



DESIGN EM EMPREENDIMENTOS POPULARES

Beany Guimarães Monteiro (UFRJ)

beany@pep.ufrj.br

Roberto dos Santos Bartholo Junior (UFRJ)

bartholo@pep.ufrj.br

Marcos Lins Langenbach (UFRJ)

marcos@riocom.com.br

Marcela Vieira Gonçalves (UFRJ)

marcelavieira98@gmail.com

Alina de Almeida Linch Silva (UFRJ)

alinchsa@gmail.com

Thiago Dias Marques (UFRJ)

thiago_diques@yahoo.com.br

Design em Empreendimentos Populares é um projeto de extensão integrado à linha de pesquisa Design de Interesse Social e ao ensino de Desenho Industrial, ênfase em Projeto de Produto. O projeto está estruturado a partir da composição de uma rede interdisciplinar que tem o objetivo de integrar ensino, pesquisa e extensão e tem como meta a constituição de um Programa de Design de Interesse Social. Entre os seus impactos e resultados esperados está a articulação de diferentes forças e competências na perspectiva da constituição deste Programa.

Palavras-chaves: Design, Empreendedorismo, Produção

1. Introdução

O resgate da cultura popular e de potencialidades locais para o desenvolvimento de produtos abre novos caminhos para o desenho industrial e para a sua interação com práticas tradicionais próprias a essa cultura.

A partir dessa premissa o projeto *Design em Empreendimentos Populares* tem como objetivo principal resgatar e implementar, através da concepção, desenvolvimento e produção de artefatos em cenários locais, a criatividade, a geração de trabalho e renda e a agregação de valores aos produtos desenvolvidos em empreendimentos populares.

A inserção do design nestes empreendimentos está condicionada à constituição de conceitos e valores pessoais cujo reconhecimento permite resgatar a capacidade de encontro e de estabelecimento de vínculos relacionais solidários, em meio a uma realidade social onde impera a fragmentação, o individualismo e o consumismo. Diante dessa realidade as responsabilidades sociais e morais do designer vão além das considerações sobre a forma. Seu bom juízo social e moral deve prevalecer muito antes do início do desenho. Ele tem que avaliar, a priori, se os produtos que ele deverá desenhar ou redesenhar merecem sua atenção ou não. Em outras palavras, se o desenho estará a favor ou contra o bem social, de acordo com Papanek (1973).

Nessa perspectiva a integração do design em empreendimentos populares deve ser desenvolvida não em confronto com a formação cultural de cada um, mas no âmbito de um processo pedagógico mediado. Elemento crítico dessa mediação é o desenho, tal como aponta Cross (1999). O desenho tem um duplo papel. Ele assiste à estruturação dos problemas através das soluções que desvela, e também acessa um reconhecimento sintético de características e propriedades da solução conceituada. Para realizar esta inserção parte-se da tecnologia intelectual gerada no desenvolvimento dos artefatos e do compromisso de enraizar os conhecimentos gerados nesta tecnologia nos seus respectivos sítios simbólicos de pertencimento.

A vinculação dessa proposta a uma relação dialógica entre design e empreendimentos populares permite referi-la a um interesse social recíproco e a compromissos éticos e de responsabilidade. Estas questões colocam-se na perspectiva de pesquisa, ensino e extensão universitária no curso de Desenho Industrial da Escola de Belas Artes (UFRJ) e o Programa de Engenharia de Produção da COPPE/UFRJ tendo como campo de estudo a Incubadora de Empreendimentos Populares (IEP) e a Incubadora Afro-Brasileira (IA), fundadas em 2004 pelo Instituto Palmares de Direitos Humanos (IPDH). A primeira turma de empreendimentos incubados da IA deverá formar em 2007. Num total de 450 empreendimentos incubados esta primeira turma conta com 104. Entre as cadeias produtivas trabalhadas pela Incubadora com as quais a equipe do projeto teve contato estão: Turismo, Cultura, Gastronomia, Artesanato, Vestuário, Serviços, Comércio.

2. Design de Interesse Social

O design é um processo social que envolve a participação de diferentes atores, a interação destes em torno de diferentes objetos e uma negociação entre eles para compor um compromisso comum (BUCCIARELLI, 1996). Um dos principais elementos dessa interação é, de acordo com Cross (op.cit), o desenho. Para o autor o desenho é uma importante ferramenta do processo natural de design mas tentar entender essa importância na sua constituição, na sua essência, é algo que só recentemente tornou-se assunto de análises e

pesquisas sobre design. O desenho, ou um set de desenhos, é necessário para prover um modelo do objeto, do produto. No Renascimento alguns projetos de Leonardo da Vinci mostram que o desenho é não somente uma importante ferramenta de comunicação mas também ao pleno pensamento, ao raciocínio, ao processo cognitivo. Ao permitir representar muitos aspectos do design de uma só vez o esboço permite desenhar junto e assim raciocinar junto com os outros.

Schön (1983) entende o design como uma prática reflexiva e ressalta o papel do desenho como elemento de uma conversação dos projetistas com a situação de projeto. Situar um problema é um processo no qual objetiva-se uma questão e emoldura-se um contexto em função de uma intenção. Um bom processo de design pode ser compreendido, a partir dessa perspectiva, como uma conversação reflexiva com a situação.

Para Zaoual (1999) a pretensão universalizante dos critérios inerentes à racionalidade instrumental do *homo economicus* é contraposta a racionalidade valorativa, substantiva e situada do *homo situs*, em seu enraizamento bio-cultural, em *sítios simbólicos de pertencimento*. O autor afirma que cada problema que se apresenta a uma comunidade terá um desenrolar imprevisível e imprevisível. Esta imprevisibilidade é fruto da ação criativa das pessoas que a constituem. Segue-se daí como um corolário, que o desenvolvimento humano como desenvolvimento situado será intrinsecamente plural, e que a existência de diversidade é o indicativo mais forte de que a alteridade está preservada e afirmada como valor ético.

Manzini e Vezzoli (2002) discutem a crise estrutural causada pelo modelo global e alertam que um redesenho do existente é insuficiente face à essa crise. O que é preciso é mudar drasticamente os padrões de consumo. Eles propõem três cenários de consumo: (1) os produtos deveriam sobreviver como artefatos técnicos e culturais por um longo tempo; (2) a aquisição de produtos para utilização de serviços, como leasing; e (3) um número drasticamente menor de objetos para reduzir o consumo.

De acordo com Manzini (2001) o conceito de sistema sustentável refere-se à uma rede de pessoas, produtos, serviços e infra-estrutura que, como um todo, existe e reproduz-se num modo sustentável. O problema é articular o significado da expressão “modo sustentável”. Os critérios dessa articulação são, para o autor, definir como sustentável um sistema consistente com os princípios fundamentais e caracterizados pela baixa intensidade de material e energia e pelo alto grau de qualidade do contexto. A consistência refere-se aos princípios éticos das pessoas e da sociedade em relação com a natureza e o meio ambiente (conservação da biodiversidade, etc.), concernente aos aspectos econômicos e sociais (saúde, educação, distribuição de renda, etc.). O baixo impacto de material e energia refere-se a uma sistemática eco-eficiente e aos sistemas de produção e consumo sustentável. O alto grau de qualidade do contexto integra um set de parâmetros sociais, econômicos e culturais socialmente reconhecidos nos cenários de sustentabilidade. Estes cenários estão hoje na sua fase de construção (MANZINI, 2001).

Uma vez que um sistema é dinâmico torna-se necessário compreender o que é um cenário de solução e o que é uma solução sustentável. Para Manzini (2001) uma solução é um processo que capacita um ator (uma pessoa ou comunidade) a atingir um resultado pela adoção de uma estratégia específica. Ou seja, é um processo que, graças ao uso de um conjunto apropriado de produtos, serviços e conhecimentos transforma o sistema existente e gera um outro mais sustentável (MANZINI, COLLINA, EVANS, 2004). Concretamente isso significa referir-se à mobilidade e não aos veículos, à limpeza das roupas e não às máquinas de lavar, ao fornecimento de alimentos e não as embalagens de alimentos. O primeiro e fundamental dos

passos para alcançar a transição para um bem estar sustentável, e possível de ser realizado através de idéias de negócio sustentáveis é, então, deslocar o foco de atenção dos produtos para os resultados (MANZINI & JÉGOU, 2003).

Uma solução sustentável é um processo que, pelo uso apropriado de um conjunto de produtos, serviços e conhecimentos, transforma o sistema existente e gera um novo sistema, consistente com os princípios fundamentais acima descritos, caracterizados por uma baixa intensidade de matéria-energia e uma alta potencialidade de regenerar e melhorar contextos de vida. Tendo essa consideração em mente uma implicação importante é que uma solução não é sustentável por si mesma. Sua sustentabilidade depende dos efeitos que ela introduz no sistema existente. A questão-chave para as soluções sustentáveis é serem “regenerativas”, isto é, contribuir para restaurar a qualidade de um contexto de vida, quando esta qualidade foi perdida. Os exemplos podem ser os mais variados dizendo respeito às questões como qualidade da água e do ar à mobilidade dentro do contexto urbano, entre outros (MANZINI, 2002). Para Mulgan (2006) a eficácia de um método que objetiva a inovação social começa com a compreensão de que as pessoas são intérpretes competentes de suas próprias vidas e sabem identificar seus próprios problemas.

Segundo Manzini e Jégou (2003), a transição para um modo de vida sustentável, sob pressão de diferentes agentes de mudança, irá ocorrer sob a forma de um grande processo de aprendizagem social, através do qual, sujeitos a erros e contradições, iremos aprender a viver de outro modo. Mais especificamente, tendo em vista a sustentabilidade ambiental e social, conectividade e globalização, teremos que aprender não só a viver melhor mas a consumir menos e a regenerar física e socialmente nosso ambiente. Nesse sentido uma nova competência é requerida: a de habilitar um futuro possível e desejável. Para torna-lo possível é preciso dar visibilidade às diferentes visões de estilos de vida sustentáveis, visões estas que podem indicar caminhos e estimular conversações produtivas entre os diferentes atores sociais envolvidos em cada iniciativa em direção a um modo de vida sustentável. Nesse contexto, o projeto Comunidades Criativas e Estilos de Vida Sustentáveis (CCSL) foi estabelecido, baseando-se nos resultados de uma pesquisa europeia recentemente concluída chamada EMUDE - Emerging User Demands for Sustainable Solutions (Sustainable Everyday Project - <http://www.sustainable-everyday.net>). O projeto Comunidades Criativas e Estilos de Vida Sustentáveis (CCSL) pretende investigar a prática de inovação social de base comunitária e as implicações desta na promoção de novos estilos de vida sustentáveis em contextos urbanos (MERONI, 2007). O projeto irá coletar estudos de caso em países emergentes – em particular Brasil, Índia e China - e traçará um quadro comparativo entre esses países e casos previamente identificados no contexto europeu. O projeto CCSL focaliza três aspectos em particular:

- a natureza dos grupos de pessoas que geram essas inovações (as comunidades criativas);
- o seu papel na promoção de novos estilos de vida sustentáveis (os casos promissores);
- a possibilidade de fazer com que esses casos promissores sejam mais acessíveis, efetivos e passíveis de serem reproduzidos, através de iniciativas e medidas apropriadas (os sistemas habilitantes).

O projeto Comunidades Criativas e Estilos de Vida Sustentáveis (CCSL) é financiado pelo ministério para o desenvolvimento sustentável da Suécia no âmbito da *Task Force on Sustainable Lifestyles* dentro do quadro de 10 anos de programas para produção e consumo sustentáveis das Nações Unidas, comumente referido como *Marrakech Process*. O projeto CCSL é coordenado pelo DIS-Indaco Politecnico di Milano na Itália e pelo Strategic Design

Scenários (SDS) na Bélgica e tem o Programa Ambiental das Nações Unidas (PNUMA/UNEP) como parceiro principal. A duração total do projeto é de 12 meses, a partir de outubro de 2006. Em fevereiro de 2007 o Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social (LTDS/COPPE/UFRJ) foi definido como articulador dessa rede no Brasil.

3. Demanda e Objetivos do Projeto Design em Empreendimentos Populares (DEP)

O DEP atende a uma demanda formulada pelos empreendedores populares sobre a inserção do design nesses empreendimentos. Propomos realizar tal integração a partir da tecnologia intelectual gerada na concepção e na produção de artefatos de diferentes cadeias produtivas, inicialmente: turismo, cultura e gastronomia, para apoiar o desenvolvimento de novos produtos e serviços, a agregação de valores aos produtos e serviços existentes, a geração de trabalho e renda e ampliar o horizonte de ação do design em empreendimentos populares.

O objetivo principal é resgatar o patrimônio relacional entre design e empreendimentos populares no Rio de Janeiro para manter e ampliar seus patrimônios culturais, sociais e econômicos. Este objetivo desdobra-se num conjunto de objetivos específicos: conferir aos empreendimentos populares uma linguagem própria, baseada no resgate da história e da cultura que eles representam e simbolizam; potencializar esse resgate pela inovação da tecnologia intelectual gerada no desenvolvimento dos artefatos; enraizar os conhecimentos que geram essa tecnologia nos seus sítios simbólicos de pertencimento; articular o desenvolvimento e a fabricação dos artefatos em redes para a integração do design em empreendimentos populares em diferentes sítios; e desenvolver o ensino, a pesquisa e a extensão universitária sobre um Design de Interesse Social.

A partir do alcance destes objetivos está prevista a realização de um material didático virtual sobre o design nas diferentes cadeias produtivas a serem contempladas pelo projeto, constituindo-se um dos seus principais efeitos multiplicadores.

4. Metodologia

A metodologia é composta por três fases principais:

- mapear e conjugar os interesses de designers, incubadoras de empreendimentos, empreendedores e comunidade em geral;
- articular esses interesses para atingir o maior número possível de iniciativas populares;
- enraizar os conhecimentos gerados nos seus respectivos cenários de origem nos sítios simbólicos de pertencimento. O universo a ser trabalhado na primeira fase do projeto é de cerca de 10% do total de empreendimentos incubados na IA, conforme descrito na tabela 1:

Cadeia Produtiva	Número de empreendimentos	Principais demandas
GASTRONOMIA	30	Pesquisa de mercado; Comunicação visual; Desenvolvimento de processos; Negociação e articulação.
TURISMO	8	idem
CULTURA	10	idem
TOTAL	48	-
TOTAL DE	450	-

EMPREENDIMENTOS INCUBADOS EM 2006

Fonte: 1º. Encontro LTDS/LIDIS/IA/IEP com os facilitadores das Cadeias Produtivas
07 de outubro de 2006

Tabela 1 – Cadeias Produtivas, empreendimentos e principais demandas

O primeiro encontro com os facilitadores da Incubadora Afro Brasileira foi realizado na sede do Instituto Palmares, no Rio de Janeiro, no dia 07 de outubro de 2006 (Tabela 1).

Na fase 1 foram identificadas e mapeadas a demanda por design nos empreendimentos populares da Incubadora Afro Brasileira nas três cadeias produtivas: turismo, cultura e gastronomia e será realizado o mesmo procedimento na Incubadora de Empreendimentos Populares, entre abril e maio de 2007. A identificação e o mapeamento da demanda por design nos empreendimentos populares da Incubadora de Empreendimentos Populares e da Incubadora Afro-Brasileira foram iniciados a partir de contatos com empreendedores dessas Incubadoras e de duas reuniões com o Diretor Executivo e a Gerente dessas Incubadoras.

Na segunda fase serão realizadas as Oficinas de Inovação para capacitação em design desses empreendedores, de acordo com a demanda específica por design em cada empreendimento (ver Anexo). As Oficinas de Inovação têm como objetivo conferir aos empreendimentos populares cariocas uma linguagem própria, baseada no resgate da história e da cultura que eles representam e simbolizam (PAPANECK, 1973; BUCCIARELLI, 1996; MANZINI & JÉGOU, 2003). A reprodução destas Oficinas tem como principal efeito multiplicador potencializar a inovação nesses empreendimentos a partir do resgate da cultura popular e do seu espaço na realização de empreendimentos sustentáveis, de acordo com Manzini (2002) e Mulgan (2006).

Na fase 3 será organizado e realizado um evento que marque o início das atividades de design em empreendimentos populares. Os resultados alcançados nestas três primeiras fases servirão de base para o planejamento de um material didático virtual de acordo com as diferentes cadeias produtivas a serem contempladas pelo Programa de Design de Interesse Social que articule essas iniciativas populares numa Rede de Empreendimentos Populares.

5. Conclusões

A partir da análise das indicações dadas pelos participantes do encontro, as Oficinas de Inovação deveriam orientar os empreendedores quanto à utilização dos materiais, na escolha e na combinação mais adequada em relação ao conceito do produto. Além disso, foram apontadas deficiências na capacidade de negociação e formação de preço e na concepção do produto, do que é que o produto em si, visto que esse entendimento não é simples quando o produto de fato consiste num conjunto de serviços, como é o caso do turismo.

Compreendeu-se que, para ser possível trabalhar com diferentes cadeias produtivas, as Oficinas de Inovação deveriam ter a forma de módulos, assim os temas relativos a uma oficina seriam aplicados conforme as competências principais de cada cadeia (MORETH, 1997).

A equipe que iniciou o projeto Design em Empreendimentos Populares foi reestruturada e conta, desde abril de 2007, com a contribuição de três bolsistas PIBEX-2007 II do curso de graduação em Desenho Industrial – Projeto de Produto – da Escola de Belas Artes da UFRJ. Estes estudantes estão realizando uma reformulação da demanda junto à essas três cadeias produtivas e ampliando o mapeamento realizado na IA para identificar outras iniciativas junto das quais o campo de trabalho do designer possa ser ampliado.

Referências

- BUCCIARELLI, L. L.** *Designing Engineers*. Cambridge: The MIT Press, 1996.
- CROSS, N.** *Intelligence in Design*. Design Studies, vol. 20, n. 1, jan. 1999, pp. 25-39, 1999.
- MANZINI, E. & JÉGOU, F.** *Sustainable everyday — scenarios, visions, possible worlds*. United Nations Environment Programme, Edizione Ambiente, Milano, 2003.
- MANZINI, E. & VEZZOLI, C.** *O desenvolvimento de produtos sustentáveis*. São Paulo: USP, pp. 41-62, 2002.
- MANZINI, E.** *Sustainability and Scenario Building. Scenarios of Sustainable Wellbeing and Sustainable Solutions Development*. Ecodesign, Tokyo, Japan, 2001.
- MANZINI, E., COLLINA, L. & EVANS, E.** (eds.) *Solution paterneship. How to design industrialised solutions*. Carnfield University, 2004.
- MANZINI, E.**, *Sustainable solutions. New business ideas and new ideas on business*. Encyclopaedia of Environmental Management Strategies. Sangyo Chosa-kai, Tokyo, 2002.
- MERONI, A.** (ed.) *Creative Communities. People inventing sustainable ways of living*. Edizioni POLI.design, 2007.
- MORETH, B.G.M.** *A análise do trabalho e a formação. Um contribuição da AET para a formação dos operadores de CAD de vestuário*. M.Sc. em Engenharia do Produto e Gerência da Produção. PEP/COPPE/UFRJ, 1997.
- MULGAN, G.** *The Process of Social Innovation innovations*. Innovations. MIT Press, pp. 145-162, 2006.
- PAPANEK, V.** *Diseñar para el mundo real. Ecologia humana y cambio social*. Madrid, H. Blume Ediciones, 1973.
- SCHÖN, D. A.** *The Reflective Practioner*. Usa, Basic Books, Inc.: Cambridge, 1983.
- ZAOUAL, H.** *The Maghreb Experience: A Challenge to the Rational Myth of Economics*. Review of African Political Economy, vol. .26 n. 82, dec. 1999. pp 469-478, 1999.

ANEXO: Proposta Oficina de Inovação 1 (em análise)

APRESENTAÇÃO:

Este módulo da Oficina de Inovação tem como objetivo apresentar elementos de design, processos e negócios que possibilitem uma melhora na qualidade dos serviços e produtos desenvolvidos pelos empreendimentos em fase final do processo de incubação de três cadeias produtivas: turismo, cultura e gastronomia.

JUSTIFICATIVA:

O período de incubação de um empreendimento deve ser rico de vivências e experiências que propiciem o desenvolvimento de soluções inovadoras a partir das possibilidades de colocar questões sobre o seu próprio processo. O design é um campo que amplia a visão dos meios, processos, produtos e serviços, no sentido de oferecer a estes um diferencial de qualidade, que possibilite o desenvolvimento de inovações.

OBJETIVO GERAL:

Trabalhar elementos de design visando a contextualização e a valorização cultural do artefato, produto ou serviço a partir da noção de sítio simbólico de pertencimento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Refletir sobre o processo pessoal de trabalho;
- Discutir elementos da estética na geração de conceitos;
- Enraizar os conhecimentos gerados no processo de desenvolvimento do artefato, produto ou serviço;
- Gerar know-how a partir do processo de inovação.

PÚBLICO-ALVO:

Empreendedores das cadeias produtivas de gastronomia, turismo e cultura, da Incubadora Afro-Brasileira, interessados na inserção e ampliação das ações de design e de inovação nos seus empreendimentos.

METODOLOGIA:

Serão realizadas oficinas de trabalho com enfoque em atividades práticas, utilizando metodologias participativas, implementadas através de vivências, de simulações da realidade, jogos de empresa, além de um diagnóstico participativo e de uma pesquisa de campo.

DESENVOLVIMENTO:

Esta Oficina será composta por cinco módulos (um básico mais quatro específicos), com o total de 42 participantes. Os participantes serão divididos em turmas de acordo com o que segue:

- Módulo básico e módulo 4: duas turmas de 21 participantes;
- Módulo 1 ao módulo 3: três turmas de 14 participantes (de acordo com a cadeia produtiva).

As aulas constituem-se necessariamente de 4 horas cada com um intervalo para lanche.

As oficinas serão dadas por um professor e muitas vezes com um assistente, que são especializados em cada módulo.

A carga horária total será de 56 horas, distribuídas em 5 módulos temáticos, como descrito abaixo:

- **MÓDULO BÁSICO:**
- Foco: memorial do empreendimento e percepção cultural.
- Síntese: Levantamento das atividades de cada cadeia produtiva e do empreendimento, análise e levantamento dos principais problemas e diferenciais, com o foco nos produtos e serviços desenvolvidos. Percepção acerca da cultura que rodeia os empreendedores e sua interação com a mesma, tornando-se elemento constitutivo para uma valorização e resgate cultural.
- Carga horária: 16 horas
- **MÓDULO 1:**
- Foco: pesquisa de mercado
- Síntese: Definir possíveis cenários de negócio a partir da análise e reconhecimento dos fornecedores, tipos de produto e serviço, mercado, público-alvo, análise de similares, moda e estilo.
- Carga horária: 8 horas
- **MÓDULO 2:**

- Foco: comunicação visual
- Síntese: Valorizar a importância da imagem, a partir de elementos visuais, tais como cores, formas, padrões, que influenciem diretamente o desenvolvimento do produto e/ou serviço. Sensibilizando os empreendedores em noções de comunicação visual, para apresentação de projetos, produtos e elementos simbólicos do seu empreendimento.
- Carga horária: 12 horas
- MÓDULO 3:
- Foco: desenvolvimento de processos
- Síntese: Caracterizar o processo, identificando produto, etapas, recursos etc. Analisá-lo, dimensionando sua capacidade (volume e ritmo de produção) e seu envolvimento (outras funções implicadas). E, avaliá-lo, definindo seu desempenho a partir da estratégia de atuação no mercado.
- Carga horária: 12 horas
- MÓDULO 4:
- Foco: negociação e articulação
- Síntese: Simular atividades de negociação e articulação, com reflexão e compreensão desses processos, para aplicação prática no empreendimento.
- Carga Horária: 8 horas

INFRA-ESTRUTURA

O curso será ministrado nas instalações da Incubadora, com toda a infra-estrutura (lanche, condições dos locais de aula, etc.) disponibilizada pela própria instituição.

CERTIFICAÇÃO

A certificação será feita pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) para os empreendedores que cumprirem 80% da carga horária proposta.

AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

Serão aplicados dois questionários: o primeiro, ao início da Oficina, para levantar expectativas dos participantes; o segundo, ao final, para avaliar o alcance dos objetivos, o método e a didática.

Os resultados serão organizados num relatório final a ser entregue à Incubadora Afro Brasileira após o término das atividades.

REALIZAÇÃO DE EVENTO

Realização de evento público com a participação de parceiros para encerramento das atividades, divulgação dos resultados e entrega dos certificados.