

des como resistencia y belleza, es importante que igual él está utilizada en el logro de productos del uso diario. El uso del compósito conseguido a través del residuo sólido de la construcción civil permite las aplicaciones más diversas de proyectos del producto. Las experiencias concretas llevaron por el curso del dibujo industrial del UFPB prueban a través su eficacia cuánto a la aplicabilidad en el diseño de los muebles, utensilios domésticos, luces, pavimentar-azulejos hidráulicos, grupo sanitario de bencheses y de mercancías. Sin embargo, su uso no es ni se debe restringir a tales dispositivos, siendo estimuló su uso en otros productos. La actividad del diseño de productos en esta investigación era generar objetos en la vista del uso de este compósito, por lo tanto este profesional presenta la relación estrecha con los problemas ambiente que sin embargo si presente, o cualquiera, sus productos necesitan presentar acordar con preguntas ambiente. El producto desarrollado está sobre mercancías sanitarias o qué sabemos para Cuba, que fue elaborado con preocupaciones estéticas, principalmente funcionaries ambiente y. Así, una más vez es evidente que la relación entre la ingeniería, diseño y los materiales, contribuye para la elaboración de productos eficientes, estético y ecológico.

\* Doctoranda em Designo. Designo: Tecnologia, Educacao y sociedad. PUC - Pontificia Universidade Catolica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. Brasil.

### Principios de cooperación del diseñador en el contexto de la economía solidaria (r053)

Un estudio a partir de los emprendimientos incubados en la Fundación Universidad Regional de Blumenau<sup>1</sup>

James Mota Esteves\*

Este trabajo sintetiza una investigación sobre las principales discusiones e implicaciones socio ambientales del Diseño Industrial, visando el estudio de principios para cooperación del diseñador en el contexto de la Economía Solidaria, teniendo como base los relatos de los emprendimientos de Economía Solidaria vinculados la Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP) de la Fundación Universidad Regional de Blumenau (FURB, Santa Catarina, Brasil). Este levantamiento fue realizado durante el primer semestre de 2005, a través de investigación cualitativa en que se utilizó la técnica de aplicación de cuestionarios con preguntas abiertas. En el estudio realizado, respondieron a los cuestionarios nueve integrantes (cooperados o asociados) de distinguidos Emprendimientos de Economía Solidaria (EES).

Las respuestas obtenidas con los protagonistas de la Economía Solidaria demuestran algunos indicios para la cooperación profesional del diseñador en este otro contexto. Ellas apuntan que el diseñador debe enfocar la calificación de los productos y servicios de la Economía Solidaria, una vez que los emprendimientos reciben sugerencias de sus usuarios y consumidores, y

perciben la necesidad de responder de alguna forma la estas sugerencias. Comprendiendo el Diseño principalmente como formas, modos y recursos para ejecutarse algo, los entrevistados entienden que esta actividad puede cooperar efectivamente en la calificación de los productos y servicios solidarios. Pero, es necesario observar las propias implicaciones y limitaciones del Diseño y de la Economía Solidaria en la gran tarea de eruir nuevas relaciones socioculturales. En otras palabras, la calificación de los productos y servicios no debe ser un fin en sí misma: Estos y otros relatos de los cooperantes y asociados muestran que el diseñador dispuesto a cooperar en este contexto necesita considerar en su praxis el rescate de la sociabilidad, o sea, este es uno de los principales fines de la Economía Solidaria, cuyo alcance, según los entrevistados, se hace a través del énfasis en las aparcerías; en las relaciones humanas entre las personas; en la valorización de los emprendedores; y en las acciones que benefician los cooperados y la colectividad.

#### Notas

1. Este trabajo fue originalmente publicado en los anales del "I Congreso Brasileño de Diseño & Responsabilidad Social" (CONDERS), Carazinho, Rio Grande do Sul, RS, Brasil, 3 la 5 abr. 2006, y sintetiza discusiones y resultados relatados en Esteves (2005), *A Práxis do Desenho a partir dos Empreendimentos Vinculados a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da FURB: Um Estudo sobre os Princípios de Cooperação do Desenhador no Contexto da Economia Solidária*. 191p. Monografía (Diplomatura en Diseño) - Centro de Artes, Universidad del Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

\* Diseñador, Universidad del Estado de Santa Catarina, SC, Brasil.

### Produção artesanal x timing da moda (r054)

Adriana Leiria Barreto Matos\* y Waleska Maria Lopes Vianna

#### 1. Introdução

O artesanato tem tido uma crescente revalorização, possibilitando o resgate da tradição cultural brasileira, trazendo mais qualidade de vida e geração de renda e emprego para várias comunidades produtivas espalhadas pelo país. Esses avanços conquistados são devidos em grande parte, à atuação de programas de incentivo à produção artesanal em parceria com o Design. Somente através de intervenções aplicadas sob a ótica da gestão de Design foi possível, otimizar produtos e processos, caminhando em direção a produtos de artesanato de alta qualidade e orientados para a satisfação do público consumidor.

Em muitas comunidades, com tipologias aplicáveis ao vestuário, observaram-se variantes específicas. Se por um lado, o vestuário hoje se encontra em grande fase de desenvolvimento, constituindo uma poderosa indústria, com seus tempos de produção e comercialização extre-

mamente ágeis; por outro, a atividade artesanal é essencialmente manual, conforme elucida Lima y Azevedo: Artesanato: É atividade predominantemente manual de produção de bens, exercida em ambiente doméstico ou em pequenas oficinas, postos de trabalho ou centro associativo, no qual se admite a utilização de máquinas ou ferramenta, desde que não dispensem a criatividade ou a habilidade individual e de que o agente produtor participe, diretamente, de todas ou quase todas as etapas da elaboração do produto. (Lima e Azevedo, 1982, p.18). Dessa forma, ao elaborar peças de vestuário englobando elementos tipicamente artesanais como rendas e bordados, as comunidades deparam-se com o dilema de renovação e lançamento de sua produção, tendo em vista o produto de vestuário estar inserido em um contexto de efemeridade, típico da grande Indústria da Moda. Por outro lado, o artesanato visa preservar as características culturais de cada região, consolidando a identidade de cada grupo dentro do contexto histórico de suas tradições.

O presente trabalho visa investigar as possibilidades dessa parceria entre Artesanato e Moda, buscando no Design os caminhos para uma gestão adequada do desenvolvimento e comercialização de produtos artesanais.

## 2. Justificativa

O nascimento da atividade artesanal está diretamente relacionado com o surgimento dos grandes centros urbanos e de todo o grupo de atividades a partir de então geradas e indispensáveis à vida da comunidade, a exemplo de carpinteiros, sapateiros, ferreiros, chapeleiros, alfaiates, etc. A partir do século XVIII, com o advento da Revolução Industrial é que surgiu a necessidade delimitar os ofícios de forma corporativa, regulamentando as atribuições de cada produção artesanal.

À medida que atividade industrial ganhava fôlego e notoriedade, a produção artesanal começa a enfrentar um longo período de marginalização e desvalorização, ficando restrita às periferias e camadas de menor poder aquisitivo.

No Brasil, devido a grande miscigenação de culturas, tivemos um rico legado de tradições incorporadas ao nosso artesanato, resultando em uma produção com uma peculiar diversidade. Durante muito tempo, o artesanato foi tratado apenas sob uma ótica social, desconsiderando sua importância econômica e cultural. A partir do Programa SEBRAE de Artesanato, iniciado em 1999, deu-se um novo tipo de assistência ao artesanato tratando-o com de forma sistematizada e atuando na formação empreendedora do artesão. Considerando as exigências do mercado de trabalho e o grande percentual de desemprego, revitalizar a atividade artesanal torna-se um poderoso instrumento de inclusão social, possibilitando o resgate da auto-estima do indivíduo artesão, além de preservar o patrimônio cultural brasileiro.

Particularmente no Estado do Ceará, o SEBRAE desenvolveu um programa específico denominado Irmãos do Ceará. Implantado em 2003, o programa desenvolve várias ações junto aos pequenos grupos de artesãos enfocando a melhoria da qualidade de vida e profissionalizando a atividade do setor. Essas atividades foram viabilizadas através das Capacitações tecnológicas,

importante ferramenta de qualificação e aprimoramento, através da UIAT - Unidade de Inovação e Acesso à Tecnologia do SEBRAE-CE.

Dentre as comunidades assistidas, destaca-se o município de Maranguape cuja vocação para o artesanato é expressa principalmente através dos bordados de richelieu à mão e à máquina. A cidade possui três grupos organizados em associações: APAM - Associação Produtiva Artesanal de Maranguape-; AMA - Associação Maranguapense dos Artesãos; e ASMUI- Associação dos Moradores Unidos do Itapebussu. Constatou-se a existência de imenso potencial de desenvolvimento contido nesses grupos de produção, devido à beleza natural da técnica do bordado, bem como sua versatilidade, que permite grande variação dos motivos produzidos. No entanto, para que esse potencial pudesse florescer, a intervenção do Design mostrou-se como solução mais eficaz, pois assim as artesãs seriam capazes de otimizar sua produção, orientando-a em favor das necessidades do mercado.

\* Bacharel em Administração de Empresas, Universidade Estadual do Ceará. Bacharel em Estilismo e Moda, Universidade Federal do Ceará. Docente do Curso de Estilismo em Moda da Faculdade Católica do Ceará. Docente do Núcleo de Moda -SENAC- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.

\*\* Bacharel Arquitetura e Urbanismo - UFC. Coordenadora do Núcleo de Design em Artesanato. Docente do Curso de Design da Faculdade Nordeste - FANOR.

## Taller Gráfico Publicitario VII (r055)

Lina María Zapata Pérez\*

Taller Gráfico Publicitario VII, campañas publicitarias, es una asignatura que pertenece al área de formación que constituye la columna vertebral del programa y cuyo objetivo es preparar al estudiante para crear mensajes gráficos con responsabilidad social para posibilitar comunidades más pluralistas y conscientes de su progreso. Desarrolla en el estudiante competencias que le permiten, a partir del conocimiento conceptual y metodológico, transformar información en comunicación gráfica y publicitaria efectiva y responsable.

Una asignatura que ha implementado diferentes estrategias didácticas que hoy arrojan una importante experiencia para los alumnos al integrar los conocimientos adquiridos durante la carrera en el desarrollo de proyectos publicitarios estratégicos, creativos, adecuados, efectivos y oportunos aplicándolos a los medios de comunicación para ayudar a resolver problemas de comunicación y mercadeo.

Emulando lo más cerca posible el entorno profesional y el ritmo de trabajo en el que los próximos egresados se van a desempeñar, el taller aborda todo el proceso de desarrollo de una campaña publicitaria desde la conceptualización, hasta la producción final haciendo énfasis en el ejercicio formativo que busca que el alumno