

O Design de Serviços Turísticos de Base Comunitária a partir da Análise Sustentável do Território: Oportunidade de valorização para a comunidade, sua cultura e seus atores

Actas de Diseño (2023, abril),
Vol. 43, pp. 218-225. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2019
Fecha de aceptación: diciembre 2020
Versión final: abril 2023

Raquel Pereira Canaan (*)

Resumo: Este artigo é resultado de uma pesquisa de doutorado que teve como um dos objetivos identificar oportunidades junto à comunidade local no desenvolvimento de projetos que aliem os setores de Design e Turismo, em busca de soluções de serviços sustentáveis e que valorizem a cultura e os atores locais. Foi possível perceber que o turismo como vetor de desenvolvimento local, aliado ao design aplicado para a valorização das características do território, tem grande potencial como atividade complementar ao que já é desenvolvido localmente e, no trabalho a seguir, são apresentados estes encaminhamentos voltados para o Design e o Turismo de Base Comunitária.

Palavras chave: turismo – desenvolvimento sustentável – design de serviços – valorização do território – inovação social – experiência.

[Resúmenes en inglés y español en la página 224]

Introdução

O design aplicado ao setor dos serviços é uma abordagem relativamente nova, que tem assumido proporções maiores a cada dia, tomando espaço no planejamento de setores diversos, tanto públicos como privados. Sua competência em identificar, conectar, traduzir, dar visibilidade e projetar junto com o território e seus atores, ativando suas competências, possibilita uma atuação junto a outros setores da economia, trazendo possibilidades de desenvolvimento e valorização local.

Por outro lado, o turismo também tem ganhado destaque mundial, como atividade de grande potencial, sendo um dos setores da economia que mais cresce, capaz de movimentar ainda outros setores, com grande competência no sentido de promover desenvolvimento local. A presença de visitantes pode dinamizar os territórios, gerar riqueza e emprego e potencializar o desenvolvimento de ramos da atividade que satisfazem diretamente às necessidades dos visitantes. Além disso, acaba por impulsionar o desenvolvimento de outros setores, tendo um importante efeito multiplicador (DIAS, 2006). O turismo está alocado no setor de serviços, de importância mundial e crescimento acelerado nos últimos anos.

Juntamente com a internet, o turismo se apresenta como um mecanismo pelo qual ocorre uma aproximação das diversas culturas (DIAS, 2006). A Organização Mundial do Turismo (OMT) lançou uma campanha chamada “O Turismo é Riqueza”, com o objetivo de criar uma consciência dos benefícios que a atividade pode gerar tanto para a vida, como para a cultura e a economia, conceito que se alinha à proposta deste trabalho. Dias (2006) menciona que, em algumas regiões brasileiras, o turismo é considerado parte da cultura local, e muitas famílias vivem em função dessa atividade. Além de gerar oportunidades de emprego, hoje em dia entende-se que a

atividade também envolve estratégias para a conservação dos recursos naturais, manutenção dos ecossistemas, preservação e resgate do patrimônio histórico e cultural, entre outros benefícios que podem atingir toda a comunidade (DIAS, 2006).

Pensando no território em si, entende-se que as riquezas materiais e imateriais são muitas, e podem ser exploradas e divulgadas de maneiras diversas, que não somente em artefatos físicos. A experiência emocional a ser vivenciada em uma viagem pode englobar rituais, atividades diárias, laços de amizade e cooperação que ficarão guardados não somente nas casas dos visitantes e visitados, como também em sua memória.

Acredita-se que este tipo de experiência possa ser ainda mais genuína com a participação da comunidade nessa construção, de forma a transmitir a identidade cultural local. Neste sentido, surge o conceito de Turismo de Base Comunitária, abordado neste trabalho como uma oportunidade do setor para a projeção em prol da valorização do território. O Turismo de Base Comunitária é realizado como um projeto de desenvolvimento territorial sustentável a partir da própria comunidade, de acordo com Silva (2012). A autora coloca que sua atuação pode fortalecer os laços sociais e o sentido coletivo, promovendo qualidade de vida, sentido de inclusão, valorização da cultura e do sentimento de pertencimento.

Pinto (2016) aponta a necessidade de se repensar a atuação do design diante do novo contexto que se apresenta. O design de serviços, design de interação, design de negócios são exemplos dos desdobramentos que vem surgindo. E porque não design de serviços turísticos para valorizar competências locais? Nas publicações especializadas do setor, cita-se cada vez mais a necessidade de se trabalhar junto ao território e seus aspectos mais significativos. O turismo de base comunitária surge como uma

alternativa por ter valores alinhados ao desenvolvimento sustentável de territórios.

O design, nesse âmbito, atuando como recurso estratégico de organização, otimização da produção e sustentabilidade, possibilita a consolidação de aspectos identitários peculiares a uma região e promove perspectivas de capacitação dos indivíduos que compõem esse tipo de empreendimento. Identificar aspectos mais significativos de sua cultura para transformá-los em produtos, serviços e experiências exige do design uma prática profissional que tem como pressuposto o conhecimento das suas origens e raízes e esta pesquisa se justifica pela possibilidade de aplicação da atividade como uma ferramenta em outros setores e áreas de conhecimento, contribuindo ao desenvolvimento sustentável.

Do ponto de vista deste trabalho, a forma de atuação do design incluindo produtos, serviços e informações acentua a necessidade de se repensar a prática de projeto e o papel do profissional de facilitar e apoiar o desenvolvimento de inovações em uma comunidade, um território, uma cidade, assumindo o papel de facilitador de inovações colaborativas. Por esse motivo, entende-se que a atividade pode exercer impacto positivo na economia local e no turista; e o desenvolvimento gerado a partir dos negócios com hospedagem, alimentação, passeios, artesanato, dentre outros, pode resultar em um conjunto de práticas a serem exercidas de forma responsável.

Sobre a atuação do Design para a valorização dos recursos de um território

A atuação do design nos últimos anos tem evoluído e, de acordo com Rivas (2009), se amplia para desenho, projeto e planejamento, aplicado a produtos, serviços, sistemas e experiências, como já mencionado anteriormente. Para isso, desenvolve outras competências e se associa a outras áreas, já que não tem o poder de resolver tudo sozinho. No sentido do trabalho com o território, atua junto à valorização dos recursos materiais e humanos locais, bem como a ativação do potencial das pequenas comunidades para gerar capacitação e, conseqüentemente, auto estima e renda. Vivemos um momento em que o consumo exacerbado de produtos e serviços toma outro caminho, quando muitas pessoas passam a buscar qualidade ao invés de quantidade, bem como uma história, uma causa, uma experiência que os motivem. As pessoas deixam de ser somente consumidores e passam a ser usuários, e este momento do uso e da experiência é avaliado em vários âmbitos, antes da tomada de decisão. Para Manzini (2004), a economia da era pós industrial é baseada em serviços, experiências e conhecimento.

O principal desafio do design na contemporaneidade é, justamente, desenvolver e ou suportar o desenvolvimento de soluções a questões de alta complexidade, que exigem uma visão alargada do projeto, envolvendo produtos, serviços e comunicação, de forma conjunta e sustentável. É neste contexto que a riqueza interpretativa e a habilidade visionária, características próprias desta disciplina, podem contribuir para o desenvolvimento de uma pluralidade de soluções e de cenários de futuro. (KRUCKEN, 2009 p.23)

Krucken e Roda (2004, p.7) complementam esta fala, afirmando que além das características como gestor e projetista, o designer desenvolve em sua formação, as competências necessárias para:

1. Atuar de forma multidisciplinar;
2. Coordenar visão estratégica, tática e operacional;
3. Manter visão de processo;
4. Perceber as necessidades do cliente/usuário;
5. Elaborar estratégias de posicionamento da imagem da organização;
6. Desempenhar papel de “formador de opinião”, difundindo uma cultura integrada de design;
7. Planejar, projetar e comunicar as ofertas de uma organização, dentre outras.

De acordo com Castro (2014), esta forma de atuação do design, incluindo produtos, serviços e informações, possui um caráter sistêmico, e acentua a necessidade de repensar a prática de projeto e o papel do designer, de facilitar e apoiar o desenvolvimento de inovações em uma comunidade, um território, uma cidade. O entendimento desta pesquisa sobre design se associa diretamente à essa ampliação do campo de seu atuação, de uma disciplina com possibilidades de atuar, por meio de seu pensamento e metodologia, tanto nos desdobramentos que conhecemos usualmente (ambientes, produto, gráfico, interface, etc), quanto em setores diversos da economia, de maneira estratégica, utilizando de sua habilidade visionária ou visão sistêmica, sua capacidade de identificar potenciais que podem ser ativados e organizar processos e sistemas, conectando diversos atores. É um processo único, que pode englobar setores, formas de atuação, metodologias e ferramentas diversas. Impulsionar o desenvolvimento local através de pequenas ações e mudanças dentro da realidade do território é uma resposta às necessidades atuais. Isto pode ser facilitado quando se leva em conta seus aspectos sociais, ambientais, econômicos e culturais. O que caracteriza uma solução sustentável em design? De acordo com Manzini (2008) é um resultado por meio de um produto, processo ou serviço que seja coerente com os princípios de sustentabilidade, considerando todos eles: ambiental, econômico, social e cultural. Ou seja, uma solução sustentável para problemas de um território, seja ele qual for (uma associação, uma comunidade, um Estado ou um país inteiro), sempre deve levar em conta os aspectos que compõem o mesmo, que devem servir de linha guia e dialogar diretamente com os atores locais. Isso é o que pode garantir a sustentabilidade e a eficácia dessas soluções, visto que é preciso que elas se mantenham sozinhas depois que os consultores não mais estiverem lá.

O aumento crescente da demanda de desenvolvimento de produtos, acelerada pela competitividade que advém do processo contínuo de globalização, despertou o desejo de preservação da tradição e das culturas e produtos locais, fortalece os movimentos de identificação cultural. Segundo Albagli (2004), é possível estabelecer formas de fortalecer as territorialidades, estimulando laços de identidade e cooperação baseados no interesse comum de valorizar e capitalizar aquilo que o dado território tem

de seu – suas especificidades culturais, tipicidades, natureza enquanto recurso e enquanto patrimônio ambiental, práticas produtivas e potencialidades econômicas.

Fleury e Fleury (2004) trazem o tema pensar globalmente, agir localmente, utilizado por muitas literaturas, que se traduz na busca por competitividade global, aprendizagem, inovação e retorno local. Manzini (2008) diz que é preciso promover uma interação equilibrada entre a dimensão local e sua relação com o global, de forma a valorizar os recursos locais. O design pode contribuir para a conversão de traços culturais, ambientais, sociais e econômicos em soluções para promover do território. Dentro dessa vertente nasceu a abordagem do design aplicado ao território

Champredone (2011) questiona como mobilizar ferramentas para a valorização das características culturais dos países da América Latina, considerando que estes são caracterizados por contraste entre territórios, dominação de sociedades multiculturais e forte presença de correntes migratórias mais recentes. Desenvolver e promover produtos e serviços que portem nossas raízes culturais, de acordo com Krucken (2009), é um desafio. Porém, a autora coloca que contamos, a nosso favor, com a grande riqueza de recursos e pluralidades culturais. Para isso, é preciso entender a noção de território e as múltiplas possibilidades que se desdobram por meio da inserção do design para valorização de seus aspectos identitários, melhorando a qualidade do contexto por meio da valorização dos aspectos ambientais, culturais, econômicos e sociais locais.

Além disso, é imprescindível pensar na qualidade do contexto de vida local, num contexto em que, de acordo com Manzini (2008), o bem estar deve ser criado levando em consideração onde se desenvolve a vida de uma pessoa. Para propor soluções que se relacionem diretamente com a vida local, um caminho apontado pelo autor, bem como por Meroni (2007) e Thackara (2008) é o de recombinar as coisas que já existem, sem esperar por uma mudança geral de sistema (na economia, nas instituições, na infraestrutura).

“A capacidade de propor soluções de design que ‘empoderem’ atores – sejam eles produtores, consumidores, apoiadores, usuários, ou cidadãos que compartilham um sistema – é mais uma contribuição a ser destacada. Pode-se também apontar a importância de desenvolver modelos inovadores e criativos para a interação do design com os diversos atores no território, o que representa um “desafio-opportunidade” não só para os designers, mas para todos aqueles que aplicam capacidades projetuais para transformar positivamente lugares e situações” (KRUCKEN, 2017, p.330).

O design é entendido e aceito como um valor cultural adicionado ao projeto e um recurso estratégico para o desenvolvimento econômico e cultural de um território. O trabalho junto à comunidade, considerando seus aspectos e atividades mais relevantes, possibilita seu desenvolvimento enquanto meio de vida sustentável. O que se propõe então, com o design aplicado à valorização do território é explorar sua potencialidade, o que o diferencia de outros locais, gerando valor para aquele lugar e as pessoas que ali vivem, a partir da lógica projetual

do design. Essa lógica, de acordo com Machado (2016), se diferencia do planejamento urbano, pois sua atuação não é restrita apenas ao tratamento espacial, mas também interfere na articulação com as demais áreas que compõem o território.

O Turismo desenvolvido a partir da comunidade (ou o Turismo de Base Comunitária)

O turismo é uma atividade do setor terciário, mais precisamente do setor de serviços, e se configura como uma das atividades econômicas mais expressivas mundialmente, que atua com o objetivo comum de ofertar aos turistas bens e serviços a serem consumidos. Além disso, tem trilhado um caminho no sentido de interagir significativamente com a sociedade, a cultura e o meio ambiente das regiões hospitaleiras.

Cruz (2010) coloca que a relevância do turismo tanto em economias desenvolvidas como em desenvolvimento se deve ao impacto que tem em nível local, regional e nacional, em questão de geração de empregos e ofertas de serviços. Isso porque estimula a compra de bens e serviços locais, reabilitação de infraestrutura, além do incentivo à conservação do patrimônio histórico e valorização de hábitos, tradições e costumes. Seu potencial de movimentar muitos setores da economia apresenta grande competência no sentido de promover desenvolvimento local, principalmente pelo fato de que a população local também poderá usufruir dos benefícios que serão gerados.

De acordo com o Plano Nacional do Turismo, a criação de um ministério para o mesmo foi uma determinação do governo federal para priorizar o setor como atividade econômica essencial, geradora de emprego e renda, o que demonstra sua importância e a necessidade de se investir e estudar o setor. Nos requisitos apresentados pelo Ministério, de acordo com o Plano, estão alguns pontos que devem ser destacados neste trabalho: a inclusão social, pela inclusão de comunidades e territórios nos processos de produção e consumo turístico e a criação de postos de trabalho, por meio de negócios, serviços e equipamentos turísticos.

A partir do momento que os visitantes conhecem melhor a cultura local (a história, a arte, a música, a comida, a religião, a língua, dentre outros), este fator renova o orgulho da população por sua cultura e, ao mesmo tempo, fortalece a identidade local; os atores locais passam a criar e difundir novas ideias e novos valores, se apropriando da cultura local, que permanece e se renova. Novos serviços podem ser implantados e melhorar, não somente a experiência do turista como também a vida da população local. O turismo possibilita uma maior troca cultural entre os diferentes povos, o que aumenta a tolerância e compreensão entre eles (DIAS, 2006). Isso compõe um processo em rede, ou efeito domino positivo, de grande potencial para a valorização dos locais e culturas visitados.

Muitos estudos analisam o turismo de uma perspectiva econômica, de acordo com Dias (2006) e pontuam os benefícios que a atividade pode trazer para a comunidade.

de receptora. Para o autor, para os países em desenvolvimento que, de modo geral, apresentam a balança de pagamentos deficitária, o turismo torna-se cada vez mais importante pela sua capacidade de gerar divisas. O autor menciona que em muitos Estados do Brasil, o turismo já é a principal atividade econômica. Além disso, como já foi mencionado, há um grande potencial a ser explorado. De acordo com Garrido (2001), acredita-se que o desenvolvimento do turismo em bases planejadas, contando com os devidos mecanismos de controle e monitoramento, pode alcançar a redução dos seus impactos negativos (p.37). De acordo com Silva (2012), a atividade turística começa então, a delinear um novo caminho dentro de um ciclo de mudanças na sociedade globalizada, com bases para a redefinição do comportamento dos visitantes e da função das comunidades locais. Para a autora, a partir da década de 60 o turismo tomou um impulso significativo no sentido de desenvolvimento e deslocamento de grande fluxo de pessoas, principalmente na Europa. Atualmente, o que se vê são atuações em destinos de massa extremamente criticadas, ocasionando ecossistemas frágeis mudanças socioculturais negativas sofridas pelas comunidades receptoras.

Essa insatisfação com o modo de fazer turismo por parte de ambientalistas, antropólogos, dentre outros, foi tomando proporções maiores e ocasionou a busca pela “desmassificação” da demanda, mudando o perfil de muitos turistas, que passam a buscar uma estrutura de prestação de serviço composta por alguns valores específicos. Essa mudança ampliou o leque de segmentos e nichos de mercado, possibilitando espaço ao turismo dos mais variados interesses, o que vem exigindo um sistema de produção mais flexível.

Uma fração significativa dos programas de desenvolvimento local, que foram ou estão sendo implementados no Brasil, tem tido o turismo como objeto prioritário. Isso significa que a atividade surge como uma alternativa para o desenvolvimento local e, no Plano Nacional de Turismo de 2007-2010, a atividade foi colocada como uma importante ferramenta para o alcance dos objetivos do milênio, particularmente com relação à erradicação da extrema pobreza e da fome e à garantia de sustentabilidade ambiental.

Scótolto e Neto (2015) mencionam como alternativa o desenvolvimento local endógeno (DLE), que se refere a um tipo de desenvolvimento que acontece a partir do interior da localidade. Ou seja, parte dos interesses de seus habitantes e considera suas competências, habilidades e limitações. É um desenvolvimento da comunidade para a comunidade, e demonstra potencial de benefício local, por meio do aproveitamento de suas características, somado aos recursos internos e oportunidades externas. Um grande problema da sustentabilidade dos destinos turísticos está relacionado ao aumento do fluxo de turistas, e o crescimento desordenado e sem planejamento, que acaba por prejudicar a comunidade local. De acordo com Barbosa e Coriolano (s/ data) é possível propor uma maneira de fazer turismo partindo da base local, como ocorre em outros países europeus. De acordo com os autores, a atividade “passa a ser planejada, organizada e executada pela população local, com base no trabalho

comunitário e participativo, encontrando formas de desenvolver o lugar, valorizar a história e a cultura local e conservar os recursos naturais.” É nesse cenário que surge o Turismo de Base Comunitária como alternativa, por organizar grupos pequenos, além de incluir a comunidade no planejamento, trabalhando dentro de suas capacidades e limitações. Este modelo de turismo, ao entender desta pesquisa, atende a todos os requisitos citados neste trabalho: valorização e inclusão da comunidade e cultura local, preservação do ambiente, proporcionando uma experiência diferenciada.

O Turismo de Base Comunitária surgiu por volta dos anos 1980 por meio de iniciativas nos espaços rurais e depois expandindo-se para as áreas litorâneas e espaços urbanos, em contraponto ao turismo de massa e com a proposta de se realizar em pequena escala, preservar a originalidade do local, da cultura, da gastronomia, e do modo de vida do destino/roteiro turístico, permitindo uma maior convivencialidade entre hóspedes e anfitriões (OMT, 2014). As definições de Turismo de Base Comunitária tem em comum alguns conceitos como conservação ambiental, valorização cultural, participação comunitária e geração de benefícios para as comunidades receptoras. A comunidade local tem participação ativa nos processos de planejamento, decisão e gestão das atividades e dos equipamentos que compõem o processo turístico. Para Silva (2012), não se trata apenas de percorrer rotas diferenciadas daquelas do turismo de massa, mas sim de outro molde de visita e hospitalidade, ainda que eventualmente ocorra nos mesmos destinos do turismo de massa. A abrangência desse modelo de turismo tem se estendido no território por meio da formação de redes regionais, nacionais e internacionais de iniciativas de base comunitárias, permitindo a troca de informações e a colaboração para seu fortalecimento. Associado a este modelo de turismo, está o protagonismo da comunidade, a valorização cultural, a identidade local e o zelo ambiental.

Encaminhamentos para Design, Turismo e a valorização da comunidade local

Atribuir um uso turístico a um território implica utilizar um espaço, público ou privado de lazer, para uma atividade econômica que o transforma em mercadoria e pode, portanto, ser comercializada. É nessa perspectiva que o turismo coloca-se como um setor produtivo. (DIAS, 2006, p.189)

O design de serviços enquanto uma atividade prática da competência do designer ainda é recente. Com a sociedade pós industrial e o surgimento da economia dos serviços, a integração dos mesmos no discurso do design aconteceu gradativamente, expandindo suas competências ao projetar processos e sistemas que são baseados em experiências (SECOMANDI, 2011). Edman (2011) coloca que os serviços se tornaram uma nova área para prática do design, abrangendo exemplos como: setor público, de saúde, seguros, bancos privados, viagens aéreas ou extensões de produtos como manutenção.

Lauren Tan (2009) definiu como sete os principais papéis do designer em projetos de serviços: facilitador, comunicador, construtor de capacidades, estrategista, pesquisador, empreendedor e cocriador. Já Moritz (2005) entende que é muito importante o compartilhamento de conhecimentos, fontes, experiências e ferramentas e aponta as competências presentes no design de serviços, que passa pelo design, a pesquisa, a gestão e o marketing. Ao considerar as particularidades do processo de serviço, é possível afirmar que o design de serviços é uma área de conhecimento do design, cujo escopo é estudar as relações existentes entre os sistemas fornecedores e a comunidade de usuários, com o objetivo de propor novas soluções a partir da visão de mundo e do sentimento das pessoas que os utilizam. Para tanto, adota e adapta conhecimentos e métodos de vários campos das ciências sociais, ciências humanas e ciências exatas, em uma abordagem interdisciplinar. Como resultado, utiliza abordagens projetuais adequadas à natureza interativa dos serviços. (FREIRE, 2016, p.5)

O Design de Serviços surgiu ao longo da pesquisa como uma oportunidade para abordar o setor do turismo, dispondo de processos preestabelecidos para auxiliar na criação dos serviços, com o intuito de orientar o desenvolvimento de forma a entregar experiências de uso satisfatórias.

Manzini defende desde os anos 90 que os designers devem criar serviços que contribuem para soluções complexas, rompendo com o modelo tradicional, preso à propriedade e à posse dos objetos (FREIRE, 2011). Para Cipolla e Manzini, inovações sociais são pessoas criando soluções fora dos padrões tradicionais de produção e consumo. Entende-se neste trabalho que o Turismo de Base Comunitária se adequa a esta proposta, pois se caracteriza como um tipo de serviço baseado em qualidades relacionais. Isto significa uma forma de projetar mais humana, que envolve pensar nas pessoas envolvidas, nos valores locais e na sustentabilidade do território, criando também uma ligação entre as pessoas que oferecem e quem usa o serviço, ao que Cipolla e Manzini chamam de design e serviços relacionais. De acordo com este conceito, a eficácia do serviço e baseada na qualidade das relações que são estabelecidas.

Isto significa que serviços relacionais são capazes de promover um processo de aprendizado social voltado para a sustentabilidade, indicando uma maneira de viver baseada em compartilhamento e colaboração, promovendo o reforço do tecido social local e criação de novos bens comuns. O entendimento deste trabalho, então, vai além de entregar uma solução, mas de planejar um serviço que considere os dois lados, provocando uma mudança social, adicionando os atores locais ao processo e valorizando a cultura e os rituais locais.

A atuação do design como uma ferramenta para identificar e desenvolver potencial latente nos territórios, tanto humano, como material, ambiental, econômico e cultural, é um caminho que se entende como oportunidade para a atuação em todo o mundo, mas principalmente na América Latina, onde existe uma grande quantidade de recursos materiais e humanos que são, muitas vezes,

pouco ou mal explorados, e que poderiam estar gerando benefícios maior para as próprias comunidades.

O desenvolvimento projetado de maneira sustentável, que utilize os recursos disponíveis de maneira responsável, pode ser uma ferramenta para a valorização dos territórios, trazendo um novo posicionamento para pequenos grupos produtivos, comunidades, organizações. Lucca (2012) coloca que um projeto de valorização do território deve inclinar-se ao desenvolvimento endógeno, por meio de ações internas ao território e às comunidades. Castello e Castello (2001) apontam que o reconhecimento dos recursos locais disponibilizados pela natureza ou providos pelo homem, é a primeira condição para o estudo de estratégias de desenvolvimento sustentável, baseadas no respeito, preservação e utilização consciente destes elementos, com sua promoção para fins de turismo (p.101). De acordo com Flores (2006), trabalhar o território dentro de uma perspectiva de desenvolvimento sustentável requer entender o termo sustentável dentro de uma perspectiva plural, que compatibiliza tanto os aspectos econômicos, sociais e ecológicos, como Sachs (2000) coloca, como também os culturais. O autor ainda pontua a necessidade de ampla participação dos atores locais no planejamento e gestão do desenvolvimento do território (p. 12).

Aloisio Magalhães discorre muito acerca deste tema. Em sua obra “E o triunfo?” (1985) fala sobre a necessidade de interação entre uma realidade e as pessoas que buscam conhecê-la. Ou seja, para quem a mensagem dos produtos locais deve ser enviada e entendida. Ele explica três estágios principais para que isso aconteça: identificação, registro que resulta em memória e a devolução disso à comunidade pela ação mais adequada a cada caso. O autor diz que esses três momentos se intercomunicam e interagem num processo contínuo de reflexão.

No desenvolvimento desta pesquisa, foi possível entender que estes conceitos podem ser abordados de forma conjunta, resultando em planejamentos turísticos mais conscientes, que preservem o ambiente, tragam retorno social e humano local, bem como valorize as singularidades culturais, proporcionando ao visitante experiências únicas. DIAS (2006) salienta no contexto do turismo que os atores locais do território devem entender e se basear sempre na ideia de que qualquer cenário futuro envolve considerar o crescimento do setor em uma perspectiva sustentável que deve envolver toda a comunidade de forma consciente e permanente.

De acordo com Scóto e Neto (2015), entende-se que projetos voltados para o turismo que considerem as características locais podem contribuir positivamente para o desenvolvimento dos territórios, bem como minimizar possíveis impactos negativos da atividade turística. A visão sistêmica e estratégica que a atividade do designer proporciona pode contribuir com o cenário amplo que o turismo apresenta, necessitando da interação entre os atores e atividades locais, em busca de oferecer bens, serviços e experiências eficientes. Sun Tung e Ritchie (2011) afirmam que o papel central dos planejadores é facilitar o desenvolvimento de um destino que aumenta a probabilidade de que os turistas possam criar suas próprias experiências memoráveis de turismo.

É nesse cenário que surge o design de serviços turísticos. Entendeu-se, ao longo desta pesquisa, que, pelo fato do turismo ser considerado parte do setor terciário, era necessário abordar este viés do design, de maneira que os dois setores possam ser reunidos e explorados da melhor maneira. O turismo requer um planejamento que envolva o entendimento do território e sua real situação, bem como a organização das atividades. Isso é possibilitado por meio da visão sistêmica do projeto, que proporciona o desenvolvimento de estratégias que, provavelmente, serão mais assertivas. Assim, planejamento turístico, como o planejamento de forma geral, é um instrumento que pode conduzir ao crescimento dos setores, tentando minimizar os impactos provocados pela atividade, e maximizando os benefícios para o local desenvolvido.

Considerações

Diante da pesquisa desenvolvida, no sentido da valorização de comunidades e territórios, é possível destacar alguns pontos importantes. Sobre o turismo de base comunitária como uma maneira de fazer turismo partindo da base local, se feito de maneira adequada, pode possibilitar trocas culturais, preservação do meio ambiente, além de retorno econômico e social à comunidade local, bem como aumento do consumo local e, por consequência, a qualidade de vida das pessoas que ali vivem. Pelo fato de se realizar usualmente em pequena escala, é uma alternativa à diminuição do impacto relacionado ao turismo de massa, além de preservar a originalidade local, pois seu diferencial é justamente explorar os serviços e agentes disponíveis localmente, como gastronomia, modo de vida e atividades econômicas.

Um outro ponto de destaque identificado é sobre a importância do planejamento e estruturação da atividade turística, porque envolve pensar os serviços que podem ser oferecidos a partir das competências e limitações locais, ao invés de criar baseado na demanda do público. Isso envolve capacitar a mão de obra disponível localmente, possibilitando sua inclusão social e econômica, pela participação ativa da comunidade nos processos de planejamento, decisão e gestão, permitindo a cocriação e autonomia locais. Ao mesmo tempo, pode atuar como atividade complementar de renda, sem que os atores locais precisem deixar suas atividades produtivas tradicionais de lado, que também precisam ser preservadas.

Entendeu-se também que é possível pensar no projeto do serviço turístico, tentando prever demandas, oportunidades e riscos, além da possibilidade de transformar atrativos em produtos, qualificando os atores locais por meio de investimento em capacitação. Ainda existe a possibilidade de organizar o território, proporcionando desenvolvimento, reafirmação de culturas, que, por muitas vezes, podem estar sendo perdidas, valorização do patrimônio cultural e natural, isso tudo por meio de decisões coletivas e dialogadas.

O design aplicado ao serviço turístico traz algumas possibilidades como a diferenciação dos destinos, dos serviços oferecidos e dos produtos disponíveis, por meio

de um posicionamento estratégico adequada; aprimorar a eficiência destes serviços em relação à experiência, projetar as interfaces e interações do serviço, abrindo novos caminhos; valorizar os recursos tangíveis e intangíveis que estão disponíveis, por meio da criação de uma identidade, possibilitar a cocriação com os atores locais, de forma a promover sua auto estima, que é muito importante, dentre outras possibilidades.

Para isso, é necessário entender bem o contexto do território, sua cultura a experiência vivida, sua história, deficiências e potenciais. Neste sentido, a visão sistêmica do design é de extrema importância. Em termos de desenvolvimento local, o turismo é apontado por muitos autores como um instrumento de recuperação e revitalização de municípios, não só em termos econômicos, mas também no que diz respeito ao fortalecimento dos laços criados localmente. Para Coriolano (2009), poucos subsectores da economia desfrutam da versatilidade e flexibilidade do turismo de se adaptar às condições próprias de cada território e de cada população.

Projetar PARA o território significa promover o reconhecimento e a preservação das identidades e da cultural local. Logo, projetar um serviço ou um sistema de produtos turísticos na ótica da valorização territorial, comporta atividades de natureza organizativa, negociável e gerenciável que se transformam em parte integrante de uma ação de design. Assim, vislumbra-se um caminho para o turismo como alternativa de valorização e sustentabilidade do território em todos os âmbitos aqui mencionados, unindo este conceito ao planejamento, por meio do design, de serviços que valorizem o capital local.

Referências

- Albagli, S. (2004). Território e Territorialidade. In: *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Org: Vinícius Lages, Christiano Braga, Gustavo Morelli. Rio de Janeiro: Relume Dumará/ Brasília, DF: SEBRAE.
- Barroso, E. (1999). Design, identidade cultural e artes, Disponível em: <http://www.eduardobarroso.com.br/artigos.htm>. Acesso em: 11 de janeiro de 2017.
- Barroso, E. (2017). Os territórios do design e a produção artesanal: um relato de experiências no Brasil. In: *Territórios Criativos: design para a valorização da cultura gastronômica e artesanal*/ Lia Krucken, André Mol E Daniela Luz (orgs). Belo Horizonte: Editoria Atáfona.
- Castello, I. R & Castello, L. (2001). Mitos e ritos no caminho do gaúcho. In: Faria, Ivani de Ferreira (org). *Turismo: Lzer e políticas de desenvolvimento local*. Manaus, Editora da Universidade do Amazonas, 127p.
- Castro, G. V. de. (2014). *Jardins comunitários de Nova York: um método para recomendações baseado no design de experiência*. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Artes e Design.
- Cazella, A. A. (2011). As Bases Sociopolíticas do Desenvolvimento Territorial. In: Froehlich, José Marcos. *Desenvolvimento territorial: produção, identidade e consumo*. Ijuí: Ed. Unijuí.

- Champretonde, M. A. (2011). La Valorización de la Tipicidad Cultural y Territorial de Productos mediante Certificaciones en Países de América Latina. In: Froehlich, José Marcos. *Desenvolvimento territorial: produção, identidade e consumo*. Ijuí: Ed. Unijuí.
- Coriolano, L. N. (2004). O desenvolvimento voltado às condições humanas e o turismo comunitário. In: Coriolano, Luzia Neide; Lima, Luiz Cruz (org). *Turismo Comunitário e Responsabilidade Socioambiental*. Fortaleza, EDUECE, p.26-44.
- Coriolano, L. N. (2006). Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: Lemos, Amalia Ines; Arroyo, Monica; Silveira, Maria Laura. *América Latina, cidade, campo e turismo*. Clacso, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. SP.
- Cruz, A. R. P. M. (2010). *Turismo e Criatividade no Algarve: Uma análise da oferta turística regional como elemento de atração da classe criativa*. Dissertação de Mestrado. Universidade do Algarve, Faro.
- Dias, R. (2006). *Turismo e Patrimônio Cultural – recursos que acompanham o crescimento das cidades*. São Paulo, Saraiva.
- Fleury, A. C. C. & Fleury, M. T. L. (2004). Estratégias empresariais e formação de competências. 3a. ed. São Paulo: Atlas.
- Flores, M. (2006). A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento – uma visão do estado da arte. Santiago, Chile: RIMISP, março 2006. Disponível em: <http://indicadores.fecam.org.br/uploads/28/arquivos/4069FLORES_M_Identidade_Territorial_como_Base_as_Estrategias_Desenvolvimento.pdf>. Acesso em março 2015.
- Freire, L. S & Ferreira, H. C. H. (2015). O Turismo de base comunitária como alternativa de desenvolvimento local: O Caso de Curuçá – Pará. *ABET Juiz de fora*, volume 5, no3, p36-44.
- Freire, K. M. (2016). Design Para Serviços: Uma intervenção em uma Unidade Básica de Saúde do Sistema Único de Saúde Brasileiro. *Estudos em Design, Design Articles*.
- Freire, K. M. (2013). Design para serviços: Reflexões sobre o Escopo da Área. In: Menezes, Marizilda dos Santos; Moura, Monica (org). *Rumos da pesquisa no design contemporâneo: materialidade, gestão e serviço* (ebook). Sao Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Froehlich, J. M & Dullius, P. L. (2011). As experiências de Indicações Geográficas no Brasil Meridional e a Agricultura Familiar. In: Froehlich, José Marcos. *Desenvolvimento territorial: produção, identidade e consumo*. Ijuí: Ed. Unijuí.
- Garrido, I. M. D. A. (2001). *Modelos multiorganizacionais no turismo: cadeias, clusters e redes*. Dissertação de Mestrado. Salvador, IMDA.
- Krucken, L. (2009). *Design e território: valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Studio Nobel.
- Krucken, L & Roda, R. (2004). Gestão do Design Aplicada ao Modelo Atual das Organizações: Agregando Valor aos Serviços. Anais do 6o. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, São Paulo.
- Lucca, A. S. (2012). Design Participativo para a Valorização da Produção do Território. In: 10o Congresso Brasileiro De Pesquisa E Desenvolvimento Em Design - P&D Design, 2012, São Luís. Anais. São Luís: UFMA.
- Machado, A. F. (2016). Economia da Cultura e Economia Criativa: consensos e dissensos. In: Leitão, Cláudia; Machado, Ana Flávia. *Por um Brasil criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira*. Código Editora. Belo Horizonte,
- Manzini, E & Jegou, F. (2003). *Sustainable everyday – scenarios, visions, possible words*. United Nations Environment Programme. Edizione Ambientale, Milano.
- Manzini, E. (2008). *Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Rio de Janeiro: E-papers.
- Manzini, E. (2011). Introduction to design for services. In: Meroni, A; Sangiorgi, D. *Design for services*. Surrey: Gower.
- Meroni, A. (2008). Strategic design: where are we now? Reflection around the founders of a recente discipline. *Strategic design research journal*. Jul-dez 2008, p31-38.
- Moritz, S. (2009). *Service design: practical access to an evolving field*. Kols international school of design.
- Organização Mundial Do Turismo (S.f.). Disponível em: <http://www2.unwto.org/>
- Pinto, L. S. C. C. S. (2016). *Design Relacional: uma possibilidade para a conexão, viabilização e valorização de produtos alimentícios artesanais no Brasil*. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Artes e Design.
- Rivas, M. J. (2009). *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- Sachs I. (2009). *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Ed. Garamond.
- Scotolo, D & Netto, A. P. (2015). Contribuições do Turismo para o desenvolvimento local. *Revista de Cultura e Turismo*, ano 9, no. 1.
- Secomandi, F. (2014). *Design e as interfaces de serviço*. Gramado: Rio Grande do Sul. 11o. P&D design: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.
- Secomandi, F. (2012). *Interface matters: postphenomenological perspectives on service design*. Tese (doutorado) – Delft: Delft University of technology.
- Silva, R.E.S. (2012). Identidade, territorialidade e turismo comunitário: na luta pelo reconhecimento. Editorial Académica Española.
- Sun Tung, V. W & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence os memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, vol. 38 nº 4 pp. 1367-1386.
- Thackara, J. & Plano B. (2008). *O Design e as Alternativas Viáveis em um Mundo Complexo*. Virgília/Editora Saraiva.

Resumen: Este artículo es el resultado de una investigación doctoral que tuvo como uno de los objetivos identificar oportunidades con la comunidad local en el desarrollo de proyectos que combinen los sectores de Diseño y Turismo, en busca de soluciones para servicios sostenibles y que valoren la cultura y los actores locales. Se pudo constatar que el turismo como vector de desarrollo local, aliado al diseño aplicado a la valorización de las características del territorio, tiene un gran potencial como actividad complementaria a lo que ya se desarrolla localmente. En el siguiente trabajo se presentan estas orientaciones, centrándose en el Diseño y el Turismo Comunitario.

Palabras clave: turismo - desarrollo sostenible - diseño de servicios - valorización del territorio - innovación social - experiencia.

Abstract: This paper is the result of a doctoral research that had as one of the objectives to identify opportunities with the local community in the development of projects that combine the sectors of Design and Tourism, in search of solutions for sustainable services and that value the culture and local actors. It was possible to realize that tourism as a vector for local development, allied with design applied to the valorization of the territory's characteristics, has great potential as a complementary activity to what is already developed locally, and in the following work, these directions directed towards Design and Community-Based Tourism are presented.

Keywords: tourism - sustainable development - service design - valorization of the territory - social innovation - experience.

(*) Raquel Pereira Canaan: Pós doutoranda em Design e Turismo pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Doutora em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), Mestre em Design, Inovação e Sustentabilidade e Pós-graduada em Gestão do Design em Micro e Pequenas Empresas pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Graduada em Design Gráfico com extensão universitária no Politécnico di Torino (Itália). Professora nos cursos de Design de Produto, Gráfico e Ambientes e na Pós-Graduação em Design de Gemas e Joias; atua em projetos voltados para a valorização de recursos locais.

Convergencia entre estudios de diseño, tecnologías de fabricación digital y el diseño de soluciones personalizadas para la salud

Actas de Diseño (2023, abril),
Vol. 43, pp. 225-230. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2019
Fecha de aceptación: diciembre 2020
Versión final: abril 2023

Patricio Cristian Ortiz Silva (*)

Resumen: La introducción de las tecnologías de fabricación digital, en las carreras de diseño, ha tenido cierto impacto como método para lograr modelos y prototipos más rápidamente. Sin embargo, sus posibilidades como herramientas de investigación de diseño y producción limitada de productos son explotadas de manera incipiente en el ámbito académico. Una de las áreas de la enseñanza en el cual pueden desarrollarse soluciones de producto de rápida aplicación es el de diseño personalizado para la salud.

Palabras clave: Enseñanza de Diseño Industrial - Diseño centrado en el humano - Mecanismos monolíticos - Medios digitales de fabricación - Diseño para la salud - Ergonomía.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 230]

Introducción

El rápido crecimiento de las tecnologías de fabricación aditiva (*Impresión 3D.*) en los últimos años ha tenido lugar en varios contextos y aplicaciones.

En el contexto de usuarios que se dedican a pasatiempos y estudiantes, ha hecho accesible la posibilidad de tener equipos de costo reducido para hacer prototipos, con cierto grado de funcionalidad. En el ámbito de estudios de diseño independientes, y dentro de empresas medianas y grandes, ha madurado como un método de producción más, apto para fabricación de series pequeñas y medianas de piezas de productos adaptados a necesidades y nichos de mercado específicos.

Para producción en serie de gran escala aún no puede competir con las tecnologías de fabricación establecidas, pero recientemente esos límites empezaron a desdibujarse.

La ventaja de poder hacer prototipos y piezas funcionales para comprobaciones rápidas a costo relativamente bajo, cada vez encuentra más aplicaciones.

Tanto los usuarios casuales como los usuarios comerciales y dentro de empresas, están yendo más lejos en cuanto a las aplicaciones típicas de fabricación de prototipos y de pequeñas series de piezas para validaciones de mercado y funcionales. Aparecen aplicaciones indirectas válidas para complementar y apoyar procesos fabriles de mayor escala como el diseño y fabricación de plantillas, máscaras, escantillones y distintos tipos de dispositivos para apoyar en la eficiencia de líneas de ensamble, soldadura, acabados, manipuladores de brazos robóticos, entre muchas más.

Sin embargo, en el ámbito educativo de las carreras de diseño industrial, la aparición de numerosos equipos de