

Novas Perspectivas para o Design: Designers como Agentes de Desenvolvimento Local

M. G. Prestes^{a,b} e L. F. G. Figueiredo^b

^amagprestes@gmail.com

^b PósDesign - Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil

Resumo

A crise do determinismo e do pensamento linear nos situa em um período de transição: dos mitos de dominação e progresso produtivista para a busca por inovação e cenários futuros de sustentabilidade. Dentro desse contexto, o desenvolvimento local ganha espaço, porque estimula produções locais, ao mesmo tempo em que satisfaz a necessidade de indivíduos de perpetuar tradições e serem reconhecidos por suas identidades. Designers, como os profissionais que fazem interface entre produção/consumo, encontram novas direções em sua atuação, tornando-se capazes de desenvolver sistemas que incentivam pessoas a expressar suas capacidades, ao invés de permanecerem focados em um consumo crescente de produtos. O artigo descreve, através de revisão bibliográfica e abordagem sistêmica, designers como agentes de desenvolvimento local. Para tanto, reporta projetos do Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design, da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil, conectada à rede internacional DESIS. Como resultados, são identificados: a abordagem sistêmica, design gráfico/embalagem e cocriação como indutores de motivação social, competitividade de mercado e aprendizagem. Por fim, é possível concluir que a ação do design junto a grupos humanos facilita mudança, devido sua capacidade de criar redes e soluções sistêmicas, que podem ser os primeiros passos em direção a uma sociedade sustentável.

Palavras-Chave: Inovação Social, Design Sistêmico, Comunidades Criativas, Sustentabilidade.

New perspectives for design: designers as agents of local development

Abstract

The crisis of determinism and linear thinking situates us in a transition period: from the productivist progress and domination myths to the search for innovation and future sustainable scenarios. Within this context, local development is gaining ground, because it stimulates local productions, in the same way that satisfies the individuals' need to perpetuate traditions and to be recognized by their identities. Designers, as the professionals who make the interface between production and consumption, also find new directions in their acting, becoming capable of developing systems that incentive people express their capabilities, instead of keeping focused on crescent product consumption. This article describes, through literature review and systemic approach, designers as agents of local development. Hence, it reports projects of the Center for Systemic Approach to Design, inside the Federal University of Santa Catarina, Florianopolis, Brazil, which is connected to DESIS-International network. As results, it is identified the systemic approach, graphic/packaging design and co-creation as inducers to social motivation, product competitiveness and learning. Finally, it is possible to conclude that design action within human groups facilitates change, due to its capability to create networks and systemic solutions, which may be the first steps towards a sustainable society.

Keywords: Social Innovation, Systemic Design, Creative Communities, Sustainability.

1. MUDANÇA DE PARADIGMAS

Mudanças sociais acontecem no transcorrer das gerações. Se nos deslocamos de modelos rígidos, hierárquicos e centralizadores provindos de uma sociedade industrial para uma realidade preocupada com inovação, complexidade e sustentabilidade, é possível assumir uma transição a novos paradigmas. “A transição para um novo paradigma é uma revolução científica” (KUHN, 2009, p. 122). Dessa forma, padrões enraizados em nossa sociedade se encontram em processo de modificação devido à ineficácia de modelos

antigos e em prol da sobrevivência de nossa espécie. “A crise das ciências europeias já tem revelado o fim do determinismo e da linearidade. A incerteza penetrou em todas as falhas da grande ideologia do progresso produtivista” (ZAOUAL, 2006, p. 65). De acordo com este autor, os mitos que regiam nossa organização social perderam sentido, em paralelo ao esgotamento da felicidade e dos recursos naturais, que parecem estar a caminho de sua escassez.

Se, até então “o conhecimento científico, objetivo, implicava a eliminação do indivíduo e da subjetividade”

(MORIN, 1998. p. 1), hoje, é possível considerar os diversos fatores que levam a uma determinada situação, em que “um pensamento complexo deve ser capaz de não apenas religar, mas de adotar uma postura em relação à incerteza” (MORIN, 1998. p. 4). Em paralelo, concepções que idealizavam a sociedade humana, como globalização, progresso e dominação, perdem sua força. A primeira porque “se baseia em uma visão segundo a qual se aceita, como postulado, sua generalização e seu aprofundamento em escala planetária” (ZAQUAL, 2006, p. 63). Tal concepção ignora uma das necessidades básicas do ser humano de construir e expressar sua identidade. Segundo Castells (1999, p. 41), “em um mundo de fluxos globais de riqueza, poder e imagens, a busca da identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se fonte básica de significado social”. No que tange a ideia de progresso, “pode-se dizer que o capitalismo é darwinista por essência” (ZAQUAL, 2006, p. 63) já que assume a evolução como seu sentido e fim. Há de se questionar, no entanto, como incita Kuhn (2009, p. 217), “[...] por que o processo evolucionário haveria de ser bem sucedido?”. Da mesma forma, o mito da dominação cai por terra quando não é mais possível acreditar na natureza nem no ser humano, como fontes inesgotáveis de recursos. Até mesmo a ideia de inovação deve ser administrada com cuidado, quando se pretende defini-la como solução aos problemas atuais, afinal, com sua intenção apenas focada no mercado “toda inovação cria, ao mesmo tempo, riqueza e pobreza, já que o acesso a ela é seletivo [...]” (ZAQUAL, 2006, p. 62).

O que se vê, portanto, é o fracasso de paradigmas que, até então nos foram úteis para promover a organização e perpetuação da espécie humana, mas que não poderão mais ser estritamente considerados na busca de sua permanência às gerações futuras.

2. INOVAÇÃO SOCIAL E SUSTENTABILIDADE COMO NOVOS PARADIGMAS

Como força contrária, há destaque cada vez mais expressivo a movimentos de iniciativas locais, que vão de encontro aos modelos dominantes de pensar e fazer (MANZINI, 2008), tornando-se resposta à perda de identidade de comunidades e alternativas para o desenvolvimento local de sua região. Identifica-se, assim, outro tipo de inovação, que permite atender a demandas sociais através da reflexão do saber-fazer popular, e que resulta no desenvolvimento de novos métodos e estratégias para melhor supri-las: as inovações sociais. Segundo Roberto Bartholo, em seu prefácio ao livro de Manzini (2008, p. 5), “As inovações sociais referem-se tanto a processos sociais de inovação como a inovações de interesse social, como também ao empreendedorismo de interesse social como suporte da ação inovadora”.

Concomitantemente, o termo sustentabilidade aparece como um novo fim, que pode trazer alternativas ao processo de desenvolvimento atual. A definição de sustentável está relacionada à possibilidade de continuidade dos aspectos econômicos, sociais e ambientais dentro da sociedade humana, preservando condições viáveis e dignas de sobrevivência às gerações futuras. Manzini (2002) acredita que visualizar a perspectiva de sustentabilidade é rever nossos atuais modelos de desenvolvimento, em que parâmetros de bem-estar e saúde econômica deixem de ser medidos em termos de crescimento de produção e, que o consumo material seja reduzido consideravelmente.

Observa-se então o aparecimento de novos paradigmas. A ideia de inovação social, relacionada ao desenvolvimento de práticas e iniciativas locais, possibilita a visualização de

uma realidade sustentável. Comunidades criativas (MERONI, 2007) têm facilidade em inovar, pois funcionam em sistemas próprios, regulados indiretamente pela economia formal, mas com o dinamismo provindo de suas crenças, tradições, relacionamentos, conhecimentos passados de geração a geração. “Nesse nível de realidade, estamos longe das idealidades sobre as quais funciona e se pratica o discurso dominante de caráter globalizante” (ZAQUAL, 2006, p. 68). Assim, é possível vislumbrar uma economia de forma distribuída, que “indica a existência de um sistema horizontal, no qual atividades complexas são suportadas, em paralelo, por um grande número de elementos conectados (artefatos tecnológicos e indivíduos)” (KRUCKEN, 2009, p. 68). Esta permite a relação entre o local e global, pois “se baseia na ideia de uma rede de elementos autônomos interconectados, que são capazes de, ao mesmo tempo, operar autonomamente e estar altamente conectados” (KRUCKEN, 2009, p. 68).

3. O PODER DAS INICIATIVAS LOCAIS

Hoje os movimentos localizados e endógenos de mudança e desenvolvimento se destacam em paralelo a um acelerado processo de globalização e integração econômica. “Um dos muitos paradoxos o qual se depara nosso interessante tempo histórico e o relançamento de o ‘local’ na era do global” (CASTELLS, 1998, p. 9 *apud* BUARQUE, 2002, p. 25). De acordo com Buarque (2002), o desenvolvimento local é um processo endógeno de mudança, que propicia o dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos.

Relacionado à organização econômica de iniciativas locais, Zaoual traz o conceito de sítio, o qual define como “uma entidade imaterial que impregna o conjunto de vida em dado meio” (ZAQUAL, 2006, p. 32). De acordo com o autor, enquanto o mercado desencaixa o sítio encaixa, pois os modelos globais os quais as comunidades estão submetidas são naturalmente adaptados as crenças, mitos, valores de suas localidades. Dessa forma, “cooperação e pertencimento concorrem contra a concorrência. É a força da rede, diferente da força do indivíduo isolado pressuposto pelo pensamento global, de fato unidimensional” (ZAQUAL, 2006, p. 77-78).

Da mesma forma, relacionado à organização social de práticas locais, Meroni defini as comunidades criativas como aquelas “profundamente enraizadas em um lugar, fazendo bom uso das fontes locais e, direta ou indiretamente, promovendo novas formas de trocas sociais” (Meroni, 2007, p. 14). Manzini (2008) defende que as formas de organização social que valorizam as iniciativas criativas, e que destacam capacidades e conhecimentos intrínsecos às pessoas, encontram-se cada vez mais valorizadas, na busca por um desenvolvimento de vida sustentável.

Sejam sítios ou comunidades criativas, os agrupamentos de pessoas e das relações que se estabelecem entre eles formam sistemas dinâmicos, que como organismos vivos adequam-se aos movimentos internos e externos de suas organizações, permitindo a iniciativa, ação e expressão de capacidades de seus atores sociais. Portanto, é possível observar um novo tipo de conceito de bem-estar que emerge associado à prática ativa de atores sociais e à possibilidade de expressão de suas capacidades: o bem-estar ativo.

Uma ideia que com certeza não elimina as outras, mas as integra, com uma nova condição: a condição na qual somos ativos e cuidamos de nós mesmos, da nossa família, da nossa vizinhança e do ambiente, pois gostamos deles (MANZINI, 2008, p. 55).

A mudança do bem-estar focado em um consumo crescente de produtos, para aquele que considera as qualidades totais dos contextos de vida das pessoas, permitindo-as construir, expressar suas identidades e tomar suas próprias decisões, está de acordo com uma realidade sustentável.

Em paralelo, um novo tipo de design cresce, com o intuito de estimular produções locais, resgatar práticas culturais, fortalecer relacionamentos humanos e encorajar os indivíduos a serem valorizados como atores sociais.

4. NOVAS PERSPECTIVAS PARA O DESIGN

O conceito de design industrial, segundo Manzini (2002), deve ser entendido em sua forma mais ampla, incluindo não somente o produto físico de produção, mas também o serviço e a comunicação com que as empresas se apresentam no mercado. A partir dessa concepção, é possível identificar que o design passa seu foco de atenção do produto ao sistema no qual ele está inserido. Segundo Vezzoli (2010) a análise do ciclo de vida de um produto dedica sua atenção a “todas as atividades necessárias para produzir os materiais do produto e, em seguida, o próprio produto, na sequência distribuição, uso e, finalmente, descarte” (VEZZOLI, 2010, p. 54). Falar em design que considere todo sistema no qual um produto está inserido e não apenas em sua unidade, possibilita o entendimento de uma abordagem sistêmica. Esta, por sua vez, permite o design sistêmico, onde é possível considerar seus espectros ambiental, econômico e social, visando sua sustentabilidade e, ainda, nas palavras de Vezzoli, sua equidade e coesão social.

Da mesma forma, é possível falar em design como o mediador entre aspectos subjetivos e objetivos de um grupo humano, com o intuito de concretizar a identidade dessas pessoas, não apenas através de materiais, mas também através de sistemas, redes e experiências. Mozota acredita que o designer tem a capacidade de combinar conhecimento científico com as dimensões intuitivas do trabalho criativo. Afirma que “O design estabelece uma ponte entre a arte e a ciência, e os designers veem a natureza complementar desses dois domínios como fundamental” (MOZOTA, 2011, p. 17). Esse entendimento pode ser visualizado na Figura 1, onde o design encontra-se como concretizador de aspectos subjetivos que representam grupos humanos.

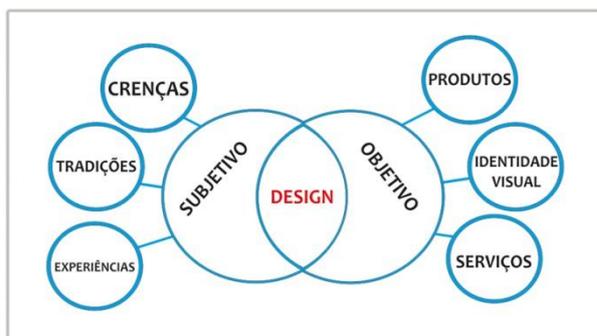


Figura 1: Design – conexão entre o subjetivo e o objetivo.

Comunidades com suas produções locais, tradições, identidades e formas específicas de organização podem, dessa forma, beneficiarem-se com o design, que intermedeia redes de atores sociais em seu conjunto de crenças e tradições, com o desenvolvimento de projetos de comunicação, interfaces gráficas e conscientização socioambiental. “A perspectiva do design vem justamente

ajudar nessa complexa tarefa de mediar produção e consumo, tradição e inovação, qualidades locais e relações globais” (KRUCKEN, 2009, p.17). Trata-se de sistemas complexos moldados colaborativamente por todas as pessoas a partir da mediação dos designers, que então transferem sua função de “autores individuais de objetos, ou construções, a facilitadores de mudança entre grandes grupos de pessoas” (THACKARA, 2008, p. 21).

Observam-se ganhos não apenas para o sistema e às pessoas que o constituem, como também, aos produtos desenvolvidos por eles, afinal, no momento em que o designer pensa em todas as etapas do processo produtivo “estaremos certamente contribuindo para o significativo aumento do valor agregado do produto ao longo da cadeia produtiva” (KRUCKEN, 2009, p.10).

5. O NÚCLEO DE ABORDAGEM SISTÊMICA DO DESIGN

É dentro deste contexto que atua o Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design (NASDESIGN), laboratório de pesquisa em design da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Suas atividades fazem parte do grupo DESIS-Brasil, conectado a rede *DESIS-International*. Desde 2006, o grupo trabalha junto a comunidades criativas, desenvolvendo projetos sistêmicos que resultam no desenvolvimento de interfaces gráficas, design de serviços, criação de redes e visam à sustentabilidade de seus processos.

As metodologias utilizadas pelo laboratório junto a essas comunidades se baseiam em revisão bibliográfica, pesquisa-ação e estratégia de abordagem sistêmica de design. A primeira permite o conhecimento de conceitos teóricos a fim de analisar sua aplicabilidade. O uso da pesquisa-ação, por sua vez, é justificado pela ação ativa dos designers pesquisadores dentro das comunidades e pela obtenção de produtos intangíveis e tangíveis dessa ação. Pesquisa-ação, segundo Dionne (2007, p. 24), “é, principalmente, um processo de intervenção coletiva assumido por participantes práticos (*praticiens*), com vistas a realizar uma mudança social com a implicação dos atores em situação”. De acordo com este autor, a contribuição dos pesquisadores é significativa em função de sua associação direta com integrantes da comunidade e da sua adição de conhecimento científico e técnico.

A abordagem sistêmica de design é estratégica ao grupo, pois considera as complexas interações realizadas pelas comunidades. Nela, o foco se transfere do produto para o sistema. Assim, são analisados os fatores que exercem influência significativa para as iniciativas produtivas pesquisadas. Para a atuação do design em comunidades criativas, Manzini (2008) propõe três formas de interação: (a) *Bottom-up*: pela participação ativa das pessoas interessadas; (b) *Top-down*: pela intervenção de instituições externas; (c) *Peer-to-peer*: troca de informações entre organizações similares. Deste modo, o NASDESIGN inicia sua primeira interação na forma *top-down*, na qual o grupo vai às comunidades externas, demonstrando interesse em ajudar e levando seu conhecimento científico. Logo em seguida, dá início ao processo *peer-to-peer*, situação em que sua equipe se dirige à comunidade para conhecer sua situação *in loco*.

Nesse grau de interação, tanto a comunidade quanto a equipe do laboratório se encontraram no mesmo nível. Isso faz com que a troca de informações entre os pares seja mais direta e efetiva. Novos resultados são impulsionados pelo terceiro grau de interação, *bottom-up*, no qual a população da região exerce influência sobre a entidade externa (NASDESIGN). Esta última situação demonstra que existe uma

inversão da tendência ‘global influencia local’: os resultados dos empreendimentos e das habilidades de certas pessoas da comunidade criativa – que têm um saber-fazer e pensar diferentes e que também colocam formas alternativas de organização em ação – geram interferência na organização que a analisa, constituindo o processo de inovação e, assim, contribuindo para a criação de conhecimento científico e ferramentas de gestão.

5.1 Aprendizagem no processo cocriativo

O estágio *peer-to-peer* de interação junto às comunidades merece destaque. É neste momento em que de fato as coisas acontecem, podendo-se colocar tudo a perder caso não seja tratado com atenção e responsabilidade. É fundamental para um design que visa engajar atores sociais em uma posição ativa, de expressão de identidades e capacidades, que seja realizado junto às pessoas, em um processo cocriativo, de igual para igual. Isto vai de encontro, como critica Zaoual, à possibilidade de projetos tornarem-se ‘projéteis’, “atirados nos sítios acerca dos quais não se dispõe de visões de dentro, por causa de se ter sempre suposto que os atores locais são ‘idiotas’ e que precisam aprender a agir segundo uma racionalidade decretada superior científica” (ZAOUAL, 2006, p. 28). Pelo contrário, o projeto “tem que ser aberto a novos

eventos, prevendo a necessidade de mudanças e incorporando o usuário como participante ativo da solução que será proposta” (KRUCKEN, 2009, p. 44).

Neste contexto, o designer pesquisador que vai ao encontro de comunidades criativas deve também desenvolver seu lado ‘educador’, já que pretende incentivar novos tipos de hábitos e novas aprendizagens. “A educação é uma atividade realizada ou iniciada por um ou mais agentes, que é projetada para efetuar mudanças no conhecimento, habilidade e atitudes dos indivíduos, grupos ou comunidades” (KNOWLES, 2005, p. 10,11). Para tanto, o conceito de Andragogia é bastante útil, por estudar a forma de educação e aprendizagem adequada a adultos, o qual muda substancialmente quando comparada a forma de aprendizagem de crianças. De acordo com Knowles, crianças derivam sua identidade própria em grande parte de definidores externos - quem são seus pais, irmãos, irmãs e famílias; onde vivem; e que as igrejas e escolas elas frequentam. À medida que amadurecem, elas cada vez mais se definem, em termos das experiências que tiveram. Para as crianças, a experiência é algo que acontece com elas; para os adultos, sua experiência é o que eles são (KNOWLES, 2005, p. 66-67).

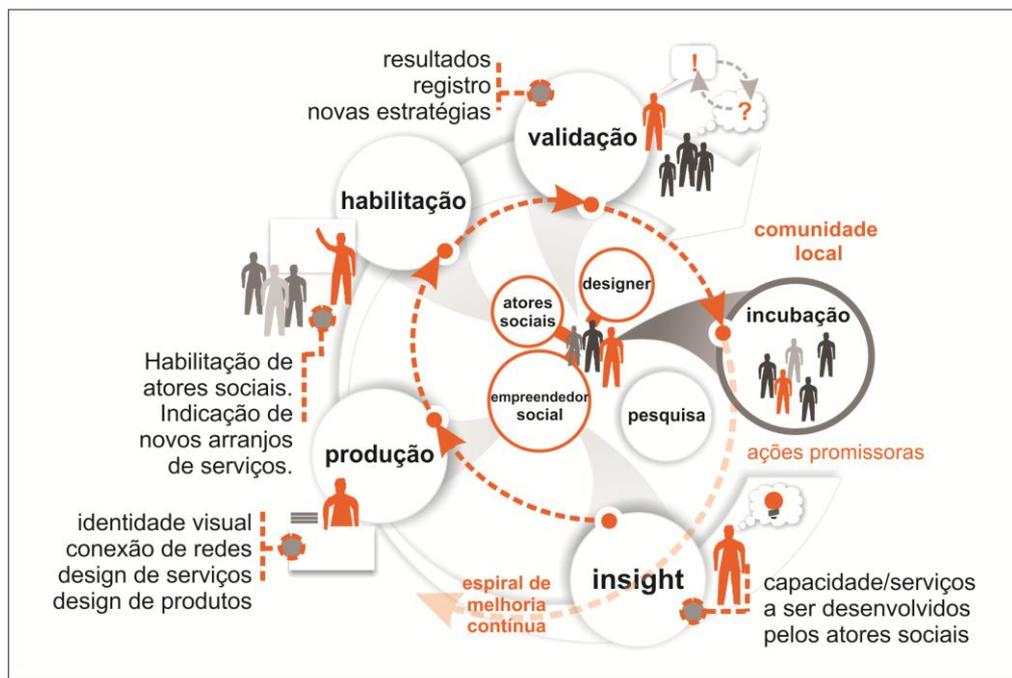


Figura 2: Processo de Design Habilitante para Iniciativas Locais.

Isto é interessante à ação cocriativa do designer junto a comunidades, pois de acordo com o autor, em se tratando de atores sociais adultos, suas experiências são importantes e não devem ser ignoradas ou desvalorizadas, pois isto implicaria a rejeição deles como pessoas, ocasionando perdas a um trabalho conjunto a grupos humanos de meses.

Dessa forma, transportando as ideias da Andragogia ao processo de design, torna-se fundamental saber que adultos são motivados a aprender à medida que têm necessidades e, portanto, devem entender o design como solução às mesmas. A aplicabilidade do que está sendo proposto deve ser percebida, pois torna-se importante para transpor o foco-problema para o foco-solução da ação de design. Por fim, diferenças individuais da forma de aprendizado aumentam com a idade e, portanto, a análise do perfil do grupo com o

qual se está trabalhando é importante para definir estilo, tempo e duração do processo de design.

O objetivo do NASDESIGN é propor, no fim de seu processo de design, soluções sistêmicas que satisfaçam as necessidades da comunidade, favoreçam à prática de iniciativas locais e, partindo de um processo também de aprendizagem, permitam que atores sociais desenvolvam uma consciência sustentável. “Estratégias de relacionamento em rede tem a vantagem dual de ser capaz de produzir experiências positivas e significativas ao mesmo tempo para a comunidade e para o indivíduo” (MERONI, 2007, p. 10). A intenção é favorecer o fortalecimento das práticas locais, com o perduro de suas ações às gerações futuras e, por conseguinte, permitir um desenvolvimento local eficaz.

5.2 O processo de design habilitante para comunidades

Com o intuito de ilustrar o processo de ação do grupo NASDESIGN junto a comunidades criativas, desenvolveu-se o modelo representado na Figura 2, intitulado “Processo de Design Habilitante para Iniciativas Locais”.

A função do processo é permitir que o grupo de pesquisa leve conhecimento científico e técnico à comunidade (Pesquisa) e, junto dela, descubra soluções sistêmicas aos seus problemas (Insight). Para que um design vise engajar atores sociais em uma posição ativa, de expressão de identidades e capacidades, é fundamental que seja realizado junto às pessoas, em um processo cocriativo, de igual para igual (Incubação). Neste contexto, o conceito de Andragogia (KNOWLES, 2005) é bastante útil por estudar a forma de educação e aprendizagem adequada a adultos, pois estes —

mais sensíveis a novos conhecimentos quando veem sua aplicabilidade a problemas do seu dia a dia — são ensinados na forma de experiências práticas. Da mesma forma, é dado destaque a criação da identidade visual (CHAVES, 2006) à instituição produtiva de uma comunidade na forma de marca gráfica e embalagem (Produção). O intuito é fazer não só com que os produtos da comunidade ganhem competitividade de mercado (KRUCKEN, 2009), mas também que a comunidade ganhe confiança em colocar seus produtos a competir junto com os demais. Este é um ponto estratégico do design e para o design, pois ao mesmo tempo em que o designer traz motivação às pessoas ao mostrar a importância de sua atuação e fazendo-se entender seus conceitos, também abre espaço para a incorporação de outros programas à comunidade, como por exemplo, das práticas adequadas a uma realidade sustentável.

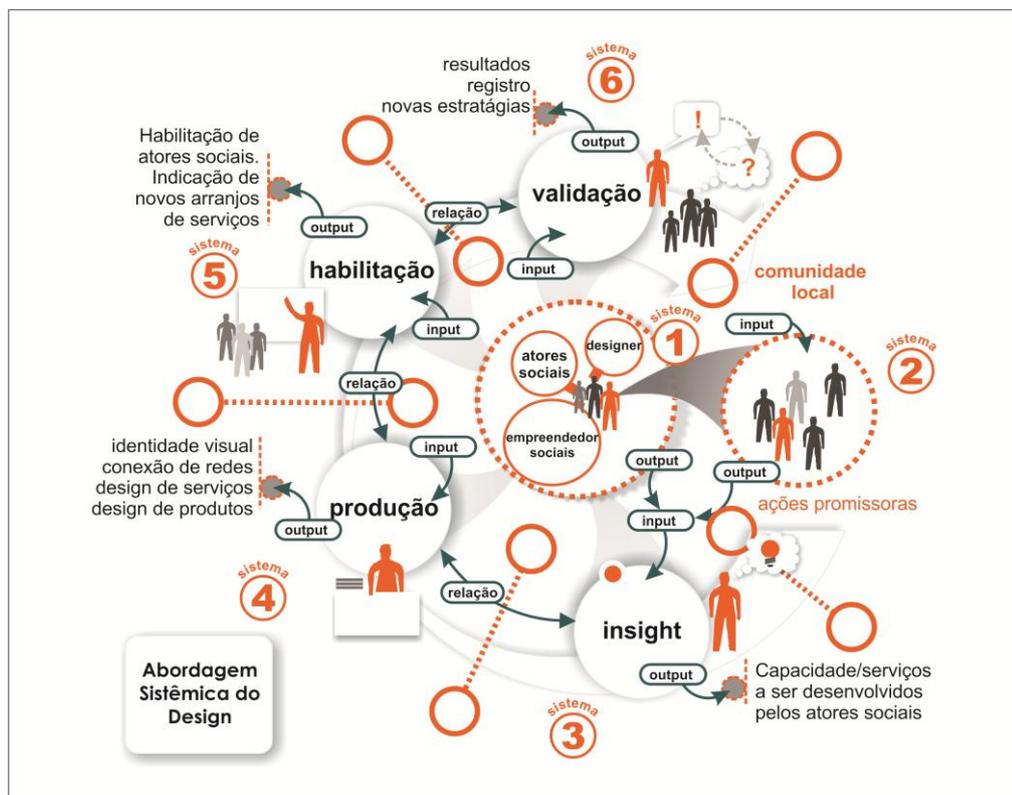


Figura 3: Complexidade do Processo de Design Habilitante para Iniciativas Locais.

Em paralelo, todo o controle dos processos e contato de fornecedores é passado aos atores sociais (Habilitação), para que eles tomem suas decisões quanto às melhores formas de se responsabilizar e organizar a sua comunidade. Em um último momento, o grupo de pesquisa faz suas análises (Validação) intuindo melhorias para ações futuras.

O processo prevê atenção a todo *input* provindo das partes que auxiliam no projeto (designer, comunidade, instituições parceiras), sendo que a partir deste, em cada etapa, são cocriados produtos (*output*), que transformam-se, por fim, em *input* para a próxima fase, como é ilustrado na Figura 3.

Esta visualização permite o entendimento da complexidade de uma abordagem sistêmica. Dessa forma, é dada atenção aos recursos investidos (humanos, financeiros, materiais), aos resultados obtidos e como estes podem ser totalmente aproveitados nas próximas etapas, já intencionando a criação de um sistema sustentável, em que

tudo que se investe, se aproveita e se transforma em novos produtos.

6. CASES

A seguir, seguem dois *cases* que ilustram projetos do Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design junto a comunidades criativas de Santa Catarina, Brasil.

6.1 COLIMAR – Processo e resultados

6.1.1 O que é?

A COLIMAR é uma associação de mulheres produtoras de alimentos de Governador Celso Ramos, Santa Catarina, Brasil, que, há sete anos elabora produtos à base de frutos do mar, como rissoles de camarão, casquinha de siri, empanados de peixe, ostras gratinadas, entre muitos outros.

6.1.2 Onde?

O município de Governador Celso Ramos é tradicional na

atividade pesqueira, sendo a atividade que mais ocupa pessoas e gera renda para as famílias - aproximadamente 70% da população vive direta ou indiretamente da pesca. A captura do peixe, camarão, siri e o cultivo do mexilhão é exercida predominantemente pelos homens, as mulheres se ocupam no processamento do pescado.

6.1.3 Situação?

Nos últimos anos a EPAGRI (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina) vem acompanhando e orientando as atividades das mulheres integrantes da COLIMAR e conta com o apoio da Universidade Federal de Santa Catarina e o Núcleo de Pesquisa NASDESIGN (Núcleo de Abordagem Sistemática do Design). A cooperativa está agora negociando junto a grandes estabelecimentos comerciais, como redes de supermercados, o oferecimento de seus produtos, além de buscar espaço para fazer a distribuição de merenda escolar dos municípios de Florianópolis e Governador Celso Ramos. Dessa forma, há uma necessidade cada vez maior de aperfeiçoar as embalagens, rótulos e formas de promoção dos produtos, com intuito de torná-los competitivos ao mercado.



Figura 4: Marca COLIMAR.

6.1.4 Resultados de design?

É novamente dado destaque a etapa de incubação do processo, onde acontece o processo de cocriação. É neste período que há uma identificação efetiva de quem são os atores sociais envolvidos: como são adultos, na maioria, envolvidos, busca-se trazer ensinamentos na forma de experiências significativas, com soluções de problemas voltados à realidade das pessoas. Não é adequado, por exemplo, pescar o peixe no período de sua desova, pois isso impossibilita sua reprodução efetiva. Portanto, identificar que peixe comprado no seu período de desova, resultará na sua falta num próximo período, facilita o entendimento do porquê respeitar a natureza quanto à pesca de peixes.

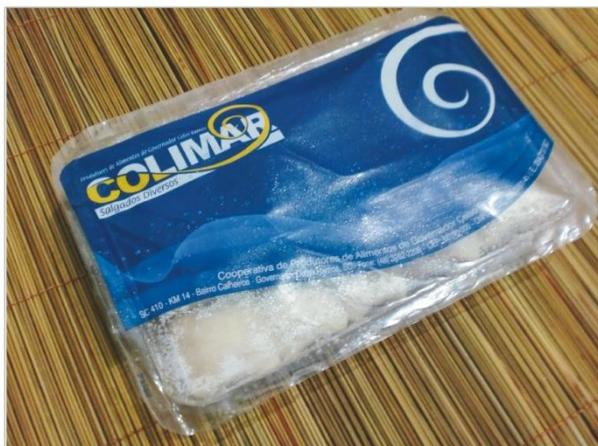


Figura 5: Embalagem salgados COLIMAR.

Da mesma forma, é incentivado o fortalecimento das redes locais de fornecimento e distribuição. O objetivo é diminuir ao máximo o trajeto de matérias primas até o local de produção, fortalecer relações sociais e comerciais dentro da comunidade e promover o autossustento econômico com o agrupamento de serviços já existente localmente, bem como, o desenvolvimento local da comunidade como um todo. Além da criação de redes, resultados de design são a marca da COLIMAR, embalagem para seus produtos e modelo de interface virtual.

A criação da identidade visual, como pode ser observado nas Figuras 3, 4 e 5, é uma forma de motivação social e valorização da produção local. Com ela as pessoas acreditam e veem competitividade em seus produtos locais. Este é um dos pontos-chaves, fundamental à atuação do design, pois possibilita entendimento por parte dos atores sociais de sua importância, além de maior abertura para suas futuras ações.



Figura 6: Modelo do website COLIMAR.

6.2 Famílias do Alto Vale do Itajaí – Processo e resultados

6.2.1 O que é?

As comunidades criativas constituídas por família no Alto Vale do Itajaí, Santa Catarina, Brasil, são caracterizadas pela ascendência europeia, principalmente de origem alemã e italiana. São grupos de pessoas que moram em pequenas e médias extensões de terra e vivem de sua produção artesanal e manufaturada de produtos como geleia, macarrão, mel, galinha, melado, biscoito e arroz. Normalmente, os filhos dessas famílias moram junto com elas e auxiliam na produção até certo momento, quando então, se mudam para cidades vizinhas maiores em busca de emprego e educação.

6.2.2 Onde?

O Alto Vale do Itajaí é uma região localizada no centro de Santa Catarina, sendo Rio do Sul seu principal município. A produção de produtos artesanais envolve a família como um todo, havendo divisão de tarefas entre homens e mulheres. Com o intuito de ilustrar o processo de design em estágio mais avançado, optou-se por comentar sobre três famílias e suas produções localizadas no município de Agronômica, no Alto Vale do Itajaí: Bork&Grünfeldt, Fanton e Cattoni.

6.2.3 Situação?

A família Bork&Grünfeldt é o resultado da união das duas famílias (ambas alemãs) que constituem seu nome, dando continuidade a uma produção conjunta de: geleias de laranja, figo, pêssego, nata, macarrão, nhoque, ovos de páscoa, mel, conservas (pepino) e galinha caipira. Já a família Fanton tem origem italiana e se ocupa da produção de melado, rapadura,

açúcar mascavo, cana de açúcar, doce de banana, doce de tangerina, biscoitos e comida colonial. Por fim, também de origem italiana, a família Cattoni se ocupa da produção de arroz e mel.

A Associação dos Micro e Pequenos Empresários do Alto Vale do Itajaí (AMPE) é a ONG que indicou essas famílias para um trabalho conjunto com o NASDESIGN. Antes da chegada do grupo de pesquisa, já se desenvolvia o projeto Acolhida na Colônia, integrado à rede francesa *Accueil Paysan*, que propõe a valorização do modo de vida no campo através do agroturismo ecológico. No entanto, o projeto era realizado num sentido *top-down*, motivando as pessoas a atingirem certos padrões de qualidade para ganhar o selo de participação da rede, além de pagar uma quantia mensal para poder participar. Se por algum motivo, a família perdesse a possibilidade de colocar o selo em seus produtos, apenas ficava a frustração de não ter alcançado as metas de qualidade.

6.2.4 Resultados de design?

O objetivo do NASDESIGN consistiu em fortalecer a identidade dessas famílias, através do *Processo de Design Habilitante para Iniciativas Locais*, a fim de melhorar o posicionamento de seus produtos no mercado local e valorizar as raízes de suas tradições locais. Com este processo, foi possível construir vivências junto às comunidades, no intuito de interpretar características subjetivas que representavam as experiências dessas famílias, em seus valores e estética. O resultado foi a conformação de identidade visual para todas, como um brasão da produção familiar, o que trouxe motivação social e sentimento de pertencimento, além da maior aceitação às práticas de design. Com esta abertura, fica muito mais fácil inserir outros tipos de programas sociais, como a inserção de novos serviços, interfaces e ferramentas que melhor organizam as produções a uma realidade sustentável.



Figura 7: Marca Alto Vale do Itajaí.

A marca do Alto Vale do Itajaí, demonstrada na Figura 7, foi criada com o intuito de dar unidade ao conjunto de famílias que se identificam com suas marcas próprias, mas que também entendem fazer parte de um conjunto maior. Isto facilita o entendimento da formação do grupo, com uma mesma identidade, o que dá o sentimento de pertencimento às famílias e facilita a relação entre as pessoas em troca de serviços futuramente.

O desenvolvimento das marcas para as famílias Bork & Grünfeldt, (Figura 8), Fanton (Figura 9), Cattoni (Figura 10) e embalagem para o arroz produzido por esta última (Figura 11), seguiu o mesmo princípio de criar identidade visual a partir da vivência dos designers junto às comunidades, com o intuito de representar/promover unidade familiar e transpor valores da família para seus produtos.



Figura 8: Marca Bork&Grünfeldt.



Figura 9: Marca Fanton.



Figura 10: Marca Cattoni.



Figura 11: Embalagem arroz Cattoni

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto desenvolvido junto a COLIMAR e às famílias do Alto Vale do Itajaí nos permite diagnosticar resultados em diversos níveis. O processo cocriativo é a melhor forma para as pessoas expressarem suas capacidades e dificuldades. A organização de redes de distribuição locais facilita o reconhecimento de capacidades e serviços em uma região, o que permite o fortalecimento de relações sociais dentro da mesma. Soluções sistêmicas de problemas é a melhor forma de trazer benefícios nos espectros social, econômico e ambiental, e devem ser propostas de acordo com a realidade da comunidade. A criação do símbolo visual que representa a identidade da comunidade promove motivação social e o sentimento de pertencimento. O design de embalagem para produtos locais permite a introdução do respeito a normas técnicas e no maior valor agregado do produto, resultando na sua maior competitividade de mercado. A abordagem sistêmica permite a visualização dos personagens envolvidos e suas atuações no sistema produtivo, facilitando a conexão de serviços locais e a identificação, para futura criação, de serviços inexistentes. O processo de design voltado a esse fim permite o incentivo de produções locais, o que melhora a renda das famílias dessas comunidades. A melhora de qualidade de vida dá a alternativa aos filhos dessas famílias de permanecer junto a elas, dando continuidade a suas produções, desenvolvendo o espírito empreendedor e o fortalecimento da unidade familiar. Um segundo passo seria o de trazer a educação mais próxima a esses jovens, como através da educação a distância. Isso diminuiria o número de migrações para as cidades maiores e promoveria um desenvolvimento ainda mais eficiente em áreas agrícolas. A facilitação do trabalho em comunidades através do design de processos, interfaces de comunicação, ergonomia e consequente valorização dos produtos e melhor qualidade de trabalho das pessoas, promove o desenvolvimento e a expressão das capacidades dos atores sociais. Estes, por sua vez, são valorizados pelo seu grupo, pois a união é percebida como um meio de alcance a objetivos em comum.

Cabe ao designer, portanto, adaptar conhecimentos técnicos e científicos, até mesmo de outras áreas, a uma linguagem e realidade que possibilitem o entendimento real das comunidades criativas e, conseqüentemente, a mudança de hábitos. Conclui-se, que o designer, em interface com outras áreas do conhecimento e em parceria com outras instituições fomentadoras de desenvolvimento, é um agente de desenvolvimento local, capaz de motivar mudanças positivas em grupos humanos e facilitar o caminho a uma sociedade sustentável.

REFERÊNCIAS

- [1]. Acolhida na Colônia. Disponível em: <<http://www.acolhida.com.br>>. Acesso em 24/04/2011.
- [2]. BUARQUE, S. C. Construindo o desenvolvimento local sustentável – metodologia de planejamento. 4. ed. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2002. 177 p.
- [3]. CASTELLS, M. O poder da identidade. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. v. 2. 3ª. ed. São Paulo: Paz e Terra. 2002, 530 p.
- [4]. _____. A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. v. 1. 6ª. ed. São Paulo: Paz e Terra. 1999, 698 p.
- [5]. CHAVES, N. La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos. Buenos Aires: Paidós, 2006.
- [6]. DIONNE, H. A pesquisa-ação para o desenvolvimento local. Brasília: Liber Livro Editora, 2007. Trad. Michel Thiollent.
- [7]. KNOWLES, M.; HOLTON III, E. F.; SWANSON, R. A. The adult learner: the definitive classic in adult education and human resource development. 5 ed. Houston, Texas: Gulf Publishing Company. 2005, 310 p.
- [8]. KRUCKEN, L. Design e Território: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Novel, 2009.
- [9]. KUHN, T. A estrutura das revoluções científicas. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- [10]. MANZINI, E.; VEZZOLI, C. O desenvolvimento de produtos sustentáveis. São Paulo: Editora da Universidade, 2002.
- [11]. _____. Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Cadernos do Grupo Altos Estudos Rio de Janeiro, v. 1, 2008.
- [12]. MERONI, A. (Org.). Creative communities – people inventing sustainable ways of living. EMUDE. Milão: Polidesign, 2007. 177 p.
- [13]. MORIN, E. Complexidade e Liberdade. Anteriormente publicado em ensaios THOT, Associação Palas, Athena, São Paulo (nº67, 1998, pp. 12-19). Disponível em: <<http://www.juliotorres.ws/textos/teoriadacomplexidade/Complexidade-e-Liberdade.pdf>>. Acesso em: 03/03/2011.
- [14]. MOZOTA, B. B. de. Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Brigitte Borja de Mozota, Cássia Klöpsch, Filipe Campelo Xavier da Costa; tradução: Lene Belon Ribeiro. Porto Alegre: Bookman, 2011. 343 p.
- [15]. Portal Governador Celso Ramos. Disponível em: <<http://www.govcelsoramos.com.br/pesca.php>>. Acesso em: 02/06/2011.
- [16]. THACKARA, J. Plano B: o design e as alternativas viáveis em um mundo complexo. Tradução de Cristina Yamagami. São Paulo: Saraiva: Versar, 2008.
- [17]. VEZZOLI, C. Design de Sistemas para a Sustentabilidade. Salvador: EDUFBA, 2010. 343 p.
- [18]. ZAOUAL, H. Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2006. 253 p.