

- Aschar, R. (2001). *Brasileirêsência: a cultura do perfume*. São Paulo: Nova Cultural.
- Aschar, R. (2010). *Guia de Perfumes*. São Paulo: Official.
- Cavalcanti, P. e Chagas, C. (2006). *História da embalagem no Brasil*. São Paulo: Grifo Projetos Históricos e Editoriais.
- García Canclini, N. (2001). *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 4ª ed.
- Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (FGV) para a Associação Brasileira de Embalagens (ABRE). (2011). *Dados de mercado 2010*. Acesso em: 14/03/2011. Disponível em: [Dados de Mercado 2010. http://www.abre.org.br/centro_dados.php](http://www.abre.org.br/centro_dados.php).
- Lipovetsky, G.; Roux, E. (2008). *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lipovetsky, G. (2009). *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Negrão, C.; Camargo, E. (2008). *Design de embalagem – do marketing a produção*. São Paulo: Novatec.

Abstract: This article intends to analyze how packaging can become a strategic tool for communicating the values of one or more brands. In order to illustrate its importance in this process it will be briefly reviewed the history of two partner companies, Casa Granado and Isabela Capeto. With the proposal of combining tradition, luxury and modernity, they launched the perfume Isabela Capeto, which is an

example of the role of packaging that are far beyond arouse consumer interest. It's the packaging a kind of media with which the consumer has the longest experience with the brand.

Key words: Design - Packaging - History - Perfume - Fashion.

Resumo: De que forma a embalagem pode se tornar uma ferramenta estratégica para comunicar os valores de uma ou mais marcas é o que pretende analisar esse estudo. Para ilustrar sua importância nesse processo será brevemente analisada a história de duas empresas parceiras, Casa Granado e Isabela Capeto. Com a proposta de aliar tradição, luxo e contemporaneidade, juntas lançam o perfume Isabela Capeto, um exemplo de que o papel das embalagens está muito além de despertar o interesse do consumidor. A embalagem é um meio por o qual o consumidor mantém por mais tempo a experiência com a marca.

Palavras chave: Design - Embalagem - História - Perfume - Moda.

(*) **Guilherme Cunha Lima.** PhD em Design Gráfico, University of Reading, Reino Unido. Vice-Coordenador PPD, Desenho Industrial, Escola Superior de Desenho Industrial-ESDI, Rio de Janeiro, Brasil.
Camila Assis Peres Silva. Mestrado em Design, Escola Superior de Desenho Industrial, Brasil. Bolsista, Desenho Industrial, ESDI.

Design participativo como ferramenta de transformação social

Paulo Fernando de Almeida Souza y Ana Beatriz Simon
Factum (*)

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 211-217. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: julio 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Resumen: Este artículo propone una reflexión sobre el papel del diseño participativo en el atendimento de demandas de sustentabilidad y responsabilidad social. Se presenta una experiencia relativa a la creación de tecnologías sociales, que comprenden productos, técnicas y/o metodologías reaplicables, desarrolladas en la interacción con los emprendimientos económicos solidarios y con transformación social efectiva. La relación de la universidad con trabajadores que ejercen sus actividades económicas como un colectivo, en cooperación y autogestión, es mediada por el diseñador participativo. Se presentan algunos resultados del trabajo de diseñadores, considerando procesos de toma de decisiones con comunidades en la búsqueda de productos sostenibles e socialmente responsables en Salvador, Bahía, Brasil.

Palabras clave: Responsabilidad social - Sustentabilidad - Diseño participativo - Economía solidaria - Medio Ambiente.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en pp. 216-217]

Introdução

Considerando o fato do principal objetivo do design ser a resolução de problemas complexos por meio do planejamento de alternativas e formulação de “melhores modos de fazer”, espera-se que os designers possam atuar em domínios além do desenvolvimento de sistemas de objetos e processos, direcionando seu trabalho, sobretudo, no desenvolvimento de soluções para sistemas humanos e ambientes naturais, incluindo a melhoria da qualidade de

vida em sociedade. Em sintonia com o entendimento do design comentado por Souza (2007), design apresenta-se como um conjunto de estratégias voltadas para criação de interfaces humanas para processos tecnológicos. Nesta perspectiva, o resultado do design pode promover novos valores que, de forma abrangente, influenciam o modo de vida das pessoas e as formas de obtenção de satisfação. Como aponta Schmidheiny (1992), as organizações bem sucedidas em um mundo sustentável serão aquelas que

melhor se destacarem de seus competidores no sentido de agregar valores aos seus produtos e serviços em sintonia com os requisitos de proteção do meio ambiente e manutenção da vida, envolvendo uma busca voluntária e permanente de redução de uso de matéria-prima *in natura*, promovendo resultados além dos interesses de seus clientes e investidores. Nesta perspectiva, a sustentabilidade nos negócios pode ser entendida como um código de responsabilidade no qual mudanças de comportamento são formuladas e postas em prática, agindo como uma filosofia de projeto e tomadas de decisão que maximizam a qualidade ambiental, juntamente com a redução dos impactos negativos da produção industrial na qualidade de vida, envolvendo tanto aspectos econômicos quanto culturais. Além disso, o respeito ao modo de vida das pessoas representa um relevante papel na proposta de soluções sustentáveis, considerando que todo produto ou sistema desenvolvido pelos designers deve atender a demandas de bem-estar, i.e. foco em uma perspectiva humana. Em concordância com o pensamento de McLennan (2004), acreditamos que o diálogo entre cultura, ecologia e geração de bem-estar, tanto de forma coletiva quanto individual, eleva o objeto de design a um nível de importância muito maior, essencial para a busca de sustentabilidade.

O debate acerca da estética dos produtos sustentáveis e socialmente responsáveis também representa um avanço significativo no discurso do design, promovendo soluções que tragam adequação na qualidade dos sistemas produtivos, bem como na satisfação das necessidades do usuário no que diz respeito à qualidade dos sistemas de objetos. Uma relação entre práticas insustentáveis e as qualidades estéticas dos produtos manufaturados foi apresentada por Walker (2005, p. 48), evidenciando o fato de que a estética da maior parte dos produtos manufaturados, sobretudo aqueles de produção em massa, está associada a 'práticas social e ambientalmente danosas', uma vez que representa desperdícios de materiais e consumo excessivo de energia, tanto em seus processos de produção, quanto em seu uso pelo consumidor final. Além disso, o autor chama a atenção para a ausência de manutenção e assistência pós-uso, tais como consertos, recondiçamentos ou reaproveitamentos desses bens de consumo, o que encurta drasticamente sua vida útil.

Como afirma Walker (2005, p. 50), produtos construídos com invólucros, normalmente utilizando plásticos, tais como o co-polímero Acrilonitrilo Butadieno Estireno (ABS), em sistemas de moldes de injeção, são invioláveis e de difícil manipulação por parte do usuário. Desta forma, a simples opção por uma estética proveniente de processos de injeção já poderia ser um indicador de insustentabilidade para objetos de design, tomando-se por base uma análise profunda dos sistemas de produção / distribuição / uso / descarte, como estratégia fundamental na tomada de decisões de projeto.

Outro aspecto relacionado à estética dos produtos levantado por Walker (2005) é a contextualização cultural dos objetos, buscando o atendimento às particularidades locais do design, o que aumenta as chances de aceitação e uso prolongado dos objetos pelos consumidores/usuários. Neste sentido, o autor propõe o indicador estético "culturalmente neutro" na identificação de objetos que não

pertencem a nenhum grupo de usuários em particular, podendo ser originário da China, Brasil ou Inglaterra, de forma indiscriminada e, portanto, imparcial. Esta estética falha em responder às necessidades de ressonância cultural do design, que poderia estabelecer uma relação de uso mais estruturada com diversos públicos, aumentando, por exemplo, sua vida útil.

De acordo com Walker (2005):

As habilidades criativas e de visualização dos designers lhes concedem um papel único e potencialmente influente no processo de reestruturação dos objetos de modo que, nos seus materiais, manufatura e aparência, eles estejam de acordo com, e sejam uma expressão de princípios sustentáveis e de valores humanos significativos. Podemos inferir disto que objetos 'sustentáveis' serão marcadamente diferentes dos produtos existentes, e serão identificados através de uma tipologia estética bastante diferente. (Walker, 2005, p. 53)

Desta forma, a definição de uma estética no processo de design deve estar voltada para uma tomada de decisões centrada em práticas sustentáveis e socialmente responsáveis, adequando a percepção da forma proposta para os objetos ao modelo de desenvolvimento humano além do consumo indiscriminado de artefatos, buscando sempre atentar-se para uma preocupação com os impactos ambientais, culturais e sociais no desenvolvimento de objetos.

Este estudo apresenta alternativas de design, implementadas com base na abordagem participativa no desenvolvimento de produto, no âmbito dos chamados negócios solidários, onde cooperados e designers dialogam visando a construção de práticas sustentáveis e socialmente responsáveis, no enfrentamento de problemas que afetam o desenvolvimento das sociedades, particularmente os aspectos de ordem econômica, ambiental, cultural e ética. O principal objetivo deste artigo é evidenciar as possibilidades estéticas e, consequentemente, comerciais de objetos de design desenvolvidos a partir de materiais descartados e reaproveitados. Para tanto, apresentam-se exemplos de produtos e estéticas desenvolvidas com estudantes de design e trabalhadores(as) organizados em empreendimentos econômicos solidários em Salvador, Bahia. (Singer, 1997)

Trata-se de ampliar os esforços ora existentes no Brasil e no mundo em criar um "modelo social" de prática de design, superar a visão que a maioria das pessoas possui quando pensam em design de produto, "visionam produtos para o mercado produzidos por um fabricante e dirigidos a um consumidor. Desde a Revolução Industrial, o paradigma de design dominante tem sido o de desenhar para o mercado; alternativas têm recebido pouca atenção" (Margolini e Margolini, 2004, p. 43)

Design e práticas sustentáveis

A perspectiva de inclusão de metodologias de design em modelos gerenciais representa uma importante forma de implementação de negócios sustentáveis e socialmente responsáveis, visto que o designer tem em seu foco de trabalho as necessidades do usuário, o que significa pen-

sar previamente em bem-estar ao invés de desenvolver soluções unicamente na ótica do lucro, mas que precisam de adaptações para atender às necessidades e expectativas humanas *a posteriori*. Os designers são convidados a gerar eficiência nos processos produtivos, priorizando a redução de materiais, escolhendo fontes de energia ecologicamente adequadas, otimizando e dando maior durabilidade em produtos desde o início do projeto. Além disso, os designers devem considerar o ciclo de vida de matéria-prima e seus impactos em sistemas humanos e naturais, levando em conta o fato de que os consumidores, cada vez mais, demandam produtos e serviços que evidenciem idéias ambientalmente sustentáveis, socialmente responsáveis e culturalmente atrativas (Manzini e Vezzoli, 2002). Nesta ótica, o designer socialmente responsável entra em cena como um mentor para ajudar as empresas a atingir níveis de competitividade e, ao mesmo tempo, atender às demandas sociais de melhoria de qualidade de vida e respeito ao ambiente.

Partindo-se do princípio de que o aprendizado das estratégias de economia solidária, ou seja, ações econômicas associativas onde o trabalho, a propriedade dos meios e bens de produção, os resultados do comércio e o conhecimento e poder de decisão são divididos por todos os participantes, com base em princípios de equidade e solidariedade nas relações laborais (Cruz, 2006), está focado no conhecimento coletivo, construído por meio da contribuição de cada participante do processo, acreditamos que o design pode funcionar como um relevante mediador para o necessário diálogo e conexão que motivam as pessoas a atingir os objetivos de um mundo sustentável. Em países considerados periféricos ou com industrialização recente, a implementação de projetos de economia solidária está focada no sentido de oferecer aos produtores com capacidade reduzida de produção, tais como em comunidades rurais ou associações de artesãos, oportunidades de trabalho e melhoria nas condições laborais, ou até mesmo a perspectiva de conseguir um emprego formal, com todos os direitos legais de segurança social. O principal objetivo, portanto, é a promoção da melhoria de condições de vida e autoestima de populações marginalizadas, que não conseguiriam outras alternativas para se tornar econômica e socialmente ativas, ou obter condições de vida mais saudáveis, dentro de uma dignidade mínima aceitável.

Em nossa visão, um dos mais eficazes métodos de design aplicados a consolidação de uma economia solidária é a abordagem participativa em Design, que no campo da tecnologia da informação é conhecida como método de Design Participativo, que congrega um conjunto de estratégias que visam dar aos participantes a oportunidade de atuar decisivamente na tomada de decisões, com destaque para o aumento de auto-estima, participação individual e envolvimento em um projeto coletivo. Conforme os estudos iniciais de Howard (2004), a abordagem participativa em design pode ser entendida como um método construído a partir do exercício da democracia na tomada de decisões, agindo diretamente nas particularidades de confluências das pessoas, instituições, culturas e economias, por meio do intercâmbio de conhecimento de especialistas e leigos, adicionando significativa ressonância cultural às soluções de design.

A abordagem participativa em Design deve incluir as seguintes etapas:

- a. Formulação do problema;
- b. Identificação e clarificação dos valores em função do público em questões e as particularidades locais;
- c. Determinação de uma hierarquia de valores;
- d. Processo de tomada de decisões;
- e. Justificativa e explicação da filosofia de design adotada;
- f. Busca e teste de soluções coletivas;
- g. Detalhamento de projeto e implementação da proposta.

Diante disso, existe uma necessidade imediata de se migrar da abordagem tradicional do design, voltada unicamente para uma intervenção direta no problema de projeto, para uma atuação sistêmica, compreendendo o problema sob diferentes óticas, levando em consideração as visões de todos os atores envolvidos e o conhecimento não-acadêmico na prospecção de soluções de design (Findeli, 1994).

O governo brasileiro propôs uma série de princípios voltados para a identificação de estratégias justas e solidárias associadas ao trabalho de produtores em cooperativas e comunidades, de acordo com os objetivos da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), do Ministério do Trabalho e Emprego, na busca de uma base comum de conhecimento e entendimento da filosofia de Comércio Justo e Solidário em uma perspectiva nacional, como segue (Brasil, 2007):

- Auto-gestão: os trabalhadores não estão mais subordinados a um gerente ou chefe, mas, sim, responsáveis por todas as decisões e resultados da produção, de forma coletiva;
- Democracia: a economia solidária está fortemente associada a práticas democráticas, de forma a reconhecer a importância de cada um no processo de produção, tendo os mesmos direitos nas relações econômicas;
- Cooperação: ao invés de competição, tem-se a cooperação entre os atores econômicos, ajudando cada um a obter os resultados de forma coletiva, o que é bom para todos;
- Foco no ser humano: as pessoas são o mais importante e principal objetivo de todos os processos econômicos;
- Diversidade: reconhecimento da importância de se ter diferentes culturas participando do ciclo econômico, independente de sexo, religião, cor ou orientação sexual;
- Emancipação: trabalhar para a melhoria de qualidade de vida, liberdade e emancipação de todos os atores da economia;
- Valorização do conhecimento local: potencialização das comunidades locais no sentido de preservar seus conhecimentos e valores culturais, bem como melhorar aspectos como renda e auto-estima;
- Valorização da aprendizagem: investimento permanente em treinamento e capacitação de pessoal;
- Justiça social: produção, comércio, consumo e desenvolvimento técnico promovido de forma igualitária, visando a melhoria de bem-estar e qualidade de vida em uma perspectiva solidária;
- Respeito pelo ambiente e as futuras gerações: empreendedores solidários devem estar cientes dos impactos de sua produção na natureza e na sociedade, buscando

continuamente atingir níveis adequados de eficiência de forma sustentável.

Levando em consideração estes princípios básicos para implementação de estratégias de sustentabilidade e responsabilidade social, governos, ONGs, cooperativas, comunidades e público em geral podem organizar redes de economia solidária em uma articulação mais abrangente, usando uma plataforma comum de entendimento destes princípios, fortalecendo suas ações em uma perspectiva nacional.

Desenvolvimento de uma estética possível para produtos sustentáveis e socialmente responsáveis

Este estudo apresenta alguns resultados obtidos a partir da abordagem participativa em design, considerando processos de tomadas de decisão com comunidades, na busca por uma estética de produtos sustentáveis e socialmente responsáveis, em Salvador, Bahia, no âmbito da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) em parceria com cooperativas locais. Na condição de maior universidade multicampi do país, atendendo 379 municípios do estado da Bahia, de um total de 418, esta universidade tem um papel fundamental para o desenvolvimento da região, sobretudo por meio de projetos de pesquisa e extensão voltados para melhoria das comunidades locais. Neste sentido, a universidade tem investido em ações de empreendedorismo e incubação de negócios, particularmente de economia solidária, como parte significativa de sua missão institucional.

Uma das primeiras experiências de inserção de design no desenvolvimento de produtos desenvolvidos por comunidades foi o apoio da universidade a uma cooperativa de catadores de materiais recicláveis, localizada no subúrbio de Salvador, iniciado por um docente da UNEB em 2005, com apoio do CNPq. Sob a supervisão de um pesquisador, os membros da cooperativa foram convidados a participar das aulas de projeto de produto, de forma integrada aos alunos regulares da graduação, visando o desenvolvimento de produtos derivados dos materiais reciclados pela cooperativa, particularmente as garrafas de *polietileno tereftalato* (PET). O ponto de partida foi a busca de uma estética para a confecção de produtos que pudessem aumentar a rentabilidade da cooperativa, oferecendo outras destinações além da simples compactação das garrafas e vendagem por volume. A temática central da disciplina foi, então, orientada para o desenho de uma coleção de jóias e bijuterias a partir da reciclagem das garrafas selecionadas pelos catadores. A partir de 2007 este trabalho passa a integrar a Incubadora de Empreendimentos Econômicos Solidários UNEB/UNITRABALHO - INCUBA (Universidade do Estado da Bahia, 2012) que adotou a metodologia de trabalho desenvolvida na cooperativa supracitada, reaplicando-a para os demais públicos atendidos, a qual segue o método de Paulo Freire no sentido de partir do universo do indivíduo (cooperados e estudantes), entendendo-o como sujeito da sua história e possibilitando que o mesmo faça a leitura do seu mundo, com o objetivo de transformá-lo.

A utilização da abordagem participativa foi conduzida de forma que os estudantes de design juntamente com os cooperados trabalhassem na busca de soluções, dentro das seguintes etapas:

1. Diálogo com a comunidade de catadores, buscando o entendimento das suas necessidades e particularidades;
2. Desenvolvimento técnico de design e inovação em produto, promovendo alternativas para a manipulação dos materiais;
3. Eleição coletiva das soluções de design mais viáveis e adequadas para a comunidade e tomadas de decisão;
4. Teste de produto e implementação de design;
5. Detalhamento de projeto e melhorias nas soluções de design;
6. Desenvolvimento de estudos de mercadologia;
7. Avaliação iterativa e redesign de produto.

O foco do projeto de design, bem como o processo criativo em si, foi a identidade local como referência para as peças e a manipulação espontânea dos materiais na busca de uma nova estética para as jóias de PET. Uma breve discussão sobre os resultados estéticos deste estudo pode ser encontrada nos estudos de Souza e Factum (2010).

Outro exemplo de geração de estética a partir do trabalho conjunto de estudantes de design e membros de cooperativas é a produção de jóias desenvolvidas com uso de fios de cobre reaproveitados. O projeto de design, intitulado “Descobrimo o cobre”, foi realizado pelas estudantes Geórgia Nunes e Luma Magalhães, em colaboração com os membros da cooperativa de artesãs “Mãos que ousam”, localizada no bairro de Cajazeiras, em Salvador. O material de trabalho foi coletado pela Cooperativa Juventude Ativista de Cajazeiras (JACA), que visa a geração de trabalho e renda a partir da meta-reciclagem do lixo eletrônico e também a inclusão digital de jovens moradores da comunidade.

O projeto “Descobrimo o cobre” parte da busca de novas possibilidades estéticas para peças e produtos oriundos do chamado lixo eletrônico, gerado pelo descarte de televisores, computadores, celulares e outros aparelhos que contêm substâncias poluentes e que oferecem risco à saúde humana, como o chumbo, o mercúrio, o berílio e o cádmio, atribuindo valor agregado aos materiais reaproveitados, o que traz benefícios não só para a população que irá adquirir o produto, mas também para o futuro do planeta. Diante dos diversos subprodutos derivados do lixo eletrônico, as estudantes e membros de cooperativas optaram desenvolver objetos a partir da utilização dos fios de cobre presentes nos equipamentos eletrônicos.

Seguindo a mesma temática de reaproveitamento de materiais oriundos do lixo eletrônico, outro estudante de graduação em design, Paulo Alves, optou pelo desenvolvimento de produtos a partir de peças que não teriam destinação para a indústria de informática ou não possuíam valor comercial significativo. A peça estudada foi a fonte de alimentação de computadores, que, uma vez queimada, torna-se inutilizável, devido ao alto custo de manutenção ou recondição. A fonte, foi, assim, desmontada e suas peças individuais foram analisadas, buscando novas possibilidades e configurações formais que pudessem levar a um novo produto para comer-

cialização. Foi, então, desenvolvido o projeto “Ventu”, utilizando os ventiladores reaproveitados de fontes de alimentação, montados para compor um ventilador de mesa para uso individual, com duas velocidades, direcionado para o mercado de escritórios ou estações de trabalho na forma de células ou cubículos. Um importante dado levantado no projeto de produto foi o baixo consumo de energia do Ventu, que consome cerca de 15% da energia necessária para o funcionamento dos menores modelos de ventiladores disponíveis no mercado.

Considerações finais

Para um trabalho desta natureza, utilizou-se o paradigma da educação popular, com base no trabalho de Paulo Freire, no ensino em design. Sob a perspectiva da educação como prática da liberdade. Nas palavras do próprio Freire (2000, p. 44):

Educação que, desvestida da roupagem alienada e alienante, seja força de mudança e de libertação. A opção, por isso, teria de ser também, entre uma ‘educação’ para a ‘domesticação’, para alienação, e uma educação para a liberdade. ‘Educação’ para o homem-objeto ou educação para o homem-sujeito.

Assim sendo, a perspectiva do Método Paulo Freire resultou nos seguintes princípios:

1. Utilização do potencial criativo da história e cultura local. A partir das referências da cultura popular nordestina, desenvolveram-se as tecnologias de fabricação de produtos com o reuso de embalagens pós-uso, bem como com todo e qualquer material descartado. Tal como propõe Paulo Freire, Aloísio Magalhães, Lina Bo Bardi e outros, os atores envolvidos embasaram-se no conhecimento construído pela população da cidade de Salvador, que sobreviveu a trezentos anos de sistema escravocrata, detentora de uma cultura histórica do reuso, ou seja, “procurar com atenção as bases culturais de um País (sejam quais forem: pobres, míseras, populares) quando reais, não significa conservar as formas e os materiais, significa avaliar as possibilidades criativas originais” (Bardi, 1994, p. 21).

Para se praticar o ensino do design nos países periféricos é necessário se ter em conta as colocações de Maldonado (1993): “nos países de terceiro mundo, nos que, precisamente, a indústria manufatureira é inexistente (ou quase), o discurso relativo ao desenho industrial assume um significado, no melhor dos casos apenas programático”. (Maldonado, 1993, p. 83)

É uma tarefa que obrigatoriamente deve incorporar as especificidades do seu local de inserção: a cidade de Salvador, capital do Estado da Bahia, é conhecida como a ‘Roma Negra’ (Mangavita, 2005) formada, na sua grande maioria, por uma população de negros e mestiços.

2. A questão ambiental cuidando não apenas do meio ambiente, mas, também, da sustentabilidade do homem. O design para a sustentabilidade e responsabilidade social, assumindo a linha da justiça ambiental (Martínez Alier,

2007). Ou seja, o interesse material pelo meio ambiente é visto como fonte de condição para a subsistência.

O design para a sustentabilidade oferece a possibilidade de rever o tradicional papel do design orientado para o mercado que, com o auxílio da mídia, tornou-se sinônimo de luxo, sempre usando como estratégia a descartabilidade e a obsolescência dos produtos com o objetivo de manter o ciclo vicioso do consumo. Em um país como o Brasil, onde os índices de pobreza e exclusão social são altos, possuem o mesmo grau de importância a responsabilidade ambiental e a responsabilidade social, portanto, é necessário incorporar as ações projetuais à realidade social que nos cerca, ou seja, é fundamental que os designers possuam um ferramental que dê conta das questões emergenciais que afligem a sociedade brasileira. Para que este fato ocorra é preciso seguir o que afirmam Santos e Factum (2006):

Neste contexto, é importante definir um corpo de conhecimento em design apropriado, como também estratégias pedagógicas correspondentes, que irão levar os estudantes a cruzar as fronteiras da disciplina com o objetivo de alcançar o desenvolvimento e avaliação de produtos socialmente responsáveis, tanto quanto a reconceitualização da prática e da educação em design. (Santos e Factum, p. 1).

3. Design participativo com a perspectiva de construção do conhecimento em condições igualitárias entre cooperados, professores e estudantes, onde nada é imposto, tudo é proposto. Um exercício permanente de despir-se do manto da tecnocracia. Desobedecer à lógica que restringe o design a uma atividade moderna praticada exclusivamente por uma elite profissional, complementando o estudo do design profissional com o reconhecimento das atividades não profissionais, como preconiza Pacey (1992), Contribuição-chave, para que os envolvidos considerassem as soluções e processos do design vernacular de extrema significação e identificassem que nas condições objetivas em que se encontram inseridos, sustentabilidade e design vernacular estão absolutamente imbricados pelas próprias características, também estabelecidas por Pacey (1992), em relação ao design não profissional, tais como: compartilhamento de experiência, mesmo que esta tenha um alto grau de especificidade; responsabilidade e percepção individual de sua realização em função do todo; descobertas em conjunto; capacidade de experimentação difundida.

As inter-relações entre designers e outros atores não-acadêmicos, com base em princípios de cooperação e empoderamento de comunidades e seus valores culturais pode produzir novos patamares de criatividade e estética, de modo a desenvolver processos produtivos e produzir conhecimentos além do paradigma científico atual. Neste sentido, produtos desenvolvidos a partir de materiais descartados assumem um importante papel na busca por sustentabilidade e respeito aos requisitos sociais e ambientais no projeto de design. Todos os atores de um empreendimento justo e solidário contribuem para o objetivo final de qualidade de vida, ajudando decisivamente a promover soluções de design que efetivamente representam um caminho positivo para a consolidação de um mundo sustentável.

Desta forma, uma lista de verificação de projeto é proposta como base para se atingir valores justos e solidários no processo de design, como segue:

- a. Desenvolvimento de soluções levando-se em consideração o fato de que as pessoas e o respeito ao ambiente são o mais importante valor a ser prospectado no desenvolvimento de produtos e serviços, considerando os direitos humanos como um relevante caminho para a sustentabilidade;
- b. O projeto de design deve articular meios e oportunidades para produtores e comunidades melhorarem suas condições de vida, incluindo o desenvolvimento de alternativas sustentáveis de produção de acordo com as normas e legislações internacionais;
- c. O design deve também ser voltado para a melhoria organizacional e estrutura administrativa de cooperativas, promovendo ações de economia solidária e comércio justo;
- d. A tomada de decisões e a formulação de idéias deve ser conduzida de modo coletivo em processo participativo, centrado na troca de experiências e conhecimentos entre especialistas e leigos;
- e. O desenvolvimento de produtos e serviços deve promover relações de longo prazo entre produtores e consumidores finais;
- f. Devem-se priorizar soluções locais e pragmáticas no projeto de design;
- g. Design Participativo significa: nada é imposto; tudo é proposto.

Acreditamos fortemente que designers devem adotar estas orientações como base para uma agenda social e sustentável de projetos, de acordo com a filosofia de que outra economia é possível, outra estética é possível, outro mundo é possível.

A estética resultante não é a estética da fome como propunha o cineasta Glauber Rocha, nem tão pouco a sua radicalização, tal como a estética do lixo, apesar de serem referenciais importantes no conteúdo histórico de desenvolvimento dos trabalhos, o que acontece é outra estética: a estética da ética, pois não se pauta no fazer pelo fazer, quer o fazer que proteja e garanta o patrimônio ambiental para as próximas gerações que habitarão este planeta, quer o fazer que lute com a força da alegria e da solidariedade humana contra a exclusão de tantos, e que não se conforma nem se amolda a uma sociedade de poucos privilegiados, insiste em mostrar novas maneiras, mais justas e mais igualitárias de se viver.

Bibliografia

Bardi, L. B. (1994). *Tempos de Grossura: o design no impasse*. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi.

Brasil - Ministério do Trabalho e Emprego (2007). *Economia solidária, outra economia acontece: Cartilha da Campanha Nacional de Mobilização Social*. Brasília: MTE/SENAES/FBES.

Cruz, A. (2006). *A diferença da igualdade: a dinâmica da economia solidária em quatro cidades do Mercosul*. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas. Campinas. (p. 398)

Factum, A. B. S.; Santos Loschiavo, M. C. (2006). Education Against Exclusion: from Coopamare to Camapet. In: *Proceedings of IV*

Global Conference on Sustainable Product Development and Life Cycle Engineering. São Carlos.

Findeli, A. (1994). Ethics, aesthetics, and design. In *Design Issues*, v. 10, n. 2. Summer, pp. 49-68.

Freire, P. (2000). *Educação como prática da liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Freire, P. (1996). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 28ª Edição. São Paulo: Paz e Terra (Coleção Leitura).

Howard, J. (2004). Toward participatory ecological design of technological systems. *Design Issues*, v. 20, n. 3, Summer. (pp. 40-53).

Maldonado, T. (1993). *El Diseño Industrial Reconsiderado*. 3ª Ed. México: Gustavo Gilli.

Manzini, E.; Vezzoli, C. (2002). *Desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais*. São Paulo: EDUSP.

Margolin, V.; Margolin, S. (2004). Um "Modelo Social" de Design: questões de prática e pesquisa. In: *Design em Foco*, v. I, n. 1 jul/dez 2004. (pp. 43-48).

McLennan, J. (2004). *The philosophy of sustainable design*. Kansas City: Ecotone.

Pacey, P. (1992). Anyone designing anything? Non-professional designers and the history of design. In: *Journal of Design History*, vol. 5, n. 3, 1992, (pp. 217-225).

Schmidheiny, S. (1992). *Changing course: a global business perspective on development and the environment*. Boston: MIT Press.

Singer, P. (1997). Economia Solidária: geração de renda e alternativa ao liberalismo. In: *Revista Proposta*. Ano 26 nº 72. SP: FASE.

Souza, P. F. de A. e Factum, A. B. S. (2009). O papel do design na promoção de Comércio Justo e Solidário. In: *Cultura Visual*, n. 12, outubro/2009, Salvador: EDUFBA, p. 125-136. Acesso em: 01/05/2010. Disponível em: <http://www.culturavisual.ufba.br>.

Souza, P. F. de A. e Factum, A. B. S. (2010). Social Responsibility and participatory approach in design: another aesthetic is possible. In: *Proceedings of the 7th International conference of the International Committee for Design History and Design Studies*, Brussels: Katholieke Universiteit Leuven.

Souza, P. F. de A. (2007). *Sustentabilidade e responsabilidade social no design do produto: rumo à definição de indicadores*. Tese de doutorado. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. São Paulo.

Walker, S. (2005). Desmascarando o objeto: reestruturando o design para sustentabilidade. In: *Design em Foco*, v. II, n. 2 jul/dez 2005. (pp. 47-62).

Abstract: The main goal of this paper is to reflect on the role of participatory design in responding to demands of sustainability and social responsibility. An experience related to social technologies is presented, i.e. products, techniques and/or reapplicable methodologies, with effective social change. The relationship between universities and cooperative workers is put in evidence in regard their collective thinking and self-management strategies as well, using the participatory approach method as mean to achieve relevant goals. Some results of the work of designers and members of cooperatives are presented, in search for sustainable and socially responsible products, in Salvador, Bahia, Brazil.

Key words: Social responsibility - Sustainability - Participatory design - Fair Trade - Environment.

Resumo: Este artigo propõe uma reflexão sobre o papel do design participativo no atendimento de demandas de sustentabilidade e responsabilidade social. Apresenta-se uma experiência relativa à

criação de tecnologias sociais, que compreendem produtos, técnicas e/ou metodologias reaplicáveis, desenvolvidas na interação com os empreendimentos econômicos solidários, com efetiva transformação social. A relação da universidade com trabalhadores que exercem suas atividades econômicas de forma coletiva, cooperada e autogestionária é mediada pelo design participativo. Apresentam-se alguns resultados do trabalho de designers, considerando processos de tomadas de decisão com comunidades, na busca por produtos sustentáveis e socialmente responsáveis, em Salvador, Bahia, Brasil.

Palavras chave: Responsabilidade social - Sustentabilidade - Design participativo - Economía Solidária - Meio Ambiente.

(* **Paulo Fernando de Almeida Souza.** Doutor em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (USP), Mestre em Desenvolvimento Sustentável pela Universidade de Brasília (UnB) e Bacharel em Desenho Industrial pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Especialista em Concepção de Produtos e Design orientado ao Ambiente, pela Sociedade Carl Duisberg (CDG), na Alemanha. É professor da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia. **Ana Beatriz Simon Factum.** Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal da Bahia (1983), especialista em Conteúdos e Métodos de Ensino pela Universidade Federal da Paraíba (1987), em Desenho Urbano pela Universidade Federal da Bahia (1992) e em Computação Gráfica pela Universidade Salvador (1999), doutora em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (USP).

Análisis del diseño de carteles en Maracaibo (1970-1990)

Actas de Diseño (2015, Marzo),
Vol. 18, pp. 217-224. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: marzo 2012
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: diciembre 2013

Amarilis Elías y Claudio Ordóñez (*)

Resumen: Este artículo persigue, como objetivo principal analizar el diseño de carteles en Maracaibo (1970-1990). Para tal fin, se realizó una revisión teórica dirigida a explorar el contexto artístico que influyó la producción de carteles en la ciudad y la evolución del diseño de estos. Reseñan los artistas que más se destacaron en la realización de carteles en la Dirección de Cultura de LUZ. Dado que, en sus propuestas, intervienen aspectos funcionales, morfo-estéticos, comunicacionales y culturales, que resaltan la identidad del marabino. Metodológicamente se aborda haciendo un enfoque histórico, documental, a través de la consulta de revistas y libros. Se concluyó que fueron varios los artistas plásticos del país y extranjeros que trabajaron en la realización de carteles en la ciudad de Maracaibo. Los más destacados por la profusión de piezas realizadas y la riqueza de sus planteamientos estéticos y comunicacionales fueron Edgar Queipo, Francisco Bellorin, Ender Cepeda, Roberto Urdaneta, Ángel Peña y Luís Cuevas.

Palabras clave: Artista - Pintura - Cartel - Diseño - Maracaibo.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 224]

Introducción

La constante evolución y transformación que sufre el diseño gráfico, a nivel mundial, exige en el campo académico no sólo la incorporación de procesos técnicos-instrumentales, sino por el contrario, cada vez mayores y mejores espacios de reflexión. Así, la historia como materia de estudio permite dotar a la academia de referencias fundamentales relacionadas con la evolución de la disciplina. Más aún, el aporte de la historia, vista como acumulación de conocimientos, y como tradición, es un mecanismo fundamental de identificación, fidelidad y crecimiento profesional.

Los estudios de historia del diseño en el mundo son relativamente nuevos. La visión impuesta por Nikolaus Pevsner en su libro *Pioneros del diseño moderno* (1930), colocaba como origen del diseño a los procesos industriales que se generaron en Londres, Nueva York o Berlín, dejando de lado los posibles desarrollos regionales de muchas partes del mundo. Foros internacionales como

el Encuentro de Historia y Estudios del Diseño en Barcelona 1999, La Habana 2000, Estambul 2002 y Guadalajara 2004 han demostrado que hay una historia del diseño desde la periferia, con su propia narrativa, que recoge y valora el aporte regional. Es una materia pendiente que debemos asumir como un acto de responsabilidad social con nuestra región y con nuestro legado.

Afortunadamente, existe suficiente material bibliográfico internacional que permite a profesionales, docentes y estudiantes de esta especialidad, conocer sus antecedentes. En Venezuela ése no es el caso, puesto que existen muy pocos libros que recogen parte de la historia del diseño en el país. Si bien en Caracas se enseña Diseño Gráfico a nivel técnico desde 1964 (Instituto de Diseño Neumann-Ince), es Maracaibo la primera ciudad del país en comenzar a dictar la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico desde 1995, en la Universidad del Zulia. El rol pionero que ha asumido la ciudad de Maracaibo en la formación de estos profesionales amerita que se genere