

O DESIGN NO PROCESSO DE INCUBAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS POPULARES

BEANY GUIMARÃES MONTEIRO²

Resumo: Esse artigo refere-se aos aspectos teóricos e práticos trabalhados pela equipe do Laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (LABDIS/EBA/UFRJ), sobre o projeto de Extensão Design em Empreendimentos Populares (DEP), a partir do resumo apresentado no 11º Congresso de Extensão da UFRJ em 2014.

Palavras-chave: empreendimentos populares; design; extensão

Abstract: This article refers to the theoretical and practical aspects worked by the staff of the Laboratory of Design, Innovation and Sustainability of the School of Fine Arts at the Federal University of Rio de Janeiro (LABDIS / EBA / UFRJ), on the Design Extension project in Popular Enterprises (DEP), from the overview of the abstract presented at the 11th UFRJ Extension Congress in 2014.

Keywords: income projects; design; extension

INTRODUÇÃO

No trabalho organizado por Lages, Braga e Morelli, publicado pelo SEBRAE em 2004, são apresentadas diferentes abordagens sobre desenvolvimento local que permitem relacionar o segmento produtivo ao território, tendo como base a formação de redes interativas, flexíveis e autônomas das comunidades empreendedoras, valorizando o saber e o saber-fazer destas comunidades.

² Universidade Federal do Rio de Janeiro, D.Sc., Professor Associado, beanymonteiro@eba.ufrj.br

Albagli (in LAGES, BRAGA, MORELLI, 2004) mostra formas de valorizar as diferenças que compõem essa rede de conhecimentos e saberes, a partir das experiências e relacionamentos sociais vivenciados por cada um, capazes de produzir singularidades. Para compor uma rede capaz de valorizar e agregar essas experiências e os saberes delas provenientes, o conceito de interdisciplinaridade, tal como é entendido por Brietenberg (2006), é utilizado para compor o referencial teórico do projeto Design em Empreendimentos Populares, coordenado pelo Laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (LABDIS/EBA/UFRJ).

Brietenberg (2006) parte de uma reflexão sobre a educação pelo Design para analisar experiências de equipes multidisciplinares, em termos de seu potencial criativo e de seus riscos para o projeto. A partir da formulação de uma dialética interdisciplinar, apresentada por Brietenberg (2006) para análise dessas experiências multidisciplinares, observa-se que, quando praticada com atores externos a academia, essa dialética ganha novos limites do ponto de vista epistemológico. Atuar como designer de forma interdisciplinar compreende então redesenhar os limites da prática considerando, no seu potencial de encontro com o outro, as assimetrias dessas novas relações (MENDES; MONTEIRO, 2010). De acordo com Krucken (2009, p. 30) “essa visão abrangente é crucial para planejar estratégias de valorização de produtos que promovam o desenvolvimento local”.

Manzini e Vezzoli (2001) e Penin (2006) mostram que ocorre uma mudança sistêmica quando a ação do designer considera a escala local, ou seja, as práticas locais e cotidianas de uma comunidade. Manzini (2006) define e conceitua esse novo espaço de geração de conhecimentos como sendo promotor de uma aprendizagem social. Para contribuir com a catalisação da aprendizagem e disseminação da base de conhecimento em design, e para transformar sua prática, teoria e instrumentos de forma coerente com a proposta de uma inovação social e situada, é exigida do designer a adoção de um novo *ethos* que promova sinergias e processos de aprendizagem abertos, locais, conectados e com limites bem definidos (MANZINI, 2006).

O Design para a Inovação Social atua no que Zaoual (2005) conceitua como “sítio simbólico de pertencimento” e produz, nas relações que estabelece nos sítios, um conhecimento de natureza autônoma. Essa autonomia é limitada pela pluralidade de atividades mediadoras entre o problema e a

solução, limites esses constituídos pela diversidade de conhecimentos, experiências e relações assimétricas, que passam a ser considerados não mais a partir do par problema-solução, mas como uma extensão desse par. A diversidade de estruturas e das relações possíveis implicam em uma importante inserção social e colaborativa do design e se aproxima do que Manzini (2006) denomina de aprendizagem social, materializada na multiplicidade de planos e orientações que as relações transversais ao par “problema-solução” vão originar e configurar.

Em termos metodológicos os desafios para a extensão, a pesquisa e o ensino do design referem-se ao fato dos diálogos orientarem e definirem os procedimentos e a apropriação dos conhecimentos que asseguram uma experiência plena de sentido, bem como a sua tradução para aplicação em outras situações possíveis. Essa tradução requer uma abertura dialógica e um enraizamento na situação que está na base do design sustentável (PAPANECK, 1984).

O designer assume no “Sítio Simbólico de Pertencimento” o papel de um mediador e de um tradutor entre o problema, sua reformulação e tradução no contexto social e cultural do sítio. Ele atua como articulador de um novo conhecimento, autônomo, formado transversal e assimetricamente, num processo de aprendizagem social. A mediação e a tradução são ações que transformam a realidade, atribuem novos valores e criam novas estruturas intermediárias que habilitam e facilitam as experiências locais e a emergência de conhecimentos e possibilidades inovadoras, provenientes dessas experiências, em outros sítios simbólicos de pertencimento (ZAOUAL, 2005; MONTEIRO, 2011).

De acordo com Monteiro (2011) a demanda que emerge para os designers refere-se ao traçado de uma nova direção no sentido de promover a qualidade de vida e a qualidade dos produtos e serviços resultantes das ações de um empreendimento popular. Essa demanda remete ao desenvolvimento de novos talentos investigativos e extensionistas que, considerando a realidade cotidiana, desenvolva reflexões, propostas e cenários sobre a qualidade das relações, dos locais, das comunidades, dos bens comuns e do próprio tempo de ser e do fazer compartilhado. Essa demanda amplia a vocação do designer no sentido da difusão dos seus conhecimentos e no sentido da inovação social, sentidos esses refletidos no curso de sua ação profissional, e que passam a ser considerados na própria formação em Design (MONTEIRO, 2008).

DESIGN EM EMPREENDIMENTOS POPULARES: OBJETIVOS E METODOLOGIA DO PROJETO

O objetivo principal desse artigo é apresentar a Edição de 2014 do projeto Design em Empreendimentos Populares, cujo resumo foi publicado nos Anais do 11º Congresso de Extensão da UFRJ, em 2014 (Disponível em http://congresso.pr5.ufrj.br/images/_congresso/arquivos/Anais_Congresso_de_Extensao_2014.pdf). Essa Edição do projeto seguiu a metodologia das edições anteriores com algumas atualizações relativas ao tema do seminário e da bibliografia de apoio utilizada pelos bolsistas de extensão dessa edição do projeto Design em Empreendimentos Populares. As etapas desse projeto estão baseadas na realização de seminários, em mapeamentos e entrevistas realizados nas Incubadoras e em oficinas de design.

O projeto foi desenvolvido em 2006, com apoio da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado Rio de Janeiro (FAPERJ/Edital Primeiros Projetos 2006), e atua desde então junto a duas Incubadoras de empreendimentos populares: a Incubadora Afro Brasileira e a Incubadora de Empreendimentos para Egressos, localizadas no Rio de Janeiro e em São Gonçalo, município do Rio de Janeiro. O principal objetivo desse projeto é inserir o Design no processo de incubação desses empreendimentos, e ampliar o campo de atuação profissional para os jovens designers. Seus objetivos específicos são:

1. 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.
2. Refletir sobre o processo pessoal de trabalho.
3. Discutir elementos da estética na geração de conceitos de produtos e serviços.
4. Enraizar os conhecimentos gerados no processo de desenvolvimento do artefato, produto ou serviço.
5. Gerar tecnologia a partir do processo de inovação social.

Para tal são constituídos grupos de estudantes, professores, empreendedores e incubadoras que organizam e debatem princípios relativos ao Design que podem ser aplicados aos empreendimentos e ao ensino de Design na Escola de Belas Artes (EBA).

No primeiro semestre de cada ano a equipe de bolsistas do Programa Institucional de Bolsas de Extensão da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PIBEX/UFRJ) do Laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade da Escola de Belas Artes (LABDIS/EBA) realiza seminários relacionados ao projeto no Laboratório. Esses seminários abordam métodos para concepção do design de produtos ou serviços. Em 2014 os seminários tiveram como foco as estratégias de Design Thinking (VIANNA, et al, 2012) e os conceitos de território, terroir, enraizamento e empreendedorismo (ZAOUAL, 2005; KRUCKEN, 2009).

O conteúdo desses seminários servem como base empírica do projeto Design em Empreendimentos Populares, cujas ações são implementadas no segundo semestre de cada ano. Essas ações referem-se ao mapeamento nas Incubadoras parceiras sobre o processo de incubação, de entrevistas com os empreendedores indicados pelas incubadoras e à realização de oficinas de design com os empreendedores entrevistados. Os resultados do mapeamento e das entrevistas orientam a formatação dessas oficinas que, no caso da edição de 2014, estão sendo implementadas em 2015, com apoio do Edital do Ministério da Educação para a Extensão Universitária (MEC/PROEXT 2015).

O projeto tem como referência metodologias participativas, implementadas através de vivências, de simulações da realidade, jogos de empresa, além de um diagnóstico participativo e de uma pesquisa de campo realizada pelos estudantes para compreender o processo de incubação dos empreendimentos populares (MELO, 2000; PENIN, 2006). Essas referências são consideradas para a preparação de um material de apoio que orienta a realização das oficinas cujo conteúdo é organizado em até quatro módulos, de acordo com a edição, conforme Quadro 1.

QUADRO 1: Módulos das Oficinas de Design do projeto Design em Empreendimentos Populares

MÓDULOS	DESCRIÇÃO
1	Percepção Sócio-Cultural do Empreendimento. Objetivo: estabelecer vínculos relacionais para o desenvolvimento de um processo de co-design do Sistema Produto-Serviço (SPS).
2	Estudo de Mercado e Articulação de Parcerias. Objetivo: abordar os aspectos de mercado que implicam na definição de estratégias de negociação e articulação para a redução dos riscos do empreendimento.

MÓDULOS	DESCRIÇÃO
3	Comunicação Visual e Identidade Cultural do Empreendimento. Objetivo: Desenvolver a reflexão e a percepção dos empreendedores para os elementos estéticos e simbólicos contidos na imagem do empreendimento, seja essa imagem relacionada ao produto, serviço ou a própria programação visual. Permitindo assim, uma comunicação visual mais eficiente e diferenciada valorizando os elementos culturais específicos.
4	Sistema Produto-Serviço (SPS). Objetivo: desenvolver uma visão prospectiva do sistema produto-serviço. Ao final destes 4 módulos será realizado um evento público com a participação de parceiros para encerramento das atividades, divulgação dos resultados e entrega dos certificados.

O material gerado para cada edição do projeto pode ser visualizado no site do Laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade (lidis.ufrj.br). A infra-estrutura do projeto conta com apoios de editais externos e internos à UFRJ, bem como com a contra-partida das Incubadoras, que fornecem lanches para as turmas, disponibilizam contatos e espaço para realização das diferentes etapas do projeto, sobretudo nas etapas de mapeamento, entrevistas e oficinas.

As oficinas são cadastradas como curso de extensão junto à Divisão de Educação da Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ (PR5/UFRJ), e os participantes que cumprem 80% da carga horária proposta recebem um certificado emitido pela Pró-Reitoria. São aplicados dois questionários para avaliar os efeitos da ação sendo um no início das oficinas, para levantar as expectativas dos participantes; e outro ao final, para avaliar o alcance dos objetivos, o método e a didática.

Os resultados são organizados num relatório final entregue às instituições parceiras, após o término das atividades. Nesse momento também é realizado um evento público para encerramento das atividades, divulgação dos resultados e entrega dos certificados para os participantes da edição.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Laboratório de Design, Inovação e Sustentabilidade (LABDIS/EBA/UFRJ) procura contribuir com a abertura e a consolidação de novos campos de atuação para o design, considerando a sua inserção em práticas tradicionais próprias a cultura local. O Laboratório tem sua origem relacionada a uma demanda formulada por dois empreendedores da Incubadora Afro Brasileira, apresentada no mês de agosto de 2005. A partir desta demanda foi feito um contato com a

diretoria desta incubadora para estabelecer possíveis parcerias no sentido de atender à demanda apresentada, tendo em vista o conhecimento da mesma em projetos relacionados às questões sociais e culturais, e o conhecimento da equipe acadêmica, relacionado ao Design para Inovação Social e a Sustentabilidade.

Estabelecida a perspectiva de realização de ações de extensão junto à Incubadora, foi formulado um projeto em cujo escopo previa-se a montagem do laboratório, que foi então submetido aos órgãos de fomento no sentido de viabilizar as ações previstas. O edital selecionado incluía obras civis para preparação do espaço físico do LABDIS e, paralelamente, foi composta uma equipe que iniciou a preparação de um material teórico e prático para realização das oficinas internas e externas desta equipe com os parceiros. Foram então cadastrados os grupos de pesquisa prevendo a consolidação desse projeto e seu aprofundamento nos âmbitos do ensino, da pesquisa e da extensão inovadora em Design.

Atualmente são dois grupos de pesquisa cadastrados na base de dados do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq): Design Estratégico para a Sustentabilidade e Design de Produto para Sistemas Complexos. Esses dois grupos dão espaço para a atuação interdisciplinar do Laboratório com diferentes atores sociais, entre eles o Instituto de Engenharia Nuclear (IEN) e as Incubadoras parceiras.

Compreendendo o Laboratório como um espaço de experimentação e troca de experiências o Labdis tem como um de seus propósitos estabelecer relações e trocas que favoreçam a inserção do Design em áreas que demandem seus conhecimentos e suas ferramentas, ao mesmo tempo em que apresenta como vocação a habilitação dos atores sociais envolvidos nessas relações, para que interfiram e transformem o conteúdo apresentado, a partir de suas experiências e áreas específicas de conhecimento.

Os seminários realizados em 2014 tiveram como base o material produzido pela equipe de bolsistas de extensão, sobre o tema Design Thinking representados nas Figuras 1 e 2 (VIANNA et al, 2012). Cada seminário é relacionado a uma etapa do projeto, desde o mapeamento até as oficinas de Design.

Além dos seminários é solicitado à equipe de bolsistas do projeto a leitura de referenciais teóricos e a apresentação de fichamentos sobre os mesmos. Esse material é utilizado tanto para o aprimoramento dos conhecimentos da equipe quanto para a publicação de resumos em Congressos de Extensão e Jornadas de Iniciação Científica (Disponíveis em: <http://lidis.ufrj.br/#artigos>).

Análise de Dados

Cartões de Insights
Cartões de Insights é uma forma de se utilizar as informações coletadas nas Pesquisas Exploratórias, Desk e em Profundidade, de forma rápida, organizada e dinâmica.

São cartões que contêm uma informação principal, acompanhadas do tema envolvido e da fonte pertencente. Por exemplo:

- Internautas acreditam que a maioria das informações contidas na internet são de duvidosa credibilidade.

Tema: Comportamento
Fonte: Pesquisa Exploratória

Apropriadamente usadas em reuniões de criação do diagrama de afinidades, onde são identificados e estabelecidos padrões e inter-relações de dados ou em sessões de criação de idéias.



Tiago da Costa Duarte
LABDIS - Desenho Industrial - PP - EBA - UFRJ

01

Tiago da Costa Duarte
LABDIS - Desenho Industrial - PP - EBA - UFRJ

Análise de Dados

Diagrama de Afinidades
É o agrupamento dos cartões de Insight, com base em similaridade, afinidade, proximidade, afim de delimitar macro áreas em que o projeto estará inserido.

Diagramas estes que podem ser feitos e refeitos várias vezes, estudando diferentes conexões entre os dados e, preferencialmente, sendo elaborado em grupo.



02

Análise de Dados

Mapa Conceitual
É a forma ilustrativa e abstrata de se organizar as informações coletadas.

Utilizada na fase de imersão, auxilia na organização das informações recém coletadas e ajuda a administrar classificando-as em categorias como, indivíduo, tarefa, serviço, etc.



Tiago da Costa Duarte
LABDIS - Desenho Industrial - PP - EBA - UFRJ

03

Análise de Dados

Crítérios Norteadores
São as diretrizes do projeto, restrições e objetivos que mantêm o foco durante sua elaboração.

Personas
São personagens ficticiais criados a partir da coleta de informações de perfis extremos. São utilizados na sessão de criação de idéias, que auxiliam na compreensão das necessidades de diferentes grupos de público.

Mapa de Empatia
Ferramenta que sintetiza informações coletadas sobre o cliente. Diagrama que visa entender e contextualizar, compreendendo as percepções do cliente, suas necessidades em função do projeto, como por exemplo, saber o que ele pensa, vê, sente, etc.

Jornada do Usuário
Representação gráfica do passo-a-passo da relação do usuário com o produto ou serviço. Utilizado para focar nas necessidades do usuário, abordando até os menores detalhes.

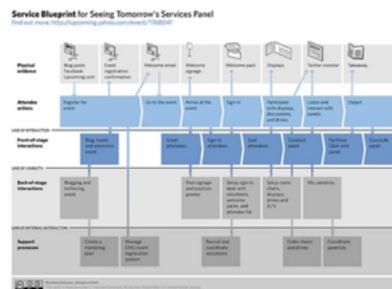
Tiago da Costa Duarte
LABDIS - Desenho Industrial - PP - EBA - UFRJ

04

Figura 1: Análise de Dados (Disponível em: <http://lidis.ufrj.br/seminarios/novostalentos/designthinking1504.pdf>)

Análise de Dados

Blueprint
É uma matriz que intercepta informações entre cliente, serviço e o prestador de serviço. Informações como: o que o cliente percebe, as ações exercidas por ele, ações do prestador evidenciados e não evidenciados pelo cliente, visando seu nível de satisfação em cada ponto da jornada.



Tiago da Costa Duarte
LABDIS - Desenho Industrial - PP - EBA - UFRJ

05

Figura 2: Matriz utilizada pelo projeto Design em Empreendimentos Populares (Disponível em: <http://lidis.ufrj.br/seminarios/novostalentos/designthinking0605.pdf>)

Os resultados alcançados até aqui demonstram que os conhecimentos aplicados nas ações do projeto Design em Empreendimentos Populares são

aqueles que tanto os próprios designers quanto aqueles que não são profissionais dessa área podem usar nos seus processos de trabalho. Isso confere à ação uma autonomia do campo de conhecimento de origem que interfere na discussão sobre os conhecimentos em design movendo o eixo dessa discussão dos métodos para os resultados alcançados. Na medida em que esses resultados demonstram a apropriação e a transformação dos conhecimentos utilizados nas oficinas, nos produtos e serviços produzidos pelos participantes, é possível demonstrar o impacto da ação do design em empreendimentos populares, e nos seus próprios conhecimentos.

Em termos de conteúdo, esses conhecimentos compõe uma coleção de artefatos cognitivos com diferentes propósitos: visões para estimular e dar sentido a discussão estratégica; propostas para integrar no corpo de projetos específicos; instrumentos para apoiar o entendimento do estado do pensamento e implementar idéias; reflexões sobre o sentido do que fazemos ou podemos fazer (MONTEIRO; SILVA, 2009).

REFERÊNCIAS

Albagli, Sarita, “Território E Territorialidade”. In: Lages, Vinícius, Braga, Christiano, Morelli, Gustavo, *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Rio de Janeiro: Relume Dumará / Brasília, SEBRAE, 2004.

Brietenberg, Mark, “Interdisciplinary Innovation”. In: http://icsid.org/education/education/articles185.htm?query_page=1. Consultado em 30 de setembro de 2014.

Krucken, Lia, *Design e Território. Valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

Manzini, Ezio, “Design, ethics and sustainability Guidelines for a transition phase”. DISIndaco, Politécnico di Milano. In: <http://www.dis.polimi.it/manzini-papers/06.08.28Designethics-sustainability.doc>. Consultado em maio de 2006.

Manzini, Ezio, Vezzoli, Carlo, *Product-Service Systems and Sustainability*. Opportunities for sustainable solutions. United Nations Environment Programme (UNEP). Division of Technology Industry and Economics (DTIE). Production and Consumption Branch PP. 39-43, Paris. France, 2001.

Mendes, Mariuze Dunajski, Monteiro, Beany Guimarães, “Design Social Dimensions. Perspectives and approaches to Solidarity Economy”. In: Ceschin, Fabrizio; Vezzoli, Carlo, Zhang, Jun (eds.). *Sustainability in Design: Now! Challenges and Opportunities for Design Research, Education and Practice in the XXI Century* (Anais), Volume I, 2010.

Monteiro, Beany Guimarães, Silva, Alina de Almeida Linch, “Design e Inovação Social:

uma experiência de extensão universitária nas Incubadoras Afro Brasileira e de Empreendimentos Populares”. In: *Congresso Brasileiro de Extensão Universitária – CBEU (Anais)*. Dourados, Mato Grosso do Sul, 2009.

Monteiro, Beany Guimarães, “Design & Inovação Social. Práticas de atuação e uso do Design em contextos locais”. In: Araújo Filho, Targino / Thiollent, Michel Jean-Marie, *Metodologia para Projetos de Extensão: Apresentação e Discussão*. Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) – São Carlos: Cubo Multimídia, 2008.

Monteiro, Beany Guimarães. “Conhecimentos autônomos em Design: assimetrias de um campo de ação”. In: *Revista Interfaces / Universidade Federal do Rio de Janeiro, Centro de Letras e Artes – Ano 17, no 14 (janeiro-junho 2011) – Rio de Janeiro: UFRJ/CLA, 2011 – semestral*. Pp. 138-144.

Papanek, Victor, *Design for the real world. Human Ecology and Social Change*. London: Thames and Hudson, 1984.

Penin, Lara, *Strategic design for sustainable social innovation in emerging contexts: framework and operative strategies*. PHD Thesis, Politécnico de Milão. Milão, 2006.

Vianna, Mauricio, Vianna, Ysmar, Adler, Isabel K., Lucena, Brenda, RUSSO, Beatriz, *Design Thinking. Inovação em negócios*. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

Zaoual, H. 2005. *Nova Economia das Iniciativas Locais: uma Introdução ao Pensamento Pós-Global*. Rio de Janeiro: DP & A Ed., 2005.