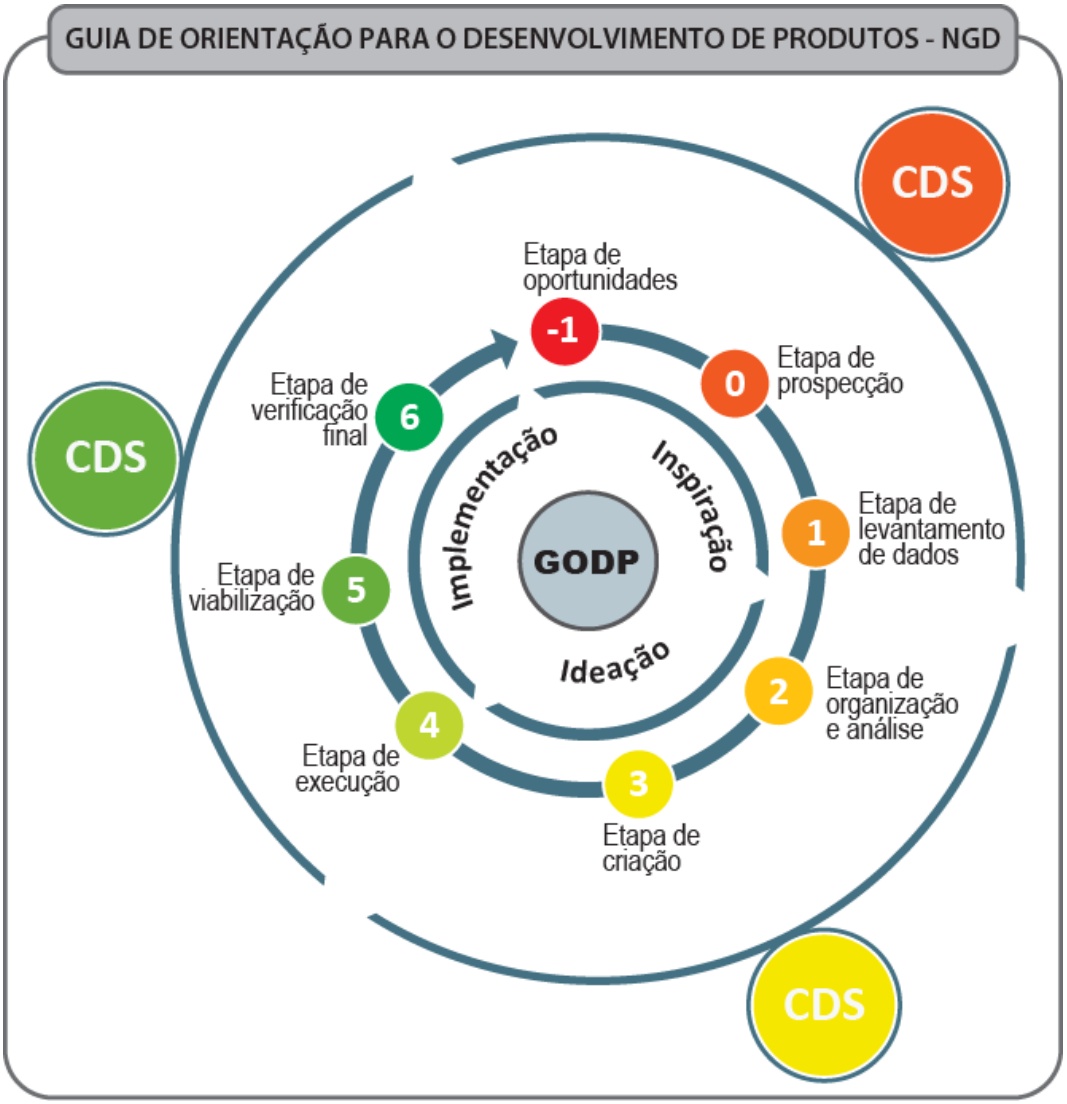
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *"Então o que é o CDS? O CDS (...) nós temos qualquer tipo de organização, ela se apoia talvez... em três grandes pilares, na nossa opinião. Um pilar é a competitividade... ela tem que ser competitiva 'independente' da questão financeira. Ela tem que ser competitiva. Ela tem que ser sustentável. E o design como é que poderia entrar?Aqui entra a administração (...) aqui entram outras áreas... Mas e o design aonde poderia entrar? mas ela precisa também, na nossa opinião, da diferenciação... Então nós desenvolvemos uma sistemática que é o famoso CDS... famoso para nós... né? Então o CDS tem essas três dimensões: a competitividade, a diferenciação e a sustentabilidade. Então o que nós fazemos? Nós sempre fazemos... em toda a organização que nós trabalhamos ou na maioria, nós fazemos um diagnóstico preliminar dela. Identificamos os principais indicadores, que em alguns casos nós já temos pré-definidos, por exemplo, nós podemos ter a competitividade, nós podemos ter a tecnologia, nós podemos ter o preço, podemos ter o mercado, por exemplo. Na diferenciação, podemos ter a forma, a estética, a ergonomia, etc. Uma série... Na sustentabilidade, o ambiental, o econômico e o social, por exemplo... Então nós temos as ferramentas que nos permitem fazer o levantamento dessas informações e verificar qual é o nível, o estágio delas. É tudo bem gráfico, bem colorido e tal. Ela pode estar do vermelho ao verde... Só que, claro... com as respectivas informações que vão caracterizar isso. Então nós temos a partir disso, uma visão geral desse empreendimento, Então nós verificamos que o mercado, digamos... está no vermelho... que a tecnologia está mais ou menos, que o preço está lá em cima, mas a ergonomia não tem nada. A forma está médio... a parte social, olha, está muito ruim, a parte ambiental está péssima. A parte econômica, olha, está legal. Então visualmente nós conseguimos ter uma primeira ideia, uma primeira aproximação do empreendimento, mais os indicadores, que não são absolutos, mas que a gente fala assim... – Opa! Isso nos permitiria já fazer um planejamento preliminar (...)."*(MERINO, 2012)

O método GODP se baseia em uma proposta de inovação de produtos e tem como elemento estruturante o processo de gestão de design fundamentado em um modelo de gestão participativa, em que a colaboração de todos os atores envolvidos é priorizada (MERINO et al, 2011). Ao agregar valor aos produtos este modelo atua como uma ferramenta para alavancar a competitividade. Ao propiciar a redução dos custos ambientais de produção e a ampliação do valor de uso o GODP propicia a diferenciação do produto desenvolvido e novas possibilidades de inserção dos requisitos da sustentabilidade no projeto. Os três pontos-chave: Competitividade, Diferenciação e Sustentabilidade consistem nas principais dimensões do modelo GODP, apresentado na Figura 21.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Figura 21 – Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Produtos



Fonte: Merino et al (2011)

Esse modelo segue oito etapas, descritas de modo resumido conforme a explicitado por Merino et al (2011):

i) Etapa (-1) Oportunidades: são verificadas as oportunidades de mercado no panorama local e global e as necessidades de ampliação da cadeia produtiva;

ii) Etapa (0) Prospecção: nesta etapa é definida a demanda ou a problemática central do projeto a ser desenvolvido;

iii) Etapa (1) Levantamento de dados: são definidas as especificações do projeto após o mapeamento das expectativas dos usuários, integrando, por exemplo, os requisitos de usabilidade e ergonomia e respeitando as normas técnicas e a legislação;

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

iv) Etapa (2) Organização e análise: as informações obtidas são organizadas e analisadas para definir as estratégias de projeto;

v) Etapa (3) Criação: são definidos os conceitos globais e as alternativas preliminares são desenvolvidas e analisadas até que o projeto consiga atingir as estratégias estabelecidas;

vi) Etapa (4) Execução: o ciclo de vida do produto é analisado, os protótipos e modelos são desenvolvidos e testados;

vii) Etapa (5) Viabilização: a proposta final é definida e testada em situações reais, também são realizadas as pesquisas e as avaliações necessárias;

viii) Etapa (6) Verificação: nesta etapa se propõe a verificação dos aspectos da sustentabilidade, focando a revisão dos aspectos ambientais, sociais e econômicos do produto e efetuando um remodelamento, caso seja necessário.

Merino (2012) enfatiza a fácil compreensão da ferramenta tanto para um pequeno produtor quanto para um escritório ou instituição que solicite um projeto. A ferramenta é considerada extremamente visual, prática e de fácil compreensão, permitindo que os clientes visualizem seus maiores pontos fortes e fracos, pois estas características são explicitadas graficamente de modo global.

> *"Eu posso propor ações e aí vem a parte de gestão... e justificar porque que eu preciso fazer tua identidade primeiro e essa identidade... olha aqui... se eu transformar essa identidade ou tentar aproximar do verdinho, que seria o ideal... Que reflexos pode ter no mercado? Será que mais pessoas poderiam identificar esse produto... se... então eu poderia ver uma tendência disso melhorar um pouquinho. – Ah... mas meu preço talvez vá aumentar um pouquinho, né professor? – Ah... pode aumentar sim, mas aumentando teu preço o que acontece? ...mas esse mercado será que é o mesmo que tu tens hoje? Ou será que tu estarias abrindo para novas oportunidades de mercado? (...) – Não, professor, mas eu não posso gastar dinheiro... – Então tá! Então estipula aqui tua linha de corte, teu preço é esse aqui. – Até onde que eu posso chegar? esse preço atende que mercado? – Atende esse mercado aqui... Então até que ponto eu posso alterar a forma, qual é o meu custo? Tenho dez reais... então é meio que uma brincadeira... um jogo..."* (MERINO, 2012)

Com base nos resultados obtidos durante as etapas iniciais são definidas as ações e as ferramentas a serem desenvolvidas, dependendo do porte do empreendimento e do tipo de análise efetuada. O GODP tem sido testado em trabalhos de pesquisas de pós-graduação em nível de mestrado e doutorado,

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

havendo diversas contribuições e aplicações práticas em empreendimentos econômicos dos mais variados setores produtivos.

Esse modelo busca ampliar a participação dos atores no processo de desenvolvimento do projeto, configurando uma abordagem centrada no usuário, pois as ideias são coletadas e avaliadas no meio social e as proposições são materializadas por profissionais da área de design. Considerando os projetos já realizados em grupos produtivos de pequeno porte e os resultados obtidos é possível inferir que esse modelo tem gerado diversas contribuições, tanto no âmbito acadêmico quanto nas esferas sociais, econômicas e ambientais.

O GODP tem sido construído e aprimorado nas dimensões do ensino, da pesquisa e da extensão universitária durante os dez anos de existência do Núcleo de pesquisa. Em todo esse tempo de existência o NGD tem se configurado como um espaço de reflexão e de pesquisa, além de promover a aproximação entre alunos e pesquisadores com as diversas categorias de empreendimentos econômicos, em busca de soluções para os problemas identificados nas diferentes localidades a partir das intervenções em design.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

6.4.1.3 O processo participativo de integração do design e as principais potencialidades e dificuldades observadas

Todo o processo de design efetuado junto aos grupos produtivos é construído de modo participativo e os integrantes possuem tarefas para serem desenvolvidas nas diferentes etapas, algumas com enfoque mais operacional e outras mais estratégicas. Como exemplo, é possível citar a tarefa de observação dos produtos existentes nos mercados de determinada região e a construção de reflexões coletivas sobre como esses mercados absorveriam as propostas inovadoras e o novo posicionamento dos produtos e serviços desenvolvidos.

Para a manutenção ou ampliação da qualidade do produto muitas vezes os produtores são orientados a buscar a assessoria da EPAGRI e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Esta iniciativa é importante para que os produtores avaliem sua capacidade instalada de produção e também a quantidade e qualidade da matéria-prima disponível. De acordo com essa avaliação é possível estabelecer um panorama produtivo intermediário entre a

quantidade que pode ser comercializada e a quantidade que pode ser produzida, tendo em vista a manutenção ou a ampliação da qualidade do produto.

Merino (2012) salientou a importância de iniciativas integradas para o setor da agricultura familiar, considerando que dois empreendimentos participantes do projeto: a Associação de Grupos de Pequenos Agricultores de Canoinhas e Região (AGRUPAR) e a Hermes de Ré, produtor de cachaça de Palma Sola (SC), receberam prêmios de design, gestão e empreendedorismo. Esse reconhecimento vem corroborar a importância da articulação dos recursos disponíveis com o pensamento em design, pois ações convergentes entre produtores, distribuidores e consumidores ampliam as articulações estratégicas que fomentam o desenvolvimento local.

Novas oportunidades têm sido investigadas pelo NGD, situadas nas fronteiras entre o campo do Design e o campo do Direito, conforme é possível verificar no seguinte fragmento da entrevista:

> *"Depois disso nós tivemos várias outras ações... (...) mas o que foi mais interessante depois de tudo isso... atendemos outras cooperativas (...) E esse foi um projeto mais ousado, né? (...) fomos contemplados para fazer um projeto com o Peru e com a Venezuela (...) Valorização (...) por meio do Design e proteção, por meio do Direito, dos aspectos jurídicos... Então juntamos duas áreas que para nós sempre foram bastante distantes ainda que próximas que é o Direito e o Design. E fizemos esse projeto, nós do Brasil propondo a parte de Design e toda a parte de gestão, Venezuela e Peru com a parte do Direito. Então foi muito bacana, fomos para a Venezuela, fomos para o Peru, eles vieram para cá (...) e escolhemos vários produtos, desenvolvemos identidade, fizemos avaliação, pesquisas, implementação.. que culminou com esse Seminário Internacional de Gestão do Design (...) Então foi muito bacana que a gente teve um monte de gente, trouxemos gente da Europa, de Portugal, trouxemos gente dos Estados Unidos, trouxemos gente do Peru, da Venezuela, da Costa Rica... assim... com os recursos do PROSUL (Programa Sul-Americano de Apoio às Atividades de Cooperação em Ciência e Tecnologia) e mais os apoios que tivemos das entidades (...) Foi muito interessante e aí nos permitiu chegar mais na parte legal. Que tipo de proteção seria mais interessante, por exemplo, para as nossas cooperativas aqui? Aquelas duas que estavam sendo trabalhadas... Ah... é uma marca coletiva? É uma identificação geográfica? É uma denominação de origem? E aí foi bem bacana... porque isso mostrou uma nova oportunidade de aproximar estas duas áreas com resultados bastante positivos. Então a sistemática foi a mesma.."* (MERINO, 2012)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Outras áreas também são exploradas pelos projetos do NGD, como a maricultura, em que são focalizadas outras questões como o associativismo e a gestão em trabalhos efetuados em parceria com associações de maricultores.

Figura 22 – Reuniões e visitas realizadas durante as ações com os maricultores

Fonte: Merino (2010)

Na época da entrevista, Merino (2012) também relatou a parceria com a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) no projeto OAB Cidadã, em que a OAB atende uma série de instituições, associações e também o terceiro setor, efetuando um trabalho social paralelo. Segundo o coordenador, o NGD sempre busca efetuar ações com o intuito de ampliar a valorização a partir do design, ou seja, a partir de iniciativas de organização, sistematização, apresentação e profissionalização, para citar algumas.

De acordo com o relato de Merino (2012) observou-se que, para a realização de ações mais eficazes, torna-se necessário apresentar o pensamento em design do modo mais simples para o mais complexo, partindo dos aspectos operacionais para os aspectos estratégicos.

> *"Nós observamos que o design, ele operacionalmente... ele tem muito a fazer... E a entrada tem que ser pelo operacional porque aí nos conseguimos mostrar para eles como é importante ter um planejamento, ter uma definição (...) a médio e longo prazo. Agora as experiências que a gente tem visto de entrar com a gestão já... Direto, com ações estratégicas... – Vamos fazer um diagnóstico? Ele tem se apresentado muito volátil. No início até é cativante porque o pessoal chega... - Vamos avaliar! – Vamos analisar! (...) – Análise SWOT, PDCA! – Pô, que legal! O pessoal fica...*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *brilha o olho né? E daqui a pouco... – Mas o que eu faço com isso?"* (MERINO, 2012)

O principal problema enfrentado pelo NGD nas associações e cooperativas consiste em atingir os resultados econômicos esperados por seus integrantes, pois segundo a ótica de Merino (2012) as ações em design se apresentam de modo muito idealista, principalmente na área da pesquisa. Segundo o coordenador, em seus últimos quinze anos de experiência não encontrou nem sequer uma cooperativa, associação ou grupo de pessoas (a não ser pequenos grupos de voluntários) que também tivessem apresentado objetivos idealistas sem nenhuma finalidade econômica. Deste modo, sua principal proposta de trabalho consiste em entender verdadeiramente os valores que fundamentam e sustentam os grupos produtivos.

Outra importante questão a ser compreendida pelos designers, diz respeito ao fato de que os cooperativados apreciam e se sentem habilitados especificamente para produzir seu produto (plantar, pescar, cultivar, etc.), entretanto não se sentem preparados ou motivados para gerir ou para administrar o seu empreendimento.

> *"Em contrapartida, (...) as pessoas também... que estão envolvidas querem ganhar dinheiro e o 'poder' aparece. Então nós tivemos várias ações na maricultura, por exemplo, junto com o SEBRAE... Então o SEBRAE conseguiu um recurso... Vamos colocar um gerente de produção na Associação de Maricultores. Não durou dois meses... Por quê? Porque o cara começou a organizar tudo e as pessoas começaram achar que ele estava (pegando) para ele. '– E eu sou o presidente, eu tenho que ter o domínio!' Então o maior problema que nós vemos exatamente... E nesses grupos tem sido esse. Nas cooperativas mais organizadas isso aparece com menor intensidade, até porque tem a questão da sobrevivência... Mas a partir do momento que você cria uma expectativa de... talvez... uma performance melhor... – Olha, vamos vender mais. – Estamos objetivando outros mercados... Aí realmente volta a aflorar novamente esse espírito... às vezes... de algumas pessoas quanto a isso. Então a nossa experiência tem sido a seguinte, em termos de design... Ele faz uma diferença brutal, não há duvida quanto a isso. Muito forte, muito significativa. Agora... digamos... em termos de participação deles, de envolvimento, se não houver a troca há uma fragilidade muito grande e também outro aspecto, bem importante, em que o design também às vezes se perde... – Não, mas ele tem que ser totalmente participativo, até na geração da identidade visual, mas a experiência não tem sido muito boa..."* (MERINO, 2012)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Quanto ao desenvolvimento das ideias de modo totalmente participativo, Merino (2012) enfatizou que os cooperados gostam de ser ouvidos e de opinar, entretanto não se sentem à vontade para desenhar, pois não conseguem transpor as ideias para o papel. O coordenador tem observado que os participantes preferem que os designers efetuem seu papel de designers e desenvolvam a representação das ideias de acordo com as necessidades identificadas.

> *"Então na realidade o que até tem sido objeto de algumas teses que eu tenho orientado... a parte da conversão do conhecimento... na Engenharia de Gestão do Conhecimento... que exatamente o pensamento, ou seja, o pensamento do design... eu vou lá em uma propriedade, eu vou extrair esse conhecimento dessas pessoas, eu vou converter para o design, eu vou trabalhar no meu mundo do design gerando formalmente alguma coisa que represente isso... Só que a segunda parte... eu preciso devolver isso... Então, não adianta... então o que nós observamos nesses trabalhos é que... Eu retiro esse conhecimento, eu converto esse conhecimento para o meu saber fazer e na hora de retornar eu não converto eu simplesmente coloco o que eu fiz pra eles, e eu convenço eles mostrando (...) – Oh... está vendo (...) aquilo que a senhora falou está ali... aquilo que a senhora falou está aqui... Mas não há uma conversão disso para a própria linguagem, para o escopo, para o histórico... Então essa é uma questão bastante interessante... Eu tenho trabalhado... umas duas ou três teses trabalhamos com etnografia, design thinking... aquela coisa toda... Foi um trabalho feito lá no Vale dos Vinhedos no rio Grande do Sul. Foi bem interessante... então começa a aparecer essa questão. O super designer, na realidade ele vai, ele suga tudo, mas na hora dele dar o retorno ele não tem ferramentas. A gente não tem uma base para isso e a gente devolve aquilo que a gente fez... – Ficou legal? – Ficou, e aí? E a pessoa passa a se identificar até por uma questão estética... (...) – Ficou bonito. Olha aqui que bonito que eu fiquei! Mas ele não consegue incorporar isso. Não é dele. E nesse ponto que eu vejo a parte de incorporação (...) tem sido bem mais desse retorno (...) de ir até lá, de fazer com eles, de ir criando, dar pequenos passos com eles..."* (MERINO, 2012)

Em relação às dificuldades para a realização dos projetos acadêmicos, Merino (2012) salienta a existência de duas principais barreiras: tempo e recursos. A questão do tempo implica na disponibilidade dos estudantes, devido ao prazo de duração dos cursos de graduação e pós-graduação e das bolsas de pesquisa, respectivamente. Após seu processo de formação o aluno busca um novo posicionamento profissional, tornando-se difícil reter alguns talentos na universidade. Para manter pesquisadores experientes no desenvolvimento de pesquisas de longa duração seriam necessários recursos financeiros condizentes

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

com o nível de experiência e com as atividades desenvolvidas, a fim de remunerar o profissional de modo justo e adequado ao mercado.

O enfoque atual do NGD é a valorização da produção, embora tenha começado com projetos mais voltados para o desenvolvimento de identidade e marca. Atualmente as pesquisas do Núcleo tem se voltado para a área de intersecção entre o Design e o Direito, buscando ampliar os conhecimentos no que se refere aos aspectos de denominação geográfica e identificação de origem.

O objetivo do NGD consiste em avançar as pesquisas em direção ao desenvolvimento de produtos, principalmente no desenvolvimento de ferramentas para pequenas produções. Como exemplo, Merino (2012) cita dois projetos que se encontram em desenvolvimento: uma ferramenta para extração de mexilhões da concha e um extrator manual de mandioca para auxiliar o trabalho dos agricultores, sendo que este último faz parte de uma pesquisa de tese recentemente iniciada. O desenvolvimento de produtos busca integrar uma abordagem em inovação com ênfase em novas modalidades de uso não orientada para a inovação tecnológica.

6.5 O laboratório de design O Imaginário da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

O laboratório de pesquisa em design O Imaginário foi criado no início dos anos 2000 e se encontra vinculado ao grupo de pesquisa Design, Tecnologia e Cultura, do Departamento de Design da Universidade Federal de Pernambuco. O Imaginário tem como líderes as professoras Virginia Pereira Cavalcanti e Ana Maria Queiroz de Andrade e desde o ano de 2006 possui certificação do CNPq.

Desde sua criação o laboratório vem desenvolvendo ações para atender as demandas relativas à produção artesanal e industrial, visando integrar os segmentos de extensão, ensino e pesquisa por meio da participação de professores, estudantes e técnicos advindos das mais variadas áreas do conhecimento (O IMAGINÁRIO, 2013).

O enfoque do laboratório voltado para a produção artesanal se baseia em um método multidisciplinar e tem a finalidade de atender comunidades que produzem artesanato tradicional e não tradicional, visando promover a atividade como um meio de vida sustentável. A atuação do laboratório no âmbito produtivo industrial

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

tem como objetivo promover o design de modo global, abrangendo o design gráfico, o design de produto e a gestão de design (O IMAGINÁRIO, 2013). Ao longo de sua existência diversos projetos foram desenvolvidos pelo laboratório, nos setores industrial e artesanal em parceria com instituições de fomento, públicas e privadas, como por exemplo: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Caixa Econômica Federal (CEF), Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia de Pernambuco (FACEPE).

Entre os projetos na área artesanal destacam-se as parcerias efetuadas com os artesãos produtores de cerâmica do Cabo de Santo Agostinho (PE), os produtores de cestaria artesanal Cana-Brava de Goiana (PE) e os artesãos da comunidade quilombola de Conceição das Crioulas, localizada em Salgueiro (PE). Alguns dos trabalhos realizados em parceria com os setores produtivos de artesanato podem ser visualizados na Figura 23, a seguir.

Figura 23 – Exemplos de projetos desenvolvidos no setor de artesanato pelo O Imaginário

Fonte: O Imaginário (2013)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

O laboratório O Imaginário possui um grande número de publicações científicas, incluindo artigos, monografias de conclusão de curso e dissertações de mestrado que abordam o tema do design como suporte ou promotor do desenvolvimento social. Com base em uma visão geral sobre as abordagens do grupo é possível verificar que a atuação no âmbito da produção artesanal, por meio do empreendedorismo, da valorização do artesanato e dos artesãos converge com o objeto de estudo da presente tese.

O principal eixo de atuação do laboratório se fundamenta em ações que buscam ampliar o desenvolvimento local a partir da integração entre designers e artesãos em processos colaborativos. As práticas desenvolvidas promovem a interação dos atores nas diferentes etapas projetuais, ampliando o sentido de pertencimento dos indivíduos e grupos que deriva do exercício de seu ofício em sua própria localidade.

Os projetos desenvolvidos buscam respeitar os valores culturais, sociais e ambientais das comunidades locais, além de propiciar uma atividade econômica que propicie a ampliação do bem estar das famílias envolvidas e a valorização dos artefatos regionais. Deste modo, a análise do referido grupo de pesquisa será efetuada a partir das práticas desenvolvidas na área do artesanato, considerando que esta abordagem é de grande relevância para o desenvolvimento local.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

6.5.1 Entrevista com a professora Ana Maria Queiroz de Andrade: ações do O Imaginário na área do empreendedorismo social e do artesanato

Desde o sua criação o laboratório O Imaginário seguiu um modelo próprio de ação e organização que foi sendo aprimorado a partir da análise, avaliação e revisão de suas próprias experiências. A elaboração contínua do modelo de intervenção do laboratório – que busca desenvolver e implantar uma visão global em design elaborada com base na realidade dos participantes – compõe um panorama de ações e experiências estratégicas para o desenvolvimento local e a inclusão social.

Essas ações e experiências constituem um profícuo material para investigação das práticas já desenvolvidas em diferentes contextos, contribuindo para a compreensão do modo de desenvolvimento e implantação de estratégias em design que promovam melhorias sociais, ambientais e econômicas.

Para ampliar a compreensão do tema e investigar a natureza das ações e práticas desenvolvidas pelo laboratório, bem como suas principais intersecções com o objeto de pesquisa desta tese, foi realizada uma entrevista semiestruturada *online* com a professora Ana Maria Queiroz de Andrade, uma das coordenadoras do laboratório O Imaginário (Apêndice 3).

A entrevista foi realizada no dia 16 de janeiro de 2014 e teve início com a apresentação do tema investigado na presente tese. Na sequência Andrade (2014) apresentou o histórico, o tempo de atuação e os objetivos principais do laboratório, conforme relato apresentado a seguir:

> *"Como foi que surgiu O Imaginário? O Imaginário... na época eu estava assumindo a Diretoria de Cultura da Universidade, da Pró-Reitoria de Extensão e... na Pró-Reitoria de Extensão eu tinha que cuidar do Centro Cultural (...) era o espaço do Benfica... e aí a gente constituiu um Centro Cultural e dentro das... vamos dizer assim... possibilidades de trabalhar o Centro havia uma relacionada à arte popular. O Centro tinha uma... tem, tinha não... tem um acervo maravilhoso de Vitalino, tem uma parte extraordinária de Cordel e a ideia é – Como tornar essa coisa viva? como deixar isso (...) e eu venho do departamento de Design. Minha história é no departamento de Design. Então a gente começou a ver de que maneira a gente poderia somar essa coisa da arte popular... e aí veio o artesanato que fazia... vamos dizer assim... esse 'meio de campo' entre design e arte popular. Na época... cerca de dez anos atrás (...) havia um interesse do governo de uma maneira geral em estimular a questão do artesanato com aqueles programas Artesanato Solidário, Comunidade Solidária... então havia uma demanda pela presença da Universidade em pequenos municípios. Isso... de certa forma facilitou... A gente tinha um potencial, tinha possibilidade de juntar... e aí a gente começou a ver que havia espaço pra desenvolver nessa linha. E aí começamos inicialmente... a primeira ação assim de repercussão maior, tímida de nossa parte, mas teve repercussão grande, foi uma exposição de alunos (...) que aconteceu no Centro Cultural Benfica, onde a gente estava trabalhando."* (ANDRADE, 2014)

Paralelamente às ações desenvolvidas outras demandas começaram a surgir, conforme relatado por Andrade (2014). Nesse período o laboratório O Imaginário foi procurado pelo SEBRAE para desenvolver outra proposta, mas dentro de uma perspectiva bastante pontual, visando atender um grupo de artesãos já assessorado pela instituição. A equipe do laboratório efetuava encontros com o grupo de artesãos, mas após algumas tentativas verificaram que este tipo de atuação era ineficiente. Alguns dos aspectos que contribuíram para este resultado estavam

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

relacionados à heterogeneidade do grupo, tanto em termos de tipologia como de interesse e segundo a narrativa de Andrade (2014):

> *"... Não havia de fato um 'coletivo'... e aí a gente disse – Não. Acho que um dos fatores fundamentais é ter um projeto coletivo. Tem que ter um coletivo. Então não adianta começar com muita gente... E aí foi uma briga danada porque o SEBRAE não entendia que a gente pudesse trabalhar com pouca gente. Então a gente em paralelo, enquanto fazia com 'muita gente', para garantir o 'pouca gente'... fazia de graça... (...) com esse dinheiro a gente vai fazer um experimento... e esse experimento aconteceu em Conceição das Crioulas. Um dos... na época ex-estudante... que já estava formado na época... era de lá de Salgueiro e disse – Óh! Tem um grupo assim, assim e assim, que tem uma série de questões e... a gente pode trabalhar com eles. Esse grupo é um grupo quilombola. E aí a gente foi... então vamos tentar fazer o que a gente acha que é correto. Então vamos trabalhar o design, mas... não somente o objeto. O objeto e tudo o que ele agrega e... mais que isso – Há possibilidade de criar um projeto coletivo? Que coletivo é esse?"*
> (ANDRADE, 2014)

A partir desses questionamentos a equipe do O Imaginário enfrentou a primeira grande questão, que consistiu em compreender a história da comunidade quilombola de Conceição das Crioulas. Com a aproximação os pesquisadores verificaram que o associativismo da comunidade tinha origem no empenho de seis mulheres, que resolveram comprar do Imperador um pedaço de terra (durante o período do Império no Brasil que existiu durante o século XIX) para o cultivo do algodão, produto que apresentava grande demanda na época.

Com a identificação da história das mulheres da comunidade a equipe verificou que poderia realizar diversas ações e entre elas trabalhar uma questão controversa relacionada à posse da terra, pois a comunidade tinha divergências antigas com posseiros que ocupam áreas devolutas ou improdutivas.

Além do O Imaginário, outras instituições trabalharam em Conceição das Crioulas, buscando propiciar melhorias a partir de outras perspectivas e vieses. Andrade (2014) relata a seguir, um pouco mais sobre a abordagem de design, iniciada pela equipe do laboratório com a referida comunidade:

> *"A partir dessa história... a gente começou a mexer com o produto, mas sempre atrelado a outras histórias, entendeu? Nunca foi o produto somente... então a gente viu... quê material, quem fazia o quê, quais eram as habilidades, quais eram as potencialidades... e em cima disso a gente trabalhou o barro, muito pouco... – Por quê? porque o barro era um*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *negócio tão deles, mas tão deles que não precisava ser mexido... – Deixa lá! Então a gente só ajudou no que pôde. Mas... com a fibra do caroá, aí sim... com a fibra do caroá a gente pôde ajudar... porque o que era feito eram utensílios que eram usados na comunidade, mas a gente poderia criar outras histórias que viessem a gerar mais recursos. Então... o objeto emblemático foram as bonequinhas que a gente fez... Umas bonequinhas que contavam... contavam as histórias das pessoas... lideranças do local... então elas tinham um nome e significavam as pessoas. E aí a gente fez embalagem... tudo o que o produto tem que ter. A embalagem (...) contava a história... então a repercussão de Conceição das Crioulas foi muito boa porque inclusive quando ela participou (...) pela primeira vez da feira, tem uma grande feira (...) a Fenearte aqui no Recife, que é uma feira de artesanato imensa. É imensa. Acho que é a maior feira do Brasil. E aí quando elas vieram participar da feira a gente também ajudou na montagem do estande, muito simples, mas todo organizadinho, preparou as meninas para mostrar o produto, não só o produto, mas a comunidade e a história da comunidade. Então essa abordagem também foi um diferencial na feira naquela época... foi 2001 eu acho..."* (ANDRADE, 2014)

O impacto positivo dessa iniciativa gerou recursos para a continuidade dos trabalhos na comunidade, deste modo, os homens que inicialmente estavam mais distantes do projeto começaram a se integrar. A Figura 24 a seguir apresenta as bonecas desenvolvidas durante o projeto realizado pelo O Imaginário na comunidade de Conceição das Crioulas.

Figura 24 – Bonecas desenvolvidas em parceria entre O Imaginário e a comunidade Conceição das Crioulas

Fonte: O Imaginário (2013)

Para os pesquisadores do laboratório, os resultados positivos obtidos com esta ação demonstraram que o desenvolvimento de práticas colaborativas, integradas com a comunidade era o caminho correto a ser trilhado.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

6.5.1.1 A construção dos processos de intervenção em design

A partir da experiência em Conceição das Crioulas a equipe iniciou a sistematização do processo de intervenção em design, tendo em vista a construção de um modelo que pudesse ser testado e implantado em outros tipos de comunidade, servindo como um guia para as intervenções realizadas pelo laboratório.

Conforme explicitado por Andrade (2014) o modelo desenvolvido pelo laboratório é representado pela centralização da comunidade e do produto como foco principal do projeto, ancorado pelos eixos que englobam o design, a comunicação, o mercado, a produção e a gestão. Com base nesses aspectos torna-se possível replicar o modelo em grupos populacionais diversificados, pois os pesquisadores podem moldar as etapas e os processos de modo adequado ao perfil das comunidades em suas diferentes fases de organização e mobilização.

Com enfoque no fortalecimento e no desenvolvimento sustentado das comunidades diversos grupos já foram capacitados pelo projeto, abrangendo um total de mais de quinhentos artesãos. Como exemplos de comunidades em que este projeto atuou é possível citar: Alto do Moura, Cabo de Santo Agostinho, Caroalina, Conceição das Crioulas, Goiana, Kambiwá, Lagoa do Carro e Tracunhaém (CAVALCANTI et al, 2007). A Figura 25 a seguir representa o modelo de intervenção em design desenvolvido pelo laboratório O Imaginário, evidenciando as interações estabelecidas com a comunidade artesã durante o processo de design.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Figura 25 – Modelo de intervenção do O Imaginário

Fonte: Cavalcanti et al (2008)

Conforme apresentado em Cavalcanti et al (2008), as características interdisciplinares desse modelo permitem o compartilhamento e a integração entre os diversos atores do projeto, propiciando um enriquecimento das soluções baseadas em cinco eixos principais:

i) Gestão: tem como objetivo promover a formação, a integração e o fortalecimento dos grupos, incentivando a construção de acordos coletivos, a busca por autonomia, a ampliação da autoestima e do valor do trabalho;

ii) Design: orientado para a valorização do saber popular, das tradições, dos valores sociais e culturais das comunidades, busca agregar valor ao produto;

iii) Comunicação: apresenta a finalidade de sensibilizar e mobilizar a opinião pública para o valor do artesanato e os direitos de seus criadores, fundamentando-se em ações estratégicas que buscam integrar as esferas locais e nacionais;

iv) Mercado: busca promover parcerias com segmentos específicos do mercado a fim de garantir a remuneração justa e a equidade social, fortalecendo o

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

posicionamento das comunidades frente ao mercado como um modo de desenvolvimento e transformação social;

v) Produção: fundamenta-se nos modos de produção locais em respeito ao compasso de vida e de trabalho das comunidades procurando a melhoria dos processos de produção, das condições de trabalho e da utilização de recursos naturais.

Mesmo apresentando estes cinco eixos direcionadores, o modo de implantação do modelo, os processos e ferramentas escolhidos variam de acordo com a realidade das diferentes comunidades parceiras, conforme exposto por Andrade (2014):

> *"A sequência e a forma como ele vai ser implementado vai depender da realidade, do local... Não tem nada fechado. Tem uma lógica. A lógica é – Olha, se eu não abordo dessa forma eu tenho um prejuízo (...) eu não vou consegui chegar lá... Agora, muitas vezes tem questões que você sabe que ela existe, mas que você não tem capacidade de resolver, mas você sabe que ela existe e você sente que (...). Então quer dizer... nem todos os eixos vão se resolver da mesma maneira. Vai depender do tipo do problema, da possibilidade de solução e do projeto da comunidade... porque quando eu digo que o meio... o foco da história é esse projeto coletivo, que é construído com a comunidade. A gente não chega lá com um plano e diz – Olha... o plano é esse. Não, o plano... ele vai surgir... do diálogo... da conversa... e dos fatores que vão ser gerados da integração da gente com a comunidade..."* (ANDRADE, 2014)

Sobre as ferramentas utilizadas para trabalhar os cinco eixos estratégicos que compõem o modelo, Andrade (2014) relata que as mesmas são variadas e advém do próprio método de design. As fundamentações teóricas são interdisciplinares, pois a equipe é formada por pessoas oriundas das áreas de: Engenharia de Produção, Desenvolvimento de Materiais Cerâmicos, Marketing, Logística, entre outras. Assim, os diferentes olhares se complementam e integram diferentes métodos e ferramentas, de acordo com as diferentes etapas, processos e saberes que necessitam ser desenvolvidos junto às comunidades. Segundo Andrade (2014) a lógica do processo é compreendida pela equipe e posteriormente adaptada à realidade.

> *"A gente queria ver qualidade, como mexer na qualidade durante o processo... – Como é que você faz? Cada um vai... vai... – Como é que você começa a trabalhar? – Faço assim, faço assado... – Faço assim, faço*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *assado... E o grupo ia com um papelzinho... escrevendo... agora a gente faz isso... agora a gente faz aquilo... e montando um graficozinho com o status (...) – Olha aqui, se der problema aqui como é que faz? – Ah... então a gente tem que fazer uma avaliação aqui... A gente não pode ir aqui sem vir pra cá... Então essa coisa é toda muito construída com eles... traduzido para a realidade deles... a gente usa tudo o que puder usar... de engenharia, de mercado, de tudo... agora adaptado para a realidade...”* (ANDRADE, 2014)

Andrade (2014) reforça que não existem estratégias específicas, mas toda a ação é fundamentada em uma diretriz fundamental, que consiste em “ouvir” o que a comunidade está querendo dizer e “entender” qual é a grande história daquela comunidade, portanto em resumo a grande estratégia reafirmada pela coordenadora é a “escuta”. Sobre esses processos Andrade (2014) afirma que:

> *“Para mim essa é a estratégia... Padrão. Porque cada escuta é uma escuta ela é daquele momento e daquela comunidade... (...) Eu diria assim... na sala de aula... o que é que a gente faz? a gente mostra o que está acontecendo... Quando o aluno vem para fazer o estágio com a gente ele participa de ‘todo’ o processo... Ele participa de reunião conosco... participa de reunião com a comunidade... então ele é inserido dentro do processo... então ele vai aprender com a vivência... ‘vendo’ o que está acontecendo. Certo? Essas diretrizes a gente dá... gerais... – Olha! Até onde a gente vai.... (...) Que vai acontecer de acordo com a situação que a gente estiver vivendo... Entendeu? Agora... de qualquer jeito... eu acho... e aí é uma postura muito nossa... quando a gente vai fazer um projeto para uma empresa, claro... a gente vai oferecendo as soluções, mas essas soluções são negociadas (...) Não adianta a gente chegar (...) com a solução fechadinha que na produção ela vai ser furada...”* (ANDRADE, 2014)

Segundo a coordenadora essa principal diretriz fundamentada na escuta vai estruturar a formulação de um projeto coletivo, questionando continuamente o que pode ser coletivo, pois o projeto não atende indivíduos, mas sim a coletividade.

6.5.1.2 Premissas para a integração do design e do designer em grupos populares

O laboratório O Imaginário já chegou a atender simultaneamente cerca de doze comunidades, entretanto a partir dessa experiência os pesquisadores compreenderam que não podem atuar de modo efetivo quando não há uma resposta dos municípios, ou seja, quando não ocorre um envolvimento legítimo da governança local. Devido a este fator preponderante, na ocasião o laboratório

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

manteve sua atuação somente junto aos grupos que estavam gerando resultados mais imediatos.

Por mais que a atuação da universidade seja organizada e articulada, Andrade (2014) relata que a intervenção isolada da universidade não tem forças para o planejamento, a execução e o subsídio de ações dessa envergadura. Deste modo, o laboratório tem preferido desenvolver projetos focados em grupos menores a fim de gerar resultados mais efetivos, em vez de trabalhar com uma grande quantidade de grupos e ao final do projeto verificar a evasão dos participantes sem atingir resultados significativos.

Inicialmente a demanda pelo desenvolvimento de projetos junto aos grupos era proveniente do SEBRAE. Para exemplificar, Andrade (2014) relata um caso significativo em que um grupo de artesãos foi formado a partir da atuação do laboratório na localidade de Pontas de Pedra, distrito pertencente ao município de Goiana (PE), conforme o trecho a seguir:

> *"Nesta comunidade de Pontas de Pedra (PE) não fomos nós que identificamos, foi o próprio SEBRAE que disse – Olha, tem uma técnica do trançado, que sempre se apresenta nas feiras e é um sucesso enorme, mas apenas dois homens fazem esse trabalho em Pontas de Pedra. Vocês não queriam tentar fazer um grupo lá, não? Então? Não existia um grupo, existiam dois homens que faziam... e aí nós fomos para uma escola, divulgamos... fizemos uma mobilização. – Olhe, quem quer? alguém tem interesse de aprender e tal?... e nos reunimos na escola e as mulheres (...) e algumas pessoas se apresentaram de todo jeito que você possa imaginar... inclusive crianças e aí a gente saiu tirando... – Olhe criança não dá... vamos ver quem quer... e aí vamos lá! Começamos a trabalhar com esse grupo. Esse grupo... esses artesãos eles foram e começaram a ensinar e a gente imaginava que eles fossem fazer parte do grupo, mas eles não... não quiseram porque (...) achavam que as meninas não tinham a competência que eles tinham e que não poderiam comprometer a... a... enfim... Aí eles se separaram... mas ensinaram até certo ponto a fazer o trançado e aí o que aconteceu? Algumas meninas que trabalhavam com eles se... tinham umas meninas que faziam acabamento para esse rapaz, eram empregadas dele... Certo? Ele pagava e elas faziam. Elas desistiram e começaram a se enturmar com esse grupo, que é predominantemente de mulheres."* (ANDRADE, 2014)

Outros dois importantes aspectos relatados por Andrade (2014) para o desenvolvimento de grupos de trabalho, associações ou cooperativas se referem à autonomia e à liderança. Em relação a esses quesitos a coordenadora enfatiza que

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

os grupos passam a se desenvolver de modo mais autônomo quando algum indivíduo, oriundo do próprio grupo se destaca como líder.

Muitas vezes o grupo de designers não tem ferramentas para gerar as qualidades de liderança necessárias para o desenvolvimento autônomo do grupo, pois mesmo que os processos possam ser apreendidos, algumas características representativas para a constituição de um líder por muitas vezes são inerentes ao próprio indivíduo. A coordenadora destaca que a atuação dos designers necessita ser construída de acordo com as diferentes demandas e com os diferentes contextos para não gerar dependência e não se tornar um processo fechado e imposto de modo verticalizado. Na narrativa a seguir essas ideias são explicitadas, conforme a experiência observada pela coordenadora nas ações desenvolvidas com o grupo de Pontas de Pedra (PE):

> *"Então esse grupo, ele foi muito engraçado... porque ele cresceu... tem uma pessoa que tem um discernimento diferenciado... porque precisa também encontrar lideranças. Esse é um fator que também pesa. Se você não tiver uma pessoa que tem uma visão, uma liderança, uma vontade de colocar pra frente, a coisa não vai... por que... né? O negócio é deles não é nosso. Então lá tem essa criatura e ela começou a aprender... aprender... e a partir do aprendizado delas e do que elas iam crescendo a gente... as oficinas de design... O design não vai pronto... Ele vai sendo criado junto com eles... por exemplo, às vezes o próprio material... Você dobra e sugere alguma coisa e essa coisa vai... Claro, a gente vai olhar... A gente amplia o horizonte... A gente mostra o que é que tem no mundo... A gente... agora com a internet – Olha! O que é que tem de cestaria no mundo? Tem isso aí... O que é que tem de similares no mundo? É isso aí. O que é que a gente pode fazer de diferente? (...) A dependência é uma coisa que a gente vem brigando o tempo todo para que não aconteça. Embora... é muito fácil você ser solicitada a ser... Vamos dizer assim... A patrocinadora da coisa de uma maneira geral e cria uma relação de dependência... É muito fácil isso, é muito recorrente e a gente briga com isso todo dia."* (ANDRADE, 2014)

Além da abordagem dos aspectos estéticos, simbólicos e funcionais do produto, o laboratório O Imaginário aborda os demais eixos que integram o modelo de intervenção em design. Entre as ações desenvolvidas os artesãos recebem orientações sobre os aspectos comunicacionais e mercadológicos, como por exemplo, a preparação para a participação em feiras e o posicionamento do produto no mercado para que – além do domínio da técnica – passe a existir também o domínio das conjunturas externas ao grupo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Sobre o processo de criação Andrade (2014) relata que mesmo os próprios designers possuem diversas maneiras de abordar a criatividade com base nos mais variados métodos, materiais e ferramentas. Os pesquisadores do laboratório vão construindo seu processo de trabalho junto às comunidades por meio das ações e das experiências vivenciadas, pois as demandas das comunidades podem ir muito além do que a capacitação em design se propõe ou é capaz de solucionar. Conforme as questões vão surgindo os pesquisadores são orientados para – na medida do possível – estimular uma reflexão tendo em vista a mudança de atitude dos indivíduos que integram as comunidades para que estes busquem a resolução de suas próprias problemáticas.

6.5.1.3 Especificidades do contexto e possibilidades de superação

A atuação do laboratório junto aos grupos necessita transpor algumas dificuldades, pois os artesãos nem sempre conseguem se dedicar ao artesanato como único meio de vida, necessitando realizar paralelamente outras atividades de geração de renda para que seja possível continuar com o desenvolvimento de seus artefatos. Nas comunidades geralmente circula pouco dinheiro e na localidade de Pontas de Pedra especificamente há uma maior presença de pessoas no verão, pois se localiza em uma região litorânea, entretanto no inverno não há uma demanda expressiva. Segundo esse panorama, Andrade (2014) sinaliza que a comercialização é um fator que dificulta o desenvolvimento dos projetos, entretanto a coordenadora salienta que a criação do Centro de Artesanato de Pernambuco[23] ajudou muito na exposição e venda das peças produzidas pelos artesãos. Sobre o processo de comercialização é importante destacar o relato a seguir, realizado por Andrade (2014):

> "*E outra coisa... nós somos universidade, nós não comercializamos. Então toda a comercialização é feita por eles mesmos (...). E eles já foram... essas duas comunidades que a gente está trabalhando aqui e no Cabo... eles são Top 100... Eles foram classificados como Top 100*[24]*. A gente fechou e se*

[23] Para mais informações vide http://www.artesanatodepernambuco.pe.gov.br

[24] O prêmio TOP 100 tem a finalidade de "reconhecer e valorizar o trabalho realizado por artesãos de todo o País, selecionando as 100 unidades produtivas mais competitivas do Brasil. Qualidade estética e valor cultural são importantes para a confecção de peças artesanais, porém, o que diferencia o Prêmio SEBRAE TOP 100 (...) é o fato da avaliação ir além destes requisitos e levar em conta outros elementos da cadeia de produção e comercialização do artesanato" (SEBRAE, 2014).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *dedicou... a essas duas comunidades... Aí conseguimos a construção do Centro... estruturou melhor, certo? E iniciamos mais recentemente, há dois anos atrás, em uma comunidade próxima a Pontas de Pedra – essa que eu acabei de contar a história – que também são quilombolas... pela possibilidade de trabalhar em rede. Quer dizer...A gente sempre que... pode... bota para trabalhar em rede. E mulher é mais fácil às vezes do que homem, porque mulher... tem que... uma toma conta de menino... uma outra faz...(...) aí foi mais fácil. No Cabo, a maioria é homem... as vezes é mais difícil, sabe? Mas... a gente tenta sempre juntar... nessa apresentação das feiras eles vão juntos... as capacitações agora mesmo a gente vai ensinar... vai iniciar uma outra capacitação em gestão... eles vão estar juntos."* (ANDRADE, 2014)

Sobre o desenvolvimento específico das intervenções em design, Andrade (2014) ressaltou a formação interdisciplinar da equipe, o que facilita a abordagem dos diversos temas. A coordenadora também destacou a falta de eficácia em disponibilizar o conhecimento quando este não se faz necessário e para que isto não ocorra, os pesquisadores atuam conforme a demanda do grupo participante, pois dessa maneira o conhecimento passa a fazer sentido para os artesãos.

As ações do laboratório são realizadas por meio de visitas agendadas e nessas ocasiões são abordadas as questões mais importantes para o grupo naquele momento. As abordagens podem ser dedicadas ao desenvolvimento de produto e dependendo do andamento pode ser necessário incluir noções sobre gestão em uma mesma etapa.

Com base na avaliação das necessidades também podem ser incluídas noções sobre o melhoramento da qualidade da produção ou sobre o encadeamento dos processos produtivos, entre outros temas. Andrade (2014) relatou que também já foram desenvolvidas máquinas para auxiliar a produção dos artefatos, sendo que algumas delas foram bem aceitas e outras não, deixando de ser utilizadas, mesmo havendo a participação dos grupos no desenvolvimento. Sobre o processo conjunto de criação se destaca o relato a seguir:

> *"Vai dependendo... e tem coisas que a gente... só percebe depois, porque elas são ditas de uma forma, mas sentidas de outra... e aí não acontece. É um processo... é um processo que a gente aprende todo dia (...). Fazer juntos... a história é fazer junto 'mesmo'. É gerar juntos (...). O que acontece lá em Goiana... (...) muito frequentemente elas trazem o projeto... (...) que elas idealizam... – Como é que a gente melhora isso aqui? É... pode acontecer assim e pode não acontecer... mas já aconteceu várias vezes (...) – A gente pensou isso aqui, será que dá certo? Aí a gente diz – Olha, vamos*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *aumentar essa proporçãozinha aqui, que tal se aumentar...? Mas as ideias... elas são... vamos dizer... vem deles... (...) A gente não chega lá com um desenho para que eles venham a fazer, não! E a gente usa várias técnicas para isso... Inclusive um monte de design gráfico... porque eles também tem a parte de design gráfico, né? Tem embalagens e tudo o mais... É... a gente utilizou (...) o método de Lucrecia*[25]*... (...) é uma pesquisa do método do olhar atento... você vai olhar com o olho do outro. Então você faz o seguinte: o cara fotografa (...) no caso esse trabalho foi até o tema de uma (...) uma monografia de graduação... Se definiu alguns temas com eles, eles... com uma máquina fotográfica registraram esses temas... trouxeram... a gente classificou como a gente viu a imagem, confirmou... validou com eles...(...) na realidade quem fez foi o designer gráfico. Discutiu... eles falaram sobre... e as estampas foram geradas a partir desses... inputs... E aí você entra com a parte mais técnica de padronagem e tal..."* (ANDRADE, 2014)

Conforme o relato da coordenadora verificou-se que os processos de projeto são bastante longos e demorados, pois algumas comunidades já estão realizando um trabalho conjunto com o laboratório acerca de dez anos. Uma das dificuldades encontradas consiste na falta de financiamento contínuo para trabalhar com as comunidades durante todo o período considerado necessário para o desenvolvimento do projeto. Em alguns períodos o ritmo de trabalho é diminuído, entretanto o laboratório não deixa de assistir a comunidade e sempre se dispõe a auxiliar na resolução de suas demandas.

Segundo Andrade (2014) a intensidade de execução do projeto passa a ser determinada pela captação de recursos, pois a universidade cede o espaço e o trabalho dos profissionais e dos alunos, entretanto não disponibiliza recursos financeiros para subsidiar os projetos. Deste modo são buscados recursos oriundos de entidades públicas e privadas para o financiamento das propostas. O laboratório O Imaginário também presta serviços para empresas privadas, sendo que este trabalho por muitas vezes sustentou as iniciativas desenvolvidas nas comunidades e forneceu condições para a manutenção da equipe de projeto. Partindo dessas considerações a coordenadora define a competência e objetivo central do laboratório, conforme a narrativa destacada na sequência:

> *"(...) É o design... mas a serviço da sustentabilidade... entendida no âmbito social, ambiental e econômico... e cultural."* (ANDRADE, 2014)

[25] A entrevistada se refere ao Método do Olhar Periférico. Vide: FERRARA, Lucrecia D'Alessio. Olhar Periférico. Editora da Universidade de São Paulo: São Paulo, 1993.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

O atendimento prolongado às comunidades permite que se desenvolvam novas propostas e novos posicionamentos com base no amadurecimento dos grupos e de suas novas demandas. Neste sentido, novas parcerias vão sendo estabelecidas entre empresas privadas e comunidades com a finalidade de associar o ensino, à pesquisa e à extensão, visando promover ações em rede que propiciem um maior desenvolvimento local, conforme relata Andrade (2014):

> *"(...) Você tem que inovar... e outra coisa, às vezes tem uma questão técnica que precisa... de produto... que precisa... do Cabo, por exemplo, que é a questão da extração do barro, que é um problema grande... e aí tem que ver como é que faz. Eles não têm como resolver... está atrelado a empresas nas áreas que tem as jazidas... A gente usa também uma... usa a instituição 'universidade' para abrir algumas portas junto a outros (...) possíveis parceiros. E sábado inclusive... agora a gente está inscrito em um conselho gestor formado por eles... artesãos... o grupo representante lá (...) e um conjunto de empresas que são parceiras. Porque tem no caso... (...) de pesquisa a Roca, que é uma indústria de cerâmica... tem um resíduo... este resíduo a gente pode usar misturado com o barro para fazer a barbotina. A gente tem uma pesquisa nessa área, já viu que pode fazer aí, o quê... a Roca fornece o resíduo... Então a gente atrela a pesquisa à extensão. Pesquisa aplicada..."* (ANDRADE, 2014)

A grande dificuldade de trabalho com os grupos, relatada por Andrade (2014) é a questão da inserção do pensamento em gestão, porque para os indivíduos oriundos das comunidades "ser um artesão e um gestor é um desafio". Por outro lado, desenvolver capacidades e habilidades nos indivíduos para atuarem como gestores é um trabalho lento e dificultoso, frente à falta de preparo das comunidades. Esse processo necessita ocorrer a partir de uma iniciativa individual, pois de modo geral os sujeitos são artesãos focados no desenvolvimento de artefatos e em algumas situações os pesquisadores têm que enfrentar e superar inclusive o analfabetismo. Andrade (2014) ressalta que o laboratório enfrenta uma condição histórica de dependência, principalmente na região Nordeste. A ideia de que o Estado ou o "Senhor" é o provedor (referindo-se aos senhores de engenho) ainda está enraizada nos pensamentos e ações coletivas dos habitantes da região.

> *"A gente briga com uma história... – Não, eu vou fazer o meu negócio! (...) E tem pessoas com competência pra isso, mas não tem instrumentos... mas não tem formação... Então é preciso haver uma... não sei... uma palavra...*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *uma transferência ou uma apropriação... de tecnologia para que esse pessoal tenha os instrumentos e possa operar... nesse sentido que a gente trabalha. De que tudo o que a gente gera, gera junto com eles... para que eles possam de fato entender e usar."* (ANDRADE, 2014)

O principal aspecto positivo relatado pela coordenadora no trabalho desenvolvido junto às comunidades é o design como processo de criação. Segundo Andrade (2014) os grupos apresentam muita facilidade para trabalhar com o desenvolvimento de produto, pois dominam os materiais e as técnicas e também porque, com a criação de artefatos, o design torna-se "palpável". Assim, essa etapa se apresenta como a mais simples de ser implantada e para a qual os grupos apresentam menos resistência nos processos de aprendizagem e capacitação.

Figura 26 – Cestaria desenvolvida pelo grupo Cana-Brava de Pontas de Pedra (PE)

Fonte: SEBRAE (2009) e O Imaginário (2013)

Segundo o relato da coordenadora, quando os pesquisadores levam referências ou levam os grupos em exposições que apresentem produtos, eles se sentem realizados. Andrade (2014) reforça que os processos de gestão e os processos de produção são mais complicados, pois a mudança na forma de produzir algo é confrontada com uma resistência natural das comunidades.

> *"Mas eu diria... a maior é gestão porque se você tem essa (...) a formatação de onde você quer chegar... seu projeto coletivo mais um plano, o planejamento estratégico. A gente lida com... trabalha com eles com todos esses conceitos, tá? (...) não dizendo assim, mas fazendo isso. Se a gente consegue isso essa coisa vai, sabe... Agora isso precisa ter um cara com 'habilidades' de gestor, que às vezes... que a maioria das vezes não tem.*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *Não tem... não consegue lidar com conflito... não sabe negociar com as diferenças... não tem as ferramentas, não está alertado...”* (ANDRADE, 2014)

A percepção do valor dos produtos e sua precificação também é um processo complicado para as comunidades, pois conforme relatado por Andrade (2014) a necessidade vem em primeiro lugar. Por muitas vezes os artesãos desqualificam seu produto acreditando que não vai ser possível vender por um determinado preço, considerado alto demais segundo seu próprio ponto de vista. A coordenadora explicita que a partir do andamento do projeto e com o amadurecimento das comunidades produtoras essas ideias tendem a mudar. Já são verificadas algumas transformações na percepção dos produtos pelos artesãos e esse fato se reflete em uma maior valorização dos artefatos e também na ampliação da lucratividade.

Segundo Andrade (2014) o projeto tem promovido diversas melhorias para os indivíduos e para suas localidades. Como exemplo é possível citar: a ampliação do uso da Internet, a manutenção de diálogos com clientes de outros estados, a mudança de comportamento e posicionamento em feiras, a ampliação da comercialização dos produtos, as viagens realizadas para o recebimento de prêmios e mais uma série de acontecimentos que representam uma grande transformação para as comunidades produtoras.

Atualmente o laboratório está desenvolvendo projetos com sete grupos, sendo que esta quantidade em certas épocas pode variar para mais ou para menos. Sobre a especificação mais detalhada do processo de intervenção de design que o laboratório utiliza, Andrade citou como exemplo o eixo estratégico da comunicação, conforme o trecho da narrativa exposto a seguir:

> *“A comunicação tem dois caminhos... o caminho para dentro e o caminho para fora... eu diria. O caminho para dentro é a comunicação entre eles. Então... desde fazer uma reunião, anotar, ter uma pauta... certo? E no final do ano fazer uma avaliação... e tá, tá, tá... então todo esse... essa história que está por trás que depende da comunicação, certo? E tem a parte... para fora... a comunicação com o cliente e como comunicar o produto... então ele tem embalagem, ele tem marca, ele sabe como se portar numa feira, ele sabe como abordar um cliente... como dizer o valor do produto dele, negociar, entendeu? – Porque o meu produto é diferente do produto que vem da China? Isso eles sabem fazer... (...) A área de design... tem a parte*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

> *de design gráfico, a gente faz isso com eles (...) discute, muda..."* (ANDRADE, 2014)

Fundamentando-se nessas ideias Andrade (2014) salienta que a proposição de soluções efetivas em design necessita ser negociada e sustentada com informações e argumentos. Assim, o conceito de negociação e mediação é trazido constantemente para sala de aula para que os designers projetem a partir de toda a informação coletada, tendo consciência de que a solução proposta é construída e fundamentada segundo um ponto de vista, um olhar, mas que não existe uma única solução para o problema.

6.6 Análise de conteúdo das entrevistas realizadas com os coordenadores dos laboratórios de pesquisa e desenvolvimento em design

A interpretação das entrevistas realizadas com os coordenadores foi efetuada a partir do método de análise de conteúdo, pois este procedimento permite analisar os relatos de modo mais aprofundado. As entrevistas foram gravadas e transcritas pelo pesquisador, pois a etapa de transcrição contribui para a realização de uma exploração prévia do material.

O planejamento, realização e análise das entrevistas ocorreram em quatro fases, conforme descrição a seguir: i) Definição dos objetivos da entrevista e elaboração de roteiro semiestruturado; ii) Realização da entrevista; iii) Transcrição e exploração prévia do material e iv) Análise de conteúdo das entrevistas.

As entrevistas foram efetuadas durante a visita realizada nos laboratórios de pesquisa, com exceção da entrevista com a coordenadora do laboratório O Imaginário, que foi realizada em plataforma *online*. A estruturação dos assuntos para a composição do roteiro foi efetuada a partir dos temas a serem investigados e de perguntas-chave que apresentam o objetivo de direcionar a conversação.

A realização das entrevistas teve a finalidade de investigar o modo de implantação de estratégias em design nos empreendimentos econômicos e as principais potencialidades e dificuldades percebidas pelos pesquisadores durante a realização destas ações. As entrevistas foram gravadas, transcritas e analisadas a partir de definições temáticas ou "unidades de significação" propostas por Bardin

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

(2011). Os temas são unidades de significação determinadas conforme os critérios teóricos que orientam a análise das mensagens (BARDIN, 2011:135).

Com a finalidade de interpretar os relatos obtidos nas entrevistas de modo mais aprofundado foram elaboradas as definições temáticas de acordo com as questões centrais a serem esclarecidas. O Quadro 19, a seguir apresenta os temas definidos para análise das entrevistas.

Quadro 19 – Temas norteadores da análise de conteúdo das entrevistas realizadas com os coordenadores dos laboratórios de design

PRINCIPAIS TEMAS NORTEADORES PARA ANÁLISE DAS PRÁTICAS DOS LABORATÓRIOS DE PESQUISA	
1. Objetivos	7. Estratégias na dimensão simbólica
2. Método	8. Estratégias na dimensão econômica
3. Ferramentas	9. Papel do designer
4. Resultados esperados	10. Perfil do público atendido
5. Estratégias na dimensão ambiental	11. Principais potencialidades
6. Estratégias na dimensão sociopolítica	12. Principais dificuldades

Fonte: Autoria própria

Com base nesse quadro temático foram estabelecidos os eixos norteadores para a realização da análise de conteúdo das práticas realizadas pelos laboratórios de pesquisa. Segundo Bardin (2011) a estratégia de categorização das informações em grandes temas permite a classificação e o agrupamento dos elementos mediante a conexão entre seus aspectos comuns, de acordo com seu surgimento nas narrativas.

6.7 Considerações sobre as entrevistas: horizontes e fronteiras entre a teoria e a prática

A realização das entrevistas propiciou uma aproximação com as diferentes realidades vivenciadas pelos laboratórios de pesquisa. Embora os propósitos das iniciativas desenvolvidas sejam similares foi possível vislumbrar as singularidades existentes nas reflexões e nos diferentes modos de abordagem frente ao processo de projeto. De acordo com o estudo realizado cada um dos laboratórios promove iniciativas conforme as possibilidades e demandas existentes em seu entorno,

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

propondo modelos específicos para ampliar a acessibilidade e a integração dos processos de design nos empreendimentos populares. Os objetivos se fundamentam principalmente na ampliação das melhorias sociais, ambientais e econômicas dos empreendimentos e das localidades em que se encontram.

Um dos aspectos comuns observados nos casos analisados consiste na importância atribuída à ampliação da colaboração e participação entre os pesquisadores e os grupos produtivos. Verificou-se que os laboratórios buscam ampliar a autonomia e fortalecer os grupos participantes desenvolvendo soluções em espaços coletivos de discussão. A seguir são estabelecidos os principais modos de abordagem teóricos e práticos formulados pelo LABDIS (UFRJ).

Quadro 20 – Principais eixos norteadores das iniciativas do LABDIS

PRINCIPAIS EIXOS NORTEADORES DAS INICIATIVAS DO LABDIS	
Objetivos	- Estudar e implantar estratégias em design > soluções viáveis > econômicas, sociais e ambientais - Design e inovação> desenvolvimento humano como fator central > desenvolvimento local sustentável
Resultados esperados	- Integração do pensamento em design no processo de formação dos empreendedores - Sistemas de produtos e serviços > oferta de funcionalidades - Transformações no contexto de vida > ampliação do poder de transformação social dos atores - Propiciar o aprendizado autônomo dos processos de design > habilitar os empreendedores para a solução de problemas - Interação entre os participantes e formação de redes > disseminação do design em processos horizontalizados - Formação de capacidades e habilidades dos discentes para atuar na área social
Método	- Levantamento do contexto - Planejamento da ação > mapeamento e personalização de cenários - Implantação no contexto real
Ferramentas	- Ferramentas de codesign - Ferramentas visuais - Uso de linguagem acessível - Material didático específico
Estratégias na dimensão ambiental	- Integração com o contexto - Interações socioambientais > fortalecimento da sustentabilidade dos processos
Estratégias na dimensão sociopolítica	- Soluções coletivas para demandas comuns - Construção de um espaço interativo e solidário > compartilhamento de experiências - Fortalecimento e capacitação dos atores sociais > processo participativo - Promoção da autonomia dos empreendimentos econômicos - Desenvolvimento de parcerias e redes

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

PRINCIPAIS EIXOS NORTEADORES DAS INICIATIVAS DO LABDIS	
Estratégias na dimensão simbólica	- Indivíduos como tradutores e solucionadores de suas próprias necessidades - Preservação da identidade e da cultura local - Compartilhamento de conhecimentos > valorização dos saberes dos participantes - Resgate da origem do empreendimento > construção de identidade
Estratégias na dimensão econômica	- Compreensão e mapeamento estratégico do empreendimento - Inserção do design como estratégia de negócio - Posicionamento do empreendimento nos sistemas de produção > análise do mercado > construção de cenários futuros - Participação e envolvimento ativo do empreendedor no negócio > compreensão do design e de seu modo aplicação no empreendimento
Papel do designer	- Articulador, mediador e integrador - As experiências em campo capacitam e habilitam a formação social do designer - Facilitador dos processos de interação > formação realizada de modo participativo
Perfil do público	- Associações, cooperativas e empreendimentos econômicos populares - Grupos sociais e comunidade do entorno - Indivíduos com educação formal em nível fundamental até o nível superior
Principais potencialidades	- Aumento da autoconfiança dos empreendedores > compreensão das demandas - Incorporação do design nas estratégias e parcerias > aplicação do aprendizado - O design possui etapas acessíveis para não designers - Construção de novos horizontes de trabalho para os profissionais em design - Grande capacidade dos empreendedores em criar um negócio - Facilidade de organização a partir de sua estrutura familiar e de sua vizinhança - Familiaridade dos empreendedores com seus pares e com seu próprio contexto
Principais dificuldades	- Questões psicológicas e comportamentais > que vão além da capacidade de interferência dos designers - Nível variável de compreensão dos processos de design - A escassez de recursos financeiros é percebida como barreira por parte dos empreendedores

Fonte: Autoria própria

O laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade integra diversos projetos que apresentam a finalidade de disseminar o pensamento em design em ações tangíveis que promovam benefícios para as pessoas e para o ambiente, conforme é possível observar no Quadro 20. Analisando os procedimentos adotados no projeto Design em Empreendimentos Populares verificou-se que os pesquisadores e estudantes atuam diretamente no processo de formação dos empreendedores, buscando integrar uma visão estratégica de design ao processo de planejamento do negócio e ao projeto de produtos e serviços.

O enfoque prioritário desse laboratório se baseia na ampliação das possibilidades produtivas dos grupos, pois com base no delineamento do cenário atual e futuro os empreendedores conseguem identificar oportunidades que vão além da produção orientada para os produtos físicos. As oportunidades

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

identificadas podem incluir o desenvolvimento de serviços ou até mesmo de sistemas focados nas funcionalidades que a associação entre produtos e serviços pode propiciar.

Para atingir esses resultados a equipe do LABDIS parte da premissa que o aprendizado dos processos de design necessita fundamentar-se na autonomia dos participantes, disponibilizando conhecimentos, oportunidades e ferramentas, a fim de habilitar os empreendedores para a resolução de seus próprios problemas, sem criar vínculos de dependência. O método utilizado é participativo e horizontalizado, baseado em um material didático específico, contendo ferramentas interativas e visuais que oportunizam uma melhor compreensão dos processos.

As estratégias implantadas na capacitação dos empreendedores integram ações que abrangem todas as dimensões do desenvolvimento local. Conforme foi abordado nos Capítulos 2 e 3, esta abrangência torna-se primordial para que as iniciativas populares se sustentem e promovam ações em prol dos grupos produtivos e de suas regiões.

O perfil do designer é um fator-chave para ampliar o potencial das iniciativas do laboratório, pois a atuação dos estudantes e profissionais em design fundamenta-se em processos de articulação, mediação e integração, buscando materializar as demandas e as soluções identificadas pelo grupo. Esse processo busca capacitar e formar os estudantes de design, provendo experiências na área social e desenvolvendo a habilitação necessária para atuar nos setores sociais.

O Quadro 21 a seguir apresenta os principais eixos que orientam as iniciativas desenvolvidas pelo Núcleo de Gestão de Design (UFSC).

Quadro 21 – Principais eixos norteadores das iniciativas do NGD

PRINCIPAIS EIXOS NORTEADORES DAS INICIATIVAS DO NGD	
Objetivos	- Investigar, aplicar e disseminar o design e a ergonomia como ferramentas estratégicas para as organizações - Foco na competitividade, diferenciação e sustentabilidade > produtos e serviços - Implantação e suporte de conhecimentos em design e gestão de design em grupos produtivos de pequeno porte > fomento ao desenvolvimento local
Resultados esperados	- Compreensão da usabilidade dos produtos e serviços - Compreensão dos fatores que influenciam a eficiência e a eficácia do design como fator estratégico nas organizações - Ampliação da diferenciação, da competitividade e da sustentabilidade - Inovação em produtos, serviços e processos fundamentada em um modelo participativo de gestão de design

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

PRINCIPAIS EIXOS NORTEADORES DAS INICIATIVAS DO NGD	
Método	- Etapas: verificação de oportunidades; prospecção; levantamento de dados; organização e análise; criação; execução; viabilização e verificação - Desenvolvimento de estratégias a partir da análise do contexto social, cultural, econômico e ambiental > diagnóstico > níveis estratégicos, táticos e operacionais - Método fundamentado na competitividade, diferenciação e sustentabilidade - Abordagem sistêmica, integrada e participativa - Apresentação do pensamento em design > parte do mais simples para o mais complexo
Ferramentas	- Ferramentas visuais > linguagem acessível e usual para os participantes - Aplicação prática em empreendimentos > variados setores produtivos
Estratégias na dimensão ambiental	- Desenvolvimento de melhorias a partir das demandas - Inovação dos produtos > promoção a valorização das regiões, dos produtos locais e da agricultura familiar > ênfase em novas modalidades de uso - Redução dos custos ambientais de produção - Inserção dos requisitos da sustentabilidade no projeto
Estratégias na dimensão sociopolítica	- Vínculos de participação e pertencimento no desenvolvimento dos projetos - Colaboração e integração entre os atores envolvidos > processo de sensibilização, encontros e visitas - Construção de reflexões coletivas - Fortalecimento de capacidades e habilidades associativas e de gestão
Estratégias na dimensão simbólica	- Identificação cultural com o produto > aproximação entre saber tradicional e o saber especializado > diferenciação do produto > ampliação de valor - Identidade, marca, embalagem > reconhecimento e proteção legal > denominação geográfica e identificação de origem - Levantamento histórico > resgate da identidade e valores primordiais > reposicionamento do grupo produtivo na localidade à qual pertence
Estratégias na dimensão econômica	- Esclarecimento e conscientização sobre os aspectos normativos e legais - Capacidade instalada de produção e distribuição > melhoria operacional dos processos > quantidade e qualidade da matéria-prima disponível - Identificação dos principais pontos fortes e fracos > pesquisa de mercado para verificar a aceitação dos produtos > ampliação da qualidade dos produtos > parte dos aspectos operacionais para os estratégicos - Visão estratégica amplia as possibilidades de atuação frente ao mercado > ampliação da competitividade - Reposicionamento dos produtos e serviços desenvolvidos - Assessoramento por outras instituições (ex.: EPAGRI, SEBRAE, etc.) - Direito e Design > aspectos jurídicos - Melhoria das condições de trabalho e da ampliação de renda - Informação ao consumidor > características de origem e propriedades nutricionais
Papel do designer	- Abordagem participativa centrada no usuário - Incorporação de melhorias em âmbito estratégico, tático e operacional - Materialização das necessidades e demandas > produtos, serviços e processos - Execução dos projetos por profissionais ou estudantes da área de design - Intervenção em design como solução para os problemas identificados nas localidades

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

PRINCIPAIS EIXOS NORTEADORES DAS INICIATIVAS DO NGD	
Perfil do público	- Cooperativas e grupos produtivos de pequeno porte e de agricultura familiar - Empresas e instituições - Atende grupos organizados > com produção e comercialização estabelecidas - Os participantes apresentam objetivos realistas com enfoque prático - Sentem-se à vontade para opinar, mas preferem não desenvolver a representação das ideias - Os indivíduos não se sentem preparados ou motivados para gerir seu empreendimento
Principais potencialidades	- Contribuições no âmbito acadêmico e nas esferas sociais, econômicas e ambientais - Aprimoramento e construção do modelo de inserção de design nas dimensões do ensino, da pesquisa e da extensão - Promoção e aproximação dos alunos e pesquisadores com as diversas categorias de empreendimentos econômicos - Melhora dos resultados financeiros dos grupos produtivos após a inserção design
Principais dificuldades	- Dificuldade em atingir os resultados econômicos esperados pelos participantes - Fragilidade das experiências iniciadas pelas ações estratégicas e de planejamento - Dificuldade de equilíbrio das relações de poder nos grupos produtivos - Falta de participação e compartilhamento fragiliza o processo - Pesquisas em design são muito idealistas > na prática não atingem os resultados idealizados - Problemas na conversão do conhecimento tradicional em produtos com os quais o grupo se reconheça e estabeleça vínculos de pertencimento - Dificuldade de tempo e recursos para a realização dos projetos acadêmicos

Fonte: Autoria própria

Os principais interesses do NGD estão centrados na ergonomia e no design como ferramenta estratégica para as organizações. O Núcleo possui um método de desenvolvimento de projeto estruturado em três aspectos centrais: a competitividade, a diferenciação e a sustentabilidade, que fundamentam o desenvolvimento de produtos, serviços e processos. Além do enfoque na ergonomia, uma das principais atuações do núcleo consiste na implantação e no suporte de conhecimentos em design e gestão de design em grupos produtivos de pequeno porte.

As iniciativas efetuadas nesta área buscam desenvolver melhorias em produtos, serviços e processos, conjuntamente com os produtores. A integração do design se fundamenta em uma abordagem participativa que se inicia com a sensibilização dos atores envolvidos, sendo realizada em diversos encontros e visitas. A sensibilização que ocorre durante o início dos projetos visa aproximar e estreitar os vínculos entre os pesquisadores e os participantes, propiciando subsídios para a composição de uma análise do contexto social, cultural, econômico e ambiental da comunidade.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Os pesquisadores preocupam-se em articular relações horizontalizadas e estabelecer uma linguagem acessível, apresentando os conceitos de design a partir das aplicações mais reais para as mais abstratas. Este modelo busca situar os atores no centro do processo de desenvolvimento de produtos, priorizando assim o projeto centrado no usuário.

De acordo com a as informações identificadas na entrevista verificou-se que o NGD desenvolve estratégias que promovem o desenvolvimento em todas as dimensões do local, mas a dimensão econômica concentrou uma quantidade maior de estratégias. A predominância dos aspectos econômicos é respaldada pelo enfoque na valorização dos produtos e na competitividade, que promovem uma maior evidência desses atributos. Por outro lado esse enfoque atende aos objetivos práticos e realistas dos participantes, baseados em metas de ampliação dos resultados financeiros.

Devido ao perfil dos produtores, seu contexto de vida e as especificidades do método, o NGD busca inicialmente observar e mapear as opiniões e demandas para que posteriormente as soluções sejam materializadas pelos profissionais e estudantes em design que integram a equipe do laboratório. Essa etapa apresenta um grande desafio para os designers, pois necessitam obter um perfeito entendimento dos saberes tradicionais, tendo em vista a conversão desses saberes em produtos com os quais o grupo se reconheça e estabeleça vínculos de pertencimento.

A entrevista realizada com a coordenadora do laboratório O Imaginário (UFPE) também seguiu o modelo de análise de conteúdo proposto, conforme demonstra o Quadro 22 a seguir.

Quadro 22 – Principais eixos norteadores das iniciativas do O Imaginário

PRINCIPAIS EIXOS NORTEADORES DAS INICIATIVAS DO O IMAGINÁRIO	
Objetivos	- Ações para atender as demandas relativas à produção artesanal e industrial > participação de estudantes e profissionais de diversas áreas > integração dos segmentos de extensão, ensino e pesquisa - Ações e experiências estratégicas para o desenvolvimento local e inclusão social > desenvolvimento sustentado das comunidades > transformação social - Integração do design de modo global a serviço da sustentabilidade > social, ambiental, econômica e cultural > design gráfico, de produto e gestão de design

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

PRINCIPAIS EIXOS NORTEADORES DAS INICIATIVAS DO O IMAGINÁRIO	
Resultados esperados	- Atendimento às comunidades que produzem artesanato tradicional e não tradicional > promoção da atividade artesanal como um meio de vida sustentável - Design como suporte e/ou promotor do desenvolvimento social > integração entre designers e artesãos em processos colaborativos - Ampliação do sentido de pertencimento dos grupos produtivos a partir do exercício de seu ofício em sua própria localidade
Método	- Método multidisciplinar > organizado e aprimorado a partir da análise, avaliação e revisão das experiências > sistematização do processo de intervenção em design - Modelo de intervenção em design > enfoque sistêmico > visão global em design elaborada a partir da realidade dos participantes - Baseado em eixos principais > design, comunicação, mercado, produção e gestão > testado e implantado em diversos tipos de grupos produtivos - Etapas e processos adaptáveis ao perfil das comunidades e fases de organização e mobilização > replicação em grupos populacionais diversificados - Modelo interdisciplinar > permite o compartilhamento e a integração entre os diversos atores do projeto - Método construído com os participantes e para os participantes >de acordo com sua realidade - Diretriz fundamental > "ouvir" e "entender" o que a comunidade está querendo dizer > compreender a grande história daquela comunidade
Ferramentas	- Processos e ferramentas variam de acordo com a realidade e com o contexto - Geração do plano a partir do diálogo e da integração dos pesquisadores com a comunidade > aproximação, realização de visitas e capacitação - Uso de ferramentas variadas advindas da metodologia de design > integração de métodos e ferramentas multidisciplinares
Estratégias na dimensão ambiental	- Identificação do contexto > respeitar aos valores ambientais - Melhoria da utilização de recursos naturais - Abordagens sobre o desenvolvimento de produtos > melhoria da qualidade da produção > melhoria dos processos produtivos
Estratégias na dimensão sociopolítica	- Parcerias com instituições de fomento, públicas e privadas - Desenvolvimento de práticas mais participativas e integradas - Formação, integração e fortalecimento dos grupos > incentivo à autonomia e ao estabelecimento de acordos coletivos - Desenvolvimento de redes entre a universidade, empresas privadas e comunidades > associação entre ensino, pesquisa e extensão > desenvolvimento local
Estratégias na dimensão simbólica	- Compreensão da história da comunidade > respeito aos valores socioculturais - Conscientização do valor do produto e de sua história > mapeamento de habilidades e potencialidades > atribuição de valor aos artefatos regionais > sensibilização da opinião pública - Produtos como representação simbólica do local e de sua história > abordagem dos aspectos estéticos, simbólicos e funcionais - A comunidade e os artefatos como foco principal do projeto > projeto voltado à identidade do grupo - Valorização do saber popular, das tradições, dos valores sociais e culturais das comunidades > ampliação da autoestima

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

PRINCIPAIS EIXOS NORTEADORES DAS INICIATIVAS DO O IMAGINÁRIO	
Estratégias na dimensão econômica	- Ações estratégicas para integrar as esferas locais e nacionais - Atividade econômica para a melhoria do bem estar das famílias envolvidas > remuneração justa > equidade social - Melhoria dos processos de produção e das condições de trabalho > ampliação do valor do trabalho > exposição em feiras - Desenvolvimento de parcerias com segmentos específicos do mercado - Domínio das conjunturas externas ao grupo> orientações sobre os aspectos comunicacionais e mercadológicos > reposicionamento dos produtos no mercado - Planejamento estratégico > capacitação em gestão
Papel do designer	- Aprendizado em design construído com base nas ações e experiências vivenciadas - Formulação de um projeto coletivo > continuamente construído de acordo com as diferentes demandas > negociação e mediação - Ações conjuntas e horizontalizadas > esforço para promover autonomia e não gerar dependência - Atuação conforme as demandas do grupo participante > com a necessidade o conhecimento passa a fazer sentido para os artesãos - Prover ferramentas para a mudança de atitude dos indivíduos em busca da resolução de suas próprias problemáticas - Parte técnica desenvolvida por profissionais em design
Perfil do público	- Setores industrial e artesanal - Comunidades artesãs e quilombolas - As ideias são desenvolvidas pelos participantes > facilidade para trabalhar com o processo de criação > domínio dos materiais e das técnicas - A gestão do próprio negócio é um desafio para os indivíduos oriundos das comunidades
Principais potencialidades	- Projetos focados em grupos menores geram resultados mais efetivos - Autonomia e liderança > os grupos passam a se desenvolver de modo mais autônomo quando algum indivíduo se destaca como líder - Centro de Artesanato de Pernambuco promove a exposição e venda das peças produzidas pelos artesãos - Possibilidade de trabalho em rede - Processos de projeto longos e demorados > permite novas propostas e novos posicionamentos > amadurecimento dos grupos e construção de novas demandas - Com o tempo ocorre uma maior valorização dos artefatos e a ampliação da lucratividade - Desenvolvimento de novas habilidades e capacidades nos indivíduos e grupos > gera grande transformação para as comunidades

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

PRINCIPAIS EIXOS NORTEADORES DAS INICIATIVAS DO O IMAGINÁRIO	
Principais dificuldades	- Heterogeneidade do grupo> características e interesse > falta de sentido coletivo e de pertencimento - Trabalho desenvolvido com grande quantidade de indivíduos e grupos resulta na evasão dos participantes > não atinge resultados significativos - Necessidade de apoio efetivo dos municípios e envolvimento legítimo da governança local > falta de financiamento continuado - A intervenção isolada da universidade não tem forças para o planejamento, a execução e o subsídio de ações de grande envergadura - O grupo de designers não tem ferramentas para gerar as qualidades de liderança necessárias para o desenvolvimento autônomo do grupo > características são difíceis de serem construídas - As demandas das comunidades podem ir muito além do que a capacitação em design é capaz de solucionar > o laboratório enfrenta uma condição histórica de dependência - Demandas sazonais dificultam a comercialização dos produtos > o artesanato nem sempre é a única fonte de renda dos artesãos - Os grupos têm dificuldades para perceber o valor dos produtos e estabelecer sua precificação

Fonte: Autoria própria

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

O laboratório O Imaginário desenvolve ações para promover o design nas esferas industriais e artesanais de acordo com uma perspectiva ampliada de projeto, que inclui os aspectos culturais, sociais, ambientais, econômicos da sustentabilidade. Esse enfoque busca estimular o desenvolvimento local por meio dos processos de inclusão e transformação social e do fortalecimento sustentado das comunidades. As iniciativas se estruturam em ações que integram os segmentos de extensão, ensino e pesquisa, auxiliando a formação de estudantes e oportunizando a participação de profissionais de diversas áreas do conhecimento.

As ações desenvolvidas junto aos grupos de artesãos buscam fortalecer a atividade artesanal a fim de propiciar um modo de vida mais digno e prover melhorias nas condições de trabalho e ampliação da renda. Devido às condições particulares de dependência histórica das comunidades, os designers e demais pesquisadores têm papel fundamental no processo formativo dos indivíduos e grupos.

Para desenvolver grupos bem estruturados um dos principais desafios consiste na formulação de um projeto coletivo, continuamente construído de acordo com as necessidades e demandas. Diante do exposto, os designers atuam como mediadores, provendo ferramentas para que os indivíduos desenvolvam as soluções para suas próprias problemáticas, para tanto, estes profissionais

necessitam estar dispostos a ouvir e entender verdadeiramente a história de cada uma das comunidades.

O modelo de intervenção em design proposto pelo laboratório foi construído com base na análise, avaliação e revisão das experiências realizadas nos contextos locais. Sua estrutura se fundamenta em cinco eixos principais: design, comunicação, mercado, produção e gestão. Esses eixos integram princípios multidisciplinares em suas etapas e processos, que são adaptáveis aos diferentes perfis e fases organizacionais em que se encontram as comunidades produtoras.

O modo colaborativo de implantação deste modelo busca uma interação continuada, por meio de encontros e visitas que vão definir as ferramentas apropriadas para a realização do trabalho junto ao grupo produtivo. Este modelo também valoriza o indivíduo e amplia sua consciência crítica, pois propicia o reconhecimento dos saberes, habilidades e competências de cada um dos envolvidos e cultiva o respeito pelas diferentes culturas e identidades, fortalecendo a autoestima e ampliando a autonomia dos artesãos. No Quando 22 é possível observar que as estratégias desenvolvidas abrangem todas as dimensões do local, o que fortalece e sustenta as iniciativas desenvolvidas.

A análise dos três laboratórios de pesquisa apresentou um importante aspecto em comum que consiste em uma visão ampliada dos processos de design, pois os projetos não estão atrelados somente ao desenvolvimento material dos produtos e não se fundamentam somente na solução de problemas de ordem física, mas envolvem a intencionalidade da ação humana e o contexto das relações políticas e sociais em uma reconfiguração continuada entre a teoria e a prática.

As diferenças entre as abordagens se legitimam pelo fato de serem elaboradas para atender grupos distintos, que vivem e trabalham em regiões com características sociais, ambientais e econômicas heterogêneas e, portanto apresentam diferentes expectativas e necessidades. Por meio da análise realizada constatou-se que as iniciativas são coesas em seus propósitos e, embora apresentem diferenças nos modos de intervenção em design, buscam atingir resultados semelhantes de autonomia, diferenciação dos produtos e fortalecimento das atividades produtivas.

Em linhas gerais os modelos apresentados possuem estruturas similares que se iniciam com uma análise da organização e do contexto, baseada em processos participativos que congregam designers e não designers (usuários, produtores,

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

fornecedores, etc.). Com base em um mapeamento inicial os laboratórios iniciam os processos de suporte aos produtores para o desenvolvimento de novos produtos ou para o reposicionamento e valoração dos produtos existentes. Os modelos desenvolvidos pelos laboratórios de pesquisa podem ser utilizados integralmente ou em partes, o que permite a escolha das etapas e das ferramentas mais adequadas, de acordo com as necessidades específicas dos grupos produtivos atendidos.

A quantidade de atores envolvidos também pode variar, sendo possível desenvolver os modelos com um pequeno grupo ou com todos os integrantes da cadeia produtiva, porém o aumento da quantidade de participantes pode ampliar a complexidade e dificultar o processo de mediação entre os atores. A análise desses modelos permite inferir que suas abordagens são orientadas prioritariamente para atender aos diferentes perfis dos grupos produtivos. Esta adaptação torna-se possível devido à relativa modularidade das etapas e processos, que podem ser alterados de acordo com as necessidades e expectativas do grupo atendido. Assim, os modelos podem ser orientados para o desenvolvimento de produtos, serviços, processos, infraestrutura, rede de atores e também para os aspectos referentes à viabilidade social, ambiental e econômica do sistema.

As principais potencialidades identificadas se referem à ampliação das melhorias sociais, econômicas e ambientais para os grupos produtivos, que também propiciam transformações em suas localidades. No âmbito acadêmico de ensino, pesquisa e extensão as iniciativas promovem a formação de um perfil profissional habilitado para atender às demandas sociais, ampliando os horizontes de trabalho dos profissionais e estudantes em design,

As principais dificuldades relatadas pelos laboratórios de pesquisa para o desenvolvimento de ações junto aos grupos produtivos concentram-se na necessidade de um maior apoio e envolvimento das governanças locais e entidades mantenedoras, com a finalidade de prover um suporte financeiro mais adequado e ações políticas mais efetivas. Durante o desenvolvimento do projeto junto aos grupos produtivos os principais problemas identificados podem ser sintetizados nos fatores de ordem pessoal ou social, que vão além da capacidade técnica e profissional dos pesquisadores. Como por exemplo, os fatores psicológicos e comportamentais, as disputas de poder ou a falta de liderança nos grupos, motivos que podem interferir nos resultados atingidos pelos grupos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA

Outros fatores que dificultam o trabalho e necessitam de um esforço continuado para sua superação podem ser sumarizados como: a heterogeneidade de conhecimento e interesses dos participantes; barreiras na comercialização de produtos por demandas sazonais; dificuldade de valoração dos produtos e sua precificação; promover o entendimento adequado dos conceitos de design e sua aplicação (do modo mais simples para o mais complexo); promover a colaboração e a integração entre os participantes; reduzir as expectativas idealizadas que permeiam as pesquisas acadêmicas, buscando resultados práticos que impactem o cotidiano das pessoas e propiciem melhorias efetivas em seus modos de vida.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1011908/CA