

A inovação social potencializada por conceitos semióticos da Tríade do Design no processo criativo artesanal

Luiz Lagares Izidio¹ e Luiza Novaes²

Resumo: Pensar o design de forma transversal e híbrida é necessário, quando ele está presente no contexto de produção criativa em projetos sociais. Neste lugar de criação, a linguagem do design torna-se mediadora das relações sociais, existindo atrelada aos processos de transformações, e sendo construída a partir da dialética entre o social e o individual. Em projetos sociais com produção artesanal, oficinas de processos criativos funcionam como um método de sensibilização estética e visual dos participantes, sempre aliando aulas teóricas a atividades práticas. Essas oficinas de criação, mediadas por designers, permitem a ampliação do repertório estético e cultural dos participantes desse tipo de projeto social. Por isso, acredita-se ser de suma importância, para que os artesãos possam criar produtos capazes e apropriados para representá-los, a utilização de um processo de ressignificação contextual do território onde os produtos são desenvolvidos, com base em conceitos semióticos. A metodologia utilizada na pesquisa incluiu uma análise, a partir de um estudo de caso com base em oficinas de processos criativos do projeto Artesanato Solidário do Aglomerado da Serra - ASAS. O estudo buscou identificar relações entre o uso de conceitos de semiótica e a evolução criativa das artesãs do projeto citado e, conseqüentemente, indicações que fortalecessem ou não a ideia do design como vetor de transformação social.

Palavras chave: Design Social - Semiótica - Inovação social - Processo criativo - Produção artesanal.

[Resumos em espanhol e inglês nas páginas 37-38]

⁽¹⁾ Mestre em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC. E este artigo contém parte de sua pesquisa de mestrado.

⁽²⁾ Doutora em Design, professora e pesquisadora no Programa de Pós-graduação em Design da PUC-Rio.

Introdução

O Design é uma atividade que influencia e é influenciada pelos interesses múltiplos dos diversos grupos sociais que participam de seus processos, sejam eles os produtores, os usuários ou os designers em si. Trata-se de uma atividade criativa capaz de conciliar ou

mediar elementos que compõem uma estrutura social, como por exemplo a cultura e a economia. Cross (1975) considera o design como uma força moderadora entre Tecnologia e Sociedade, e que esse fato afeta também as mudanças culturais e sociais, pois inovações sociais criam novos hábitos, novas dinâmicas e novas necessidades.

Assim, a partir do momento em que o design é entendido como um processo de interação social, uma vez que ele não lida apenas com objetos ou sistemas abstratos mas também com relações sociais, a conexão entre Design e o campo social fica evidenciada. Essa compreensão ocorre por meio do entendimento da não neutralidade do Design em relação às questões sociais.

É necessário, portanto, pensar o design de forma transversal e híbrida, quando se trata de um contexto de produção criativa em projetos sociais. Neste lugar de criação, a linguagem do design torna-se mediadora das relações sociais, cuja existência está atrelada aos processos de transformações, e é construída a partir da dialética entre o social e o individual. Em projetos sociais com produção artesanal, as oficinas de processos criativos funcionam como um método de sensibilização estética e visual dos participantes, sempre ligando aulas teóricas a atividades práticas.

Essas oficinas de criação, mediadas por designers, funcionam para ampliar o repertório estético e cultural dos participantes. Por isso, acredita-se ser de suma importância, para que os artesãos possam criar produtos aptos a representá-los, a utilização de conceitos semióticos durante o processo de ressignificação contextual do território onde o projeto se desenvolve. Desta forma, os produtos além de servirem como meio de comunicação, tornam-se emissores e portadores de mensagens do seu contexto social de forma simbólica. Nesse sentido, o objetivo deste artigo é relacionar e analisar contribuições de conceitos da semiótica no contexto de processos criativos de grupos artesanais em que a mediação de designers se fez e faz presente. Além disso, investigar o quanto esses conceitos contribuem para fortalecer o design como vetor na criação de tecnologias sociais, visto que elas podem ser reaplicadas em outros contextos, gerando resultados semelhantes e influenciando na melhoria da qualidade de vida dos agentes envolvidos. A metodologia utilizada na pesquisa incluiu uma análise, a partir de um estudo de caso com base em oficinas de processos criativos do projeto Artesanato Solidário do Aglomerado da Serra - ASAS. O estudo buscou identificar relações entre o uso de conceitos da semiótica e a evolução criativa das artesãs do projeto citado e, conseqüentemente, indicações que fortalecessem ou não a ideia do design como vetor de transformação social.

Desenvolvimento

O design se caracteriza como uma atividade que já nasceu interdisciplinar, expressiva e comunicacional, ligada a valores simbólicos que são expressos visualmente.

Diante disso, nesse estudo propomos um diálogo entre a dimensão social do Design, o Design como linguagem, as dimensões semióticas do design, a Inovação Social e a Tecnologia Social para que possamos embasar conceitualmente nossa proposta de validação das metodologias de design, potencializadas pelo uso da semiótica, na criação e produção artesanal.

Dimensões do fazer social do Design

O design, com suas características híbridas, está sendo cada vez mais associado à resolução de problemas transversais, dentre eles os pertencentes ao âmbito social, coexistindo de forma interdependente das estruturas sociais, de tal modo que, desde o seu surgimento, o design tem sido transformado e vem transformando os contextos sociais de cada época. As teorias e práticas do design têm percorrido novas esferas projetuais, ultrapassando as fronteiras tradicionais do projeto orientado ao produto, em busca de novos modelos de atuação com enfoque na melhoria dos fatores humanos, ambientais e econômicos.

A flexibilidade do design no campo interdisciplinar o torna uma área promissora junto a iniciativas que buscam inovação social. Como exemplo, podemos citar práticas criativas que envolvem o design e o artesanato. Segundo Manzini (2008), Inovação Social refere-se às mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas e para criar novas oportunidades. Essas iniciativas, geralmente possuem um caráter de conhecimento criativo e uma capacidade organizacional que se manifestam de modo mais aberto e flexível, com o objetivo de romper padrões consolidados e guiar novos comportamentos e modos de pensar. Compreender o design de forma expandida, com foco no social, se faz necessário, já que, na maioria das vezes, o resultado de um projeto de design reflete necessidades e interesses dos indivíduos, em um processo de interação social.

Nesta perspectiva, o design favorece e fortalece a inovação social, pois dialoga bem com outros campos disciplinares e é capaz de desenvolver soluções integradas de produto, serviço e comunicação, ou seja, estratégias adequadas para se enfrentar os desafios do mundo contemporâneo. Uma característica importante nesse processo é ele acontecer de forma horizontal e não hierarquizada, permitindo que as pessoas interessadas participem do processo e sejam empoderadas por ele, havendo assim uma redistribuição do poder de decisão na sociedade.

Em uma abordagem mais contemporânea, o design é percebido de forma multidisciplinar. Neste artigo, adotamos o conceito de Design do *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID), que interpreta a função do design de forma mais ampla e abrangente, como uma atividade criativa cujo objetivo é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas em ciclo completo de vida. Portanto, design como o fator central da humanização inovadora de tecnologias e o fator crucial de intercâmbio cultural e econômico.

O ponto principal desta colocação está relacionado à capacidade que o design tem de modificar o ambiente e transformar a relação dele com o indivíduo diante de suas necessidades concretas. Um exemplo disso são os projetos de design com foco no social, em comunidades com contexto de vulnerabilidade social, nos quais o designer tem uma participação ativa no processo de fortalecimento de indivíduos em busca de uma melhoria da qualidade de vida.

Nesse tipo de projeto, um conceito que surge como um facilitador é o de Tecnologia Social, que diz respeito ao entendimento e à materialização de uma ideia que propõe um processo de transformação na sociedade. São projetos que, no seu processo de criação, podem e devem contribuir para o exercício da responsabilidade social e para a gestão de processos de mudanças comportamentais. Eles devem possibilitar também a otimização

do desempenho, da inovação, da qualidade, da durabilidade, da aparência e dos custos referentes a cada produto, ambiente, informação e marca.

Segundo Lassance e Pedreira (2004), esse é um conceito que faz referência a uma ideia inovadora de desenvolvimento, que leva em conta a coletividade em todo o seu processo de organização, desenvolvimento e implantação. O design, por meio da tecnologia social, é capaz de unir saberes populares, conceitos técnicos, científicos e organização social que funcionam como meios eficazes para o objetivo de inclusão social. Um princípio importante, que estas tecnologias sociais devem permitir, é a possibilidade de serem reaplicáveis, ou seja, que qualquer outro grupo produtivo ou profissional que queira desenvolver um projeto semelhante possa utilizá-las como base, com as devidas adaptações, a fim de obter resultados semelhantes, fortalecendo assim a inovação social.

Esta proposição corrobora com a construção de uma visão compartilhada de futuros possíveis e sustentáveis, na qual, segundo Manzini (2008, p. 16), cabe ao design oferecer novas soluções aos problemas, sejam eles novos ou velhos. E, para tanto, o design deve estar profundamente ciente de sua missão, que é “melhorar a qualidade do mundo”. Os designers lidam com as interações cotidianas dos seres humanos com seus artefatos. São estas interações, aliadas às expectativas de bem-estar, que devem mudar seu caminho e rumar à sustentabilidade. O mesmo acontece no contexto de projetos sociais com produção artesanal: as metodologias de design, desenvolvidas a partir de uma visão delas como tecnologias sociais, fortalecem as interações entre o design e os beneficiários dos projetos. Desta forma, criam modos de ser e fazer ao mesmo tempo criativos e colaborativos, desenvolvendo habilidades de design nos participantes.

Acredita-se que seja necessária a incorporação de outras maneiras de lidar com o design, que viabilizem novos princípios para a consolidação da produção de um campo expandido do design, para além do tecnicismo e do mercado de produção em massa, encorajando um desenvolvimento contaminado pelo cotidiano, com a existência de um design engajado politicamente e socialmente. Manzini (2008) considera que,

Caminhar rumo à sustentabilidade é ir na contramão do conservadorismo, em outras palavras, preservar e buscar a regeneração do nosso capital ambiental e social significa romper com as tendências dominantes em termos de estilo de vida, produção e consumo, abrindo-se para novas possibilidades (Manzini, 2008, p. 15).

Nesse sentido, pensar metodologias de design como tecnologias sociais significa pensá-las de forma a que elas possam ser reaplicadas, garantindo resultados semelhantes e ao mesmo tempo alimentando grupos produtivos com novas formas de trabalho, para além das formas produtivas vigentes, potencializando seu poder criativo. Empreendimentos econômicos sociais realizados sob o enfoque do Design Social trazem como inovação a introdução da participação do usuário do produto em todas as etapas do processo de projeto, incluindo no processo elementos da sua vivência. Com esta prática, o design social cria uma nova lógica de projetar, construída pouco a pouco, com uma contínua participação dos indivíduos que expressam seus desejos e necessidades. Muitas vezes esses projetos vão na contramão dos meios de produção, pela multiplicidade de processos produtivos envol-

vidos ou por seguirem uma lógica de produção muito diferente dos meios existentes, pois têm como prioridade a lógica do usuário.

Segundo Szaniecki (2007, p. 113), atualmente vivemos o capitalismo que é chamado cognitivo ou cultural, que se alimenta justamente da criação e dos produtos estéticos, portanto, neste contexto, criar e produzir podem ser mais do que simplesmente exercício de criatividade, podem ser um ato político. Assim, pensar uma produção de design voltada para o social coloca o design como um dos eixos centrais das transformações subjetivas, podendo ser uma das ações políticas para produzir uma mudança social efetiva, que passa pela busca de uma nova forma de produção ou uma alternativa ao capitalismo, uma alternativa mais inclusiva, participativa e de coprodução. Essa estrutura de trabalho faz parte de uma visão multidisciplinar e colaborativa, na qual a autoria do produto não é apenas do designer, mas sim de todos os envolvidos no processo de produção, sendo um exemplo claro de processo coletivo colaborativo onde não há uma liderança, portanto, tratando-se de uma parceria ou co-design.

Esses empreendimentos econômicos sociais com produção artesanal e participação do design são, portanto, próprios da inovação social. Pois neles estão presentes: iniciativas participativas e colaborativas; a prática de coprodução entre designers e artesãos (produtores locais); a existência das tradições, mesmo que estas já estejam na memória; e o uso de tecnologias que possam ser reinterpretadas e utilizadas de maneira original. Assim, o design ao desenvolver tecnologias sociais funciona como fertilizante para o desenvolvimento de uma economia do conhecimento, gerando e colocando em prática ideias novas e mais sustentáveis de bem-estar.

O design como linguagem

Nessa perspectiva, os autores Braida e Nojima (2014) têm como premissa a ideia de que “Design é linguagem”. Este pensamento vem do fato de considerarem o design como um processo de produção cultural, e sendo assim, consequentemente um processo de comunicação, pois lida com signos e sistemas de significação.

Nojima (2006, p. 124) assinala que na produção do design “assim, como um acontecimento de linguagem, são construídos os significados que modelam e orientam, retificam e reorientam os mais diversos discursos dos produtos resultantes do Design”. Portanto, perceber o design como linguagem é extremamente útil principalmente quando se pretende trabalhar a comunicação e os aspectos da produção de significado. Compreender o design como um fenômeno de linguagem traz, portanto, uma visão contemporânea de uma proposta de metodologia que passa a ter como auxílio teórico outros campos do saber.

O design como linguagem se define a partir de dois vieses de inferências que são: o caráter contextual, que trata de questões representadas por linhas dominantes em um dado momento histórico, entendido em seus aspectos sociais, econômicos, políticos, culturais e tecnológicos; e o caráter pessoal, representado pela maneira que a personalidade criadora reage acerca dos conjuntos das linhas dominantes, oferecendo alternativas únicas para problemas do cotidiano. De forma geral, o discurso do design é social, já que surge da combinação das circunstâncias em que se produz uma mensagem e como ela será expressa.

Nesse sentido, o papel do designer no processo criativo de concepção de produtos em projetos sociais tem o foco na mediação dos processos de mudanças comportamentais, visando uma alteração no cenário social onde o projeto está inserido, e consequentemente, atuando no processo de criação de produtos, na melhora de desempenho, na inovação, na qualidade, na durabilidade, na aparência e nos custos dos produtos, entre outras ações.

Conceitos semióticos como parte de uma abordagem do design para a inovação social

A linguagem do design é apresentada por meio de signos, a partir dos quais os objetos e sistemas falam, sendo eles, portanto, uma manifestação semiótica, através da qual somos capazes de realizar o processo de interpretação da trama de sentidos que estão nas coisas que nos rodeiam no cotidiano. O estudo apresentado no livro *Tríades do Design*, de Braida e Nojima (2014), é apoiado na Semiótica Peirceana, oferecendo meios de organização da nossa percepção do design, ou seja, da nossa maneira de concepção, produção e circulação das coisas.

Por meio da Tríade do Design é possível perceber que a teoria peirceana torna-se uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento do trabalho prático do design no que diz respeito ao modo de fazer e de projetar seu lugar na cultura e na constituição de mundo. Dessa maneira, utilizar estes conceitos no contexto dos processos criativos de produção artesanal em projetos sociais contribui para a representação simbólica do território do projeto social e para o reconhecimento das artesãs no produto finalizado, além de fortalecer os processos criativos como processos de tecnologias sociais, que fornecem conhecimento e racionalidade ao processo.

Braida e Nojima (2014) propõem na teoria da tríade do design, fundamentados na teoria semiótica de Peirce, três categorias que são: a forma, o significado e a função. Os autores apresentam um quadro em que relacionam a formação das funções do design com as categorias fenomenológicas de Peirce, as dimensões semióticas da linguagem, e os fundamentos do design.

Categories Fenomenológicas	Dimensões Semióticas da Linguagem	Fundamentos do Design	Funções do Design
Primeiridade	Sintática	Forma	Estética
Secundidade	Semântica	Significado	Simbólica
Terceiridade	Pragmática	Função	Prática

Quadro 1. Correlação entre as dimensões da linguagem, os fundamentos do design e as funções dos produtos. Fonte: Braida e Nojima (2014, p.78).

Diante disso, é possível dizer que a função estética está atrelada à configuração e à aparência dos produtos e, conseqüentemente, aliada ao uso sensorial e à percepção dos produtos. Já a função simbólica, diz respeito à construção do significado dos produtos, e nela estão presentes os aspectos espirituais, psíquicos e sociais relacionados à construção e uso dos produtos. A função prática, por sua vez, está relacionada à função que o produto assume, ou seja, à relação prática de um produto com o seu usuário no nível orgânico-corporal ou fisiológico.

De forma geral, a tríade do design se constrói a partir de correlações e articulações entre a semiótica Peirceana e as dimensões semióticas da linguagem e do design. É importante ressaltar que para Braida e Nojima (2014), tal qual o *representamen*, o objeto e o interpretante são três correlatos que formam um signo, a forma, o significado e a função são inseparáveis e manifestam-se justapostos e articulados em todo e qualquer produto ou objeto de design.

Análise das funções do design no processo de criação artesanal de projetos sociais

Uma análise das funções do design foi realizada tendo como base o processo criativo de produção artesanal de produtos desenvolvidos no projeto Artesanato Solidário do Aglomerado da Serra (ASAS). A análise buscou primeiramente relacionar o uso de conceitos semióticos com os processos criativos que aconteceram no projeto ASAS, e investigar o quanto esses conceitos semióticos interferiram nos resultados finais desses processos. Em seguida, observar se o conhecimento da tríade do design pode fortalecer o processo de formação de uma tecnologia social a partir do processo criativo com base no design.

O ASAS nasceu em 2007 a partir da vontade da Universidade FUMEC de integração com a comunidade localizada no seu entorno. Nesse sentido, escolheu-se o Aglomerado da Serra, conjunto de vilas e favelas localizado na região sul da cidade de Belo Horizonte, em um dos setores residenciais de maior valorização imobiliária e de moradores com alto poder aquisitivo, onde também está localizada a Universidade FUMEC.

O projeto incluiu dois grupos produtivos: ASAS_modalaje e ASAS_aglomeradas. Neste artigo as análises realizadas se concentraram no grupo ASAS_aglomeradas, pois foi o grupo com o qual um dos autores teve mais contato durante o processo de criação das coleções. A capacitação proposta ao grupo foi multidisciplinar e elaborada com o intuito de gerar renda por meio do desenvolvimento de produtos com alto valor agregado, que incorporassem aspectos do design contemporâneo ao artesanato urbano, em uma tentativa de melhoria de renda e aumento da qualidade de vida dos beneficiários do projeto.

O objetivo do ASAS era estabelecer um processo sustentável de geração de renda a partir do conceito de autonomia criativa e produtiva, com foco no empoderamento das artesãs e na comunidade. Partindo de um conceito expandido de artesanato solidário, o projeto desenvolveu metodologias específicas de criação em artesanato e design com o intuito de capacitar grupos de artesãos para o desenvolvimento de objetos inventivos singulares (Veja Figura 1).

O grupo desenvolveu diversos produtos como cadernos, camisas, lenços, almofadas, aventais e *toys*, inspirados no cotidiano da própria favela. Desta forma, o design de superfície aplicado aos produtos tornou-se uma forma de expressão de sua cultura e território. As oficinas de processos criativos seguiram algumas etapas. São elas: Pesquisa de campo; Registro no caderno de processo; Geração de alternativas coletiva e colaborativa; escolha de elementos composicionais; Prototipagem e Produção.

Pesquisa de Campo / Registro no caderno de processo

Passeios e ou caminhadas de sensibilização estética e formal foram propostos. No caso do ASAS, essa sensibilização teve como foco o território do aglomerado, sendo os participantes sempre estimulados a buscar referências visuais (materiais, objetos e imagens no aglomerado) no lugar onde viviam e anotá-las em um caderno de processo, assim como comumente um designer faz na etapa de pesquisa, em seu processo criativo.

Os registros das experiências foram feitos por meio de desenhos e colagens em cadernos de processo. Esses registros foram revistos pelos designers e pelas artesãs juntos, e iconografias foram escolhidas para serem utilizadas na geração de alternativas. Na grande maioria das vezes os relatos presentes nos cadernos geraram estampas, e serviram como referências de cores, texturas e formas para os produtos finais da coleção, trazendo assim o fortalecimento de uma identidade cultural e o reforço do território onde as artesãs viviam (Veja Figura 2).

Os signos coletados serviram como base para que os beneficiários (re)significassem o mundo a sua volta, e agregassem sentido ao processo criativo, levando-os, portanto, a conhecer e perceber novas formas de olhar o mundo ao seu redor e entender sua importância e influência diretamente no processo criativo. Esses signos coletados interferiram nas dimensões de percepção do produto final criado por eles.

O aumento do nível de percepção dos participantes/beneficiários nas oficinas criativas fez com que eles pudessem agir sobre as dimensões sintáticas, semânticas e pragmáticas dos objetos que foram sendo desenvolvidos. Assim, descobriram novas formas, significados e funções para a linguagem de seus produtos, incorporando a eles novas funções estéticas, simbólicas e práticas.

A ampliação do repertório cultural dos participantes do projeto colocou-os em uma posição capaz de escolhas, na qual eles puderam aceitar ou não esses conhecimentos e os inserir em seu dia a dia, gerando assim o fortalecimento da sua noção de território e de valorização do meio em que vivem, fazendo esse conhecimento reverberar em suas criações e no desenvolvimento dos produtos.

Nesse momento de escolhas de signos e representações nos cadernos de processo, a função predominante do design foi simbólica pois cada objeto, paisagem e signo escolhido estabelecia ligações entre os beneficiários e suas experiências e sensações anteriores. Além disso, observou-se também a presença da questão semântica, ou seja, dos signos e representações estarem atrelados aos significados dos produtos.

A dimensão sintática, por sua vez, tratou de como as partes se identificaram e se articularam material e formalmente. Assim, ao se discutir o material e as formas de um produto,



Figura 1.



Figura 2.

Figura 1. Alguns produtos do projeto Artesanato Solidário do Aglomerado da Serra (ASAS). Fonte: facebook.com/projeoasas acessado em 20/05/2016. **Figura 2.** Cadernos de processo dos beneficiários do projeto Artesanato Solidário do Aglomerado da Serra (ASAS), mostrando elementos visuais característicos do território, que fizeram parte da primeira coleção do grupo produtivo, intitulada Natureza na Favela. Fonte: Rena (2010, p. 75).

abordou-se sobretudo a dimensão sintática do design. Já a dimensão semântica tratou do próprio objeto e da coisa significada, a significação do produto, o que ele representava, e como o objetivo do produto foi expresso ou representado.

Porém, vale ressaltar que, como em um signo, as funções do design estão inter-relacionadas. Desta forma, assim como acontece no processo de decomposição da estrutura do signo, é importante lembrar que ele é percebido integralmente, e para dissecá-lo, uma abordagem analítica para o seu entendimento se faz necessária. Portanto, concluímos que neste momento estavam presentes a função estética, na medida em que cada escolha feita nessa etapa influenciou na aparência final do produto; e também a função prática, pois as relações que os usuários tiveram com o objeto dependeram das escolhas feitas nessa etapa.

Geração coletiva e colaborativa de alternativas / Escolha de elementos composicionais

Depois de escolhidas algumas referências dos cadernos de processo, começou a etapa de geração de alternativas que se deu de duas formas: individualmente, no caderno de processo; e de forma coletiva e colaborativa, no que chamamos de cartografia subjetiva, que nada mais era que a criação de um mapa da favela, onde todas as artesãs desenhavam ao mesmo tempo podendo interagir e interferir cada uma no desenho da outra.

Por meio do uso de fundamentos básicos de design como linha, plano, forma e contra-forma, colagens, sobreposições de imagens e palavras construiu-se uma cartografia subjetiva, associando-se a experiência de cada artesã ao aglomerado em um mapa desenhado, pintado e bordado coletivamente. No fim desse processo, as artesãs selecionaram nos mapas e nas imagens construídas coletivamente, aquelas que seriam mais adequadas para serem aplicadas nos produtos da nova coleção.

Nesse momento do processo criativo, a função predominante do design foi estética, pois compreendeu a escolha dos elementos visuais que apareceriam diretamente nos produtos. A função estética revelou a aparência material do ambiente que seria percebido através dos sentidos, uma vez que se encontra na categoria universal peirceana da primeiridade, influenciando diretamente na forma, uma vez que se caracteriza como a soma dos elementos da configuração e das relações que se estabelecem entre esses elementos. Assim, as escolhas feitas nesse momento influenciaram a linguagem que os produtos carregariam consigo e com a qual eles criariam relações com as pessoas e se comunicariam quando estivessem prontos.

É importante lembrar que as percepções das funções estética, simbólica e prática não estão no produto em si, mas sim na linguagem que este carrega consigo. Como diz Bonsiepe (1997), “Não se percebe que as funções nada mais são do que distinções linguísticas feitas por um observador. As funções não estão nos produtos e sim na linguagem”.

Prototipagem e produção

Após todo o processo de busca de referências e escolhas criativas, a fase de prototipagem se concentrou em dar forma aos pensamentos, expressões e alternativas. Já a fase de produção se destacou como o momento em que tudo foi colocado de fato no produto final. Nessa etapa, a forma se apresentou atrelada ao desenvolvimento tecnológico dos materiais e à possibilidade de combinação entre eles. A forma influenciou, portanto, na escolha da técnica de produção e nas relações entre os materiais adotados.

Assim, os produtos finais apresentaram-se como um emaranhado de funções do design, pois todas elas participaram ativamente dos processos de criação dos produtos pelas artesãs. Dessa maneira, os produtos resultantes foram carregados de significados culturais relevantes, incorporando e revelando características do território dos beneficiários. Por conseguinte, a função predominante se mostrou a simbólica, que ficou presente nos elementos gráficos, que representavam os becos, os corredores e as casas da favela, tendo relação direta com a vida e o cotidiano dos beneficiários do projeto.

No entanto, as outras funções também puderam ser reconhecidas em algum nível nos produtos finais, pois as funções do design, como já mencionado neste artigo, são inter-relacionadas, são interdependentes. Braida e Nojima (2014, p. 85) consideram que “... forma, significado e função são inseparáveis e manifestam-se imbricadamente articulados em todo e qualquer produto ou objeto do design”.

Uso de conceitos da semiótica no processo de formação de tecnologia social

O termo tecnologia social, segundo Lassance e Pedreira (2004), diz respeito ao conjunto de técnicas e procedimentos, associados a formas de organização coletiva, que representam soluções para a inclusão social e melhoria da qualidade de vida das pessoas. Para os autores, “Dotar as tecnologias sociais de racionalidade técnica é essencial para aumentar suas chances de serem legitimadas e ganhar força no circuito administrativo” (Lassance e Pedreira, 2004, p. 74). Só assim as ações e metodologias criadas em projetos sociais com produção artesanal podem vir a ser consideradas tecnologias sociais. Esse fato mostra a importância da colaboração do designer no processo de formação de tecnologias sociais, uma vez que ele é capaz de fornecer o suporte técnico necessário para a viabilização desse processo. Isso é fundamental, pois a sabedoria artesanal é baseada na experimentação, sendo mais empírica, mesmo as mais complexas e organizadas.

Enriquecer esse processo com conceitos da semiótica e suas funções, mais especificamente da tríade do design –forma, significado e função–, fortalece o processo de validação do processo criativo do design como tecnologia social, pois o entendimento desses conceitos por parte das artesãs possibilita que elas (re)signifiquem formas e símbolos próprios do seu território e os transformem em argumento para a criação de seus produtos.

Contudo, como a prática artesanal na grande maioria das vezes acontece de forma empírica, e esse conhecimento em geral é implícito e não explícito, as artesãs conseguem mostrar o que fazem, mas têm dificuldades para explicar de que maneira chegaram a um determinado trabalho. Por isso, o modo mais indicado de repassar os conceitos de semiótica

para as artesãs seja por meio de uma abordagem informal e durante a prática do processo criativo, no momento em que ele acontece.

Outra questão importante sobre a tecnologia social é o fato de ela poder ser reaplicável em outros lugares que possuam situações semelhantes. Em cada lugar que essa tecnologia for aplicada, inserida, haverá necessidade de adaptações e ajustes, já que ambientes diferentes têm características únicas. Portanto, a tecnologia social não é um fim em si, mas sim um conceito, um meio para se obter resultados semelhantes aos que já foram obtidos em projetos da mesma natureza.

O uso dos conceitos da semiótica de uma maneira mais informal, como exemplificado nos conceitos da tríade do design, mostra-nos a semiótica como uma ótima ferramenta em processos de criação de produtos, pois amplia consideravelmente o repertório criativo dos beneficiários envolvidos, trazendo singularidade, identidade, argumento e força criativa para a geração de produtos. Nesse sentido, a utilização dos conceitos da semiótica de maneira informal agrega conhecimento ao processo criativo, fortalecendo-o como uma possível tecnologia social, podendo ser reaplicada em condições semelhantes como foi relatado neste artigo.

Conclusões

Retomando a premissa de Braida e Nojima de que “Design é linguagem”, torna-se natural aceitar o design como mediador das relações dos produtos com o mundo ao seu redor. E nesta mediação, a tríade do design possui papel importante, pois ela fornece meios para que os processos de transformação aconteçam no objeto e na significação que fazemos deles. Incrementar o processo criativo de beneficiários de projetos sociais com este conhecimento é importante, na medida em que este conhecimento fortalece o processo criativo. O aumento do nível de percepção dos participantes após as oficinas criativas, faz com que eles contemplem em seus processos criativos as dimensões sintáticas, semânticas e pragmáticas dos objetos que estão desenvolvendo, permitindo que se apropriem e incorporem este conhecimento a seu dia a dia. Esse pensamento corrobora com o que Maffesoli (2001) diz a respeito da formação da identidade passar a ser uma escolha pessoal: cada indivíduo escolhe estilos de vida a que deseja pertencer, atitudes a tomar, aspirações e modismos que querem seguir, reconfigurando desta forma a sociedade.

Segundo Barroso (1999), diante dessa nova perspectiva de formação da identidade e na perspectiva de ação em um projeto de capacitação em artesanato e design, deve-se estimular que os beneficiários redirecionem seus olhares para dentro de si mesmos e do próprio território, buscando na própria cultura material e iconográfica as bases para a criação de novos produtos, fortalecendo, assim, a identidade cultural dos objetos gerados, uma vez que seu olhar, pouco contaminado por modismos, oferece novas ideias, despojadas de vícios e referências exógenas.

Assim é possível considerar o uso de metodologias de processo criativo como tecnologia social, pois além deste processo poder ser reaplicado é dotado de conhecimento científico, por meio do design e da semiótica, que juntos revelam o design como fenômeno cultural.

Pensar o design de forma ampla e inserido no contexto social faz com que ele se aproxime da realidade das pessoas, criando um ambiente material coerente para atender melhor suas necessidades. Pensar o Design sob essa ótica expandida, para além das possibilidades já conhecidas; pensar e fazer design de uma maneira mais social e política, se torna imprescindível. Mais do que atuar nas alterações de forma, cor, técnica usada e até mesmo no modo de fazer um produto artesanal, o designer deve ser um agente facilitador no empoderamento dos beneficiários de projetos sociais, levando-os por um caminho de compreensão que a inovação está na forma como eles pensam o produto e não apenas na maneira como eles fazem este produto.

Somente assim é possível favorecer o aparecimento de tecnologias sociais que venham impactar, consideravelmente, a produção artesanal de um grupo. Além disso, no processo de criação dessas tecnologias sociais é preciso que seja levada em conta a valorização de técnicas criativas coletivas e colaborativas, que reflitam uma autoria também coletiva. Assim, produtos com identidade e representação local fortalecidas são criados, favorecendo o aumento da qualidade de vida dessas pessoas envolvidas no processo de produção, além de uma desejada inclusão social.

Bibliografia

- Barroso, E. (1999). "Design, identidade cultural e artesanato", *Primeira Jornada Ibero-americana de Design no Artesanato*. Disponível em <http://www.eduardobarroso.com.br-c>. Acesso em 23/06/2015.
- Bonsiepe, G. (1997). *Design do material ao digital*. Florianópolis: FIESC/IEL.
- Braida, F. e Nojima, V. (2014). *Por que design é linguagem?* Rio de Janeiro: Rio Book's.
- Braida, F. e Nojima, V. (2014). *Triades do Design: Um olhar sobre a forma, o significado e a função*. Rio de Janeiro: Rio Book's.
- Lassance Júnior, A. e Pedreira, J. (2004). "Tecnologias sociais e políticas públicas", em *Tecnologia social - uma estratégia para o desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Fundação Banco do Brasil.
- Maffesoli, M. (2001). *Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas*. Rio de Janeiro: Record.
- Manzini, E. (2008). Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. [coordenação de tradução Carla Cipolla; equipe Elisa Spampinato, Aline Lys Silva]. Rio de Janeiro: E-papers.
- Nojima, V. (2006). "Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do design", em Coelho, L. (2006). *Design método*. Rio de Janeiro: PUC, pp. 123-134.
- Rena, N. (2010). *Territórios aglomerados*. Belo Horizonte: FUMEC.
- Szaniecki, B. (2007). *Estética da multidão*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Resumen: Es necesario pensar el diseño de forma transversal e híbrida en el contexto de producción creativa de proyectos sociales. En este lugar de creación, el lenguaje del dise-

ño se vuelve mediador de las relaciones sociales, estando ligado a los procesos de transformaciones, y siendo construido a partir de la dialéctica entre lo social y lo individual. En proyectos sociales con producción artesanal, talleres de procesos creativos funcionan como un método de sensibilización estética y visual de los participantes, siempre aliando clases teóricas a actividades prácticas. Estos talleres de creación, mediados por diseñadores, permiten la ampliación del repertorio estético y cultural de los participantes de ese tipo de proyecto social. Por eso, se considera de suma importancia, para que los artesanos puedan crear productos sólidos y apropiados, la utilización de un proceso de resignificación contextual del territorio donde los productos son desarrollados, en base a conceptos semióticos. La metodología utilizada en la investigación incluyó un análisis, a partir de un estudio de caso con base en talleres de procesos creativos del proyecto Artesanato Solidario del Aglomerado de la Sierra - ASAS. El estudio buscó identificar relaciones entre el uso de conceptos de semiótica y la evolución creativa de las artesanas del proyecto citado y, consecuentemente, indicaciones que fortalecieran o no la idea del diseño como vector de transformación social.

Palabras clave: Diseño social - Semiótica - Innovación social - Proceso creativo - Producción artesanal.

Abstract: Thinking about cross-sectional and hybrid design is necessary when it is present in the context of creative production in social projects. In this place of creation, the language of design becomes the mediator of social relations, existing linked to the processes of transformations, and being constructed from the dialectic between the social and the individual. In social projects with craft production, creative process workshops function as a method of aesthetic and visual sensitization of the participants, always allying theoretical classes to practical activities. These creation workshops, mediated by designers, allow the expansion of the aesthetic and cultural repertoire of the participants of this type of social project. Therefore, it is believed to be extremely important, so that artisans can create products capable and appropriate to represent them, the use of a process of contextual re-signification of the territory where the products are developed, based on semiotic concepts. The methodology used in the research included an analysis, based on a case study based on creative process workshops of the Aglomerado da Serra - ASAS Craft Solidarity project. The study sought to identify relationships between the use of concepts of semiotics and the creative evolution of the artisans of the cited project and, consequently, indications that strengthened or not the idea of design as a vector of social transformation.

Keywords: Social design - Semiotics - Social innovation - Creative process - Craft production.
