

DESIGN ESTRATÉGICO E SUSTENTABILIDADE: A DIMENSÃO SOCIAL EM COLETIVOS QUE ATUAM EM PROCESSO PRODUTIVO ARTESANAL

STRATEGIC DESIGN AND SUSTAINABILITY: THE SOCIAL DIMENSION IN COLLECTIVES OPERATING IN ARTISANAL PRODUCTION PROCESS

DISEÑO ESTRATÉGICO Y SOSTENIBILIDAD: LA DIMENSIÓN SOCIAL EN LOS COLECTIVOS QUE TRABAJAN EN PROCESOS PRODUCTIVOS ARTESANALES

Ana Beatriz Avelino Barbosa¹; Claudia Regina Hasegawa Zacar¹; Marta Karina Leite².

1. Universidade Federal do Paraná - UFPR
2. Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UFPR

Autor correspondente: Ana Beatriz Avelino Barbosa

E-mail: anabeatrizavelinobarbosa@gmail.com

RESUMO

A crescente de processos produtivos para as comunidades locais pode trazer como problemática a forma de organização das ações coletivas para produção artesanal, comumente com a finalidade de gerar renda para o desenvolvimento social. Para resolver essa questão se buscam, então, ferramentas em prol da melhoria dos sistemas processuais. Para isso, apresenta-se como questão para este artigo “como o Design pode atuar sobre a organização de produções locais, para atingir a Sustentabilidade?”. Para isso, traz como objetivo a identificação de contribuições do Design Estratégico para a estimulação de comunidades atuando em coletivos para gerar renda, relacionado ao desenvolvimento sustentável. O método selecionado foi a revisão bibliográfica narrativa, combinada com base de dados utilizados por programas de pós-graduação em Design. Encontrou-se como resultado recomendações para práticas coletivas, para atingir a Dimensão Social da Sustentabilidade, discutindo o planejamento, que une o saber vernacular da produção artesanal com a organização sistêmica do Design.

Palavras-Chave

Design para a Sustentabilidade; Design Estratégico; Coletividades; Identidade local; Valorização social.

RESUMEN

El crecimiento de los procesos productivos para las comunidades locales puede traer como problema la forma de organizar acciones colectivas de producción artesanal, generalmente con el objetivo de generar ingresos para el desarrollo social. Para resolver esta cuestión, se buscan herramientas para mejorar los sistemas de procedimientos. Para eso, se presenta como cuestión para este artículo "¿cómo el Diseño puede actuar en la organización de las producciones locales, para alcanzar la Sostenibilidad? Para eso, trae como objetivo la identificación de contribuciones del Diseño Estratégico para la estimulación de comunidades actuando en colectivos para generar renta, relacionada al desarrollo sustentable. El método seleccionado fue la revisión bibliográfica narrativa, combinada con bases de datos utilizadas por programas de postgrado en Diseño. Se encontró como resultado recomendaciones para prácticas colectivas, para alcanzar la Dimensión Social de la Sostenibilidad, discutiendo la planificación, que une el conocimiento vernáculo de la producción artesanal con la organización sistémica del Diseño.

Palabras clave

Diseño para la Sostenibilidad; Diseño Estratégico; Colectividades; Identidad local; Valorización social.

ABSTRACT

The growing of productive processes for local communities can bring as a problem the way of organizing collective actions for craft production, usually with the purpose of generating income for social development. In order to solve this issue, tools are being sought to improve procedural systems. For this, it is presented as a question for this article "how Design can act on the organization of local productions, to achieve Sustainability?". For this, it brings as objective the identification of contributions of Strategic Design for the stimulation of communities acting in collectives to generate income, related to sustainable development. The selected method was the narrative bibliographic review, combined with databases used by graduate programs in Design. The result was recommendations for collective practices, to achieve the Social Dimension of Sustainability, discussing planning, which unites the vernacular knowledge of craft production with the systemic organization of Design.

Key Words

Design for Sustainability; Strategic Design; Collectivities; Local Identity; Social Enhancement.

1 INTRODUÇÃO

A Sustentabilidade aplicada à sociedade, de forma a se observar o aspecto social, é aquela que é justa, democrática e inclusiva (Karuppannan & Sivam, 2011). Trata-se de um processo permanente em busca de uma sociedade ideal para que se atinja um bem-estar social. São trazidos valores como solidariedade, honestidade, confiabilidade, tolerância,

otimismo, entre outros nos quais são pautadas as atitudes, opiniões e atividades a serem executadas (Santos et al., 2019).

Neste cenário, envolve-se o Desenvolvimento Sustentável, que é o meio para se chegar à sustentabilidade (Santos et al., 2019). Define-se esse desenvolvimento como aquele que une a ética e a economia, ampliando o espectro de apenas riquezas materiais, mas trazendo também o efetivo bem-estar social e material (Sachs, 2009). Alinhado a isso, as dimensões ambientais, social, quando aplicadas, contribuem para a prática de atender as necessidades das gerações presentes, sem que se atrapalhe a capacidade das gerações futuras também atenderem suas demandas (United Nations Sustainable Development Group, 2023). Busca-se, portanto, o desenvolvimento econômico sustentável para criar uma harmonia entre os recursos da natureza e a evolução humana (Sachs, 2009). Envolvido o Design na prospecção dessa idealização, busca-se esse objetivo por meio do equilíbrio entre as dimensões econômicas, ambientais e sociais, conceitos que são também interdependentes (Santos et al., 2019).

O design se molda, nessa perspectiva, em função ao objetivo de atingir coesão e equidade social, dois conceitos essenciais para a compreensão e efetividade no bem-estar. A coesão social se trata de indivíduos compartilharem interesses e ideais em comum, que os unidos em um grupo social (Bodart, 2016). Enquanto, a equidade é a defesa do tratamento justo e imparcial (Priberam, 2017), objetiva o reconhecimento dos direitos de cada indivíduo (Amora, 2008). Por meio desses conceitos, o Design pode atuar como potencializador dessas ações, a serem tomadas em prol da sustentabilidade, possibilitado de se estar envolvido desde o Design de produtos, serviços, sistemas, entre outros (WDO, 2018).

A dimensão econômica é aquela que visa o valor econômico em relação ao bem-estar, buscando uma distribuição de recursos justa e com equidade; enquanto a ambiental diz respeito a diversidade biológica, capital natural, administração dos recursos renováveis e não renováveis, além de outras considerações desse tipo; por fim, a dimensão social é a que busca gerenciar a aplicação dos direitos humanos, em função uma sociedade com equidade e coesão (Santos et al., 2019). Nesse sentido, uma sociedade mais justa e ética, na qual haja felicidade e harmonia, é um fundamento básico que caracteriza a dimensão social do Design para a Sustentabilidade (Santos et al., 2019).

Entretanto, justamente por se tratar de idealizações que são feitas no sentido de uma sociedade ideal, necessita-se observar as problemáticas que estão presentes no contexto real quando aplicadas na prática. Uma dessas considerações é sobre não haver soluções certas ou erradas, mas sim melhores ou piores para uma abordagem qualitativa na perspectiva escolhida e no contexto focado. Também há a questão de a natureza do problema poder ser alterada com o tempo, por mudança política ou ampliação de renda, por exemplo; e, ainda, ser difícil garantir que o problema foi resolvido (Santos et al., 2019). Para o foco deste artigo, foi levado em consideração essas problemáticas quando atuante na dimensão social, devido a se observar também uma perspectiva comunitária na produção artesanal, o que justifica a especificidade na escolha de uma das dimensões para a confecção do artigo.

Uma forma de garantir a observação da dimensão social é a observação da totalidade dos sistemas, considerando que as mudanças efetivas devem ser na direção dos padrões de consumo e produção mais sistematicamente sustentáveis (Manzini, 2008). Neste caso, é relevante analisar as possibilidades comunitárias quando se tenta resolver esses problemas, sendo possível utilizar a visão sistêmica do Design para essa contribuição, caracterizando como inovação social para a comunidade (Santos et al., 2019).

De modo sucinto, a Inovação Social se define por processos com interesses sociais para ação inovadora (Manzini, 2008). Neste artigo, o interesse social em questão foca-se sobre a coletividade produtora artesanal, visto que muitas vezes para que comunidades mais carentes tenham o desenvolvimento local e social, acabam se inserindo nesse tipo de produção (Ferretti, 2015), unindo os saberes vernaculares com possibilidades criativas de geração de renda (Noronha et al., 2022). Idealmente, essa produção se organiza em prol da execução de atividades artesanais para geração de renda local, distribuída e comunitária, de forma a conseguir que se tenha uma igualdade dentro daquele grupo. Desse modo, pode-se utilizar a identidade local e o território também como forma de valorização dessa união, influenciando em que tipo de peça artesanal será confeccionada, com qual material, processo e métodos, pois o valor agregado aos produtos confeccionados pode se dar, em boa medida, justamente pelas características da comunidade local (Krucken, 2009). Alinhado a isso, o Design nesta abordagem de inovação social, baseia-se na utilização do design, principalmente no âmbito estratégico, de produto e de serviços, para o desenvolvimento de mudanças sistêmicas voltadas à sustentabilidade. (Manzini, 2008).

Portanto, trazer a identidade como diferencial, usando-a como contribuidor do Design Estratégico (Freire, 2021), para ambos atuarem na dimensão social do Design para a Sustentabilidade (Santos, 2019) é um tema emergente e notório. A justificativa para envolver essas temáticas, deve-se ao potencial de transformação e impulsão de novas abordagens, trazendo impactos sociais no âmbito estratégico, capacidade produtiva e de geração de renda (Manzini, 2008). Isso porque, neste artigo, tem-se a abordagem sobre os atores envolvidos em coletivos que já atuam em produção artesanal, precisando, portanto, da consolidação de como o design pode contribuir na melhoria desses processos, dando ênfase à dimensão social (Freire, 2021). A criação de um debate sobre o quanto o planejamento estratégico se insere nos processos sustentáveis, quando se opta por abordar a dimensão social do Design em uma comunidade, torna-se relevante para compreender as possibilidades de inserção dessas práticas em prol à melhora de causas sociais (Franzato, 2021). Um exemplo é discutir como essa observação da Sustentabilidade no Design pode ser aplicada nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, ODS, da Organização das Nações Unidas, a ONU, relacionando-se diretamente com ODS 8 – Trabalho decente e crescimento econômico, que se trata de promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todos (IDIS & CAF, 2023), e a ODS 10 - Redução das desigualdades, reduzir as desigualdades dentro dos países e entre eles (IDIS & CAF, 2023).

2 DESIGN ESTRATÉGICO PARA A SUSTENTABILIDADE

O “Design Estratégico é uma atividade de projeção cujo objeto é a interface na qual uma empresa se apresenta ao mercado e à sociedade” (Zurlo, 1999). A definição para estratégia é a possibilidade de realizar ações a partir da previsão de cenários, podendo essas serem modificadas a partir de informações, de acasos, de obstáculos (Freire, 2021). Sendo que, essas atitudes a serem tomadas, podem se tornar capacidades competitivas para que a empresa seja sustentável. “Ela precisa avaliar cuidadosamente suas forças e as do ambiente econômico em que está inserida, constantemente buscando informações” (Freire, 2021), principalmente em se tratando dos sistemas organizacionais, de modo a reavaliá-los e trazer um olhar de como essas integrações internas e externas ocorrem de maneira simultânea (Manzini, 2008). É nesse processo sistêmico e social que o design se envolve, pois, por meio de ferramentas e atividades, pode-se ativar as ações na estrutura organizacional, onde é

realizado a “construção da identidade” (Zurlo, 1999) da atuação produtiva. No caso das estratégias de negócio, é lida a visão da organização que cada um possui e é feita uma unificação para que se defina um rumo projetual. Normalmente, são ações que ainda fazem sentido para que o negócio continue tendo a sua identidade, mas que consiga se adaptar de uma forma mercadológica para aprimorar algum aspecto que se deseja.

Envolve, ainda, a sustentabilidade e a inovação social, oferecendo suporte à sua realização (Manzini, 2008). Além das três dimensões que são classificadas dentro do Design para a Sustentabilidade (Santos, 2019), também se incluem mais dimensões quando essa relação é vista no campo de valor para um produto ou serviço, como a dimensão funcional, relativa às qualidades intrínsecas do produto, origem, composição, aspectos ergonômicos, entre outras características (Krucken, 2009); a emocional, de caráter subjetivo, que contempla as questões sensoriais, memoriais, comportamentais e reflexivas (Norman, 2008; Krucken, 2009); e a simbólica e cultural, sendo esta a mais presente neste estudo, e que apresenta as características do coletivo que podem ser exploradas.

“Relaciona-se à importância do produto nos sistemas de produção e de consumo, das tradições e dos rituais relacionados, dos mitos e dos significados espirituais, da origem histórica, do sentido de pertença que evoca. Está associado ao desejo de manifestar a identidade social, pertença em grupo étnico, posicionamento político, entre outras intenções. Fortemente influenciado pelo contexto sociocultural - época, local - e pelos fenômenos contemporâneos, esta dimensão está relacionada ao ‘espírito do tempo’ e à condição de interpretação do produto em um referencial estético (Krucken, 2009).”

Conforme explica Krucken (2009), o valor simbólico e cultural está relacionado às outras dimensões da qualidade. Como afirma Freire (2021), constituir esse sistema para criar uma plataforma estratégica, auxilia todo o processo de criação de valor para a prospecção de um modelo de negócio de sucesso. Portanto, para que ocorra com êxito, "um desdobramento importante da ação projetual estratégica é a atividade de organizar os recursos. (...) organizar significa criar um contexto, uma plataforma que seja válida para todos os sujeitos envolvidos na produção de valor." (Freire, 2021).

2.1 A atuação do Design Estratégico em Inovação Social no contexto da Identidade Local

A perspectiva de inovação social oferece suporte para as novas práticas do design, que se refletem nas atividades organizacionais da sociedade e que têm foco no desenvolvimento de estratégias para novas culturas (Freire, 2021). Um ponto de vista de desenvolvimento produtivo também pode ser observado dentro desse segmento do design. Isso porque se prioriza a visão de coprodução de valor a partir da perspectiva de todos os atores envolvidos, notando as dimensões que influenciam na organização e levando-as em consideração para encontrar uma identidade para o empreendimento e prospectar o futuro do negócio (Freire, 2021).

Nesse aspecto, realizar projetos unindo a Inovação Social ao contexto simbólico e cultural, valorizando a identidade de uma coletividade, permite com que esse produto ou serviço gerado tenha a marca de quem o fez, e que isso seja um diferencial na área (Noronha et al., 2022). Quando há envolvimento com um empreendimento real, como com um coletivo de produção artesanal, abre-se uma oportunidade no campo científico, para a contribuição de conhecimento a partir de coautoria com a comunidade enfocada. Este estudo envolve a relevância em abordar o design no processo, com a visão sistêmica que pode trazer a comunidade mais próxima de seus saberes e inovações possíveis (Noronha et al., 2022). Traz-se o campo estratégico do design, unido a isso, pois consegue aliar os processos de identificação de identidade e os resultados organizacionais (Freire, 2021).

Este ponto de vista identitário também pode ser observado porque se prioriza a visão de coprodução de valor, a partir da perspectiva de todos os atores envolvidos, notando as dimensões que influenciam na organização e levando-os a encontrar uma identidade para o empreendimento e prospectar o futuro da produção (Freire, 2021). A esfera estratégica possui um rigor pragmático que, quando unido aos processos socioculturais, possibilita melhorias nas relações internas e externas das instituições (Freire, 2021), ou seja, valoriza a identidade e consegue aprimorar com ferramentas práticas que unam o saber e a tecnologia criativa dessas comunidades (Noronha et al., 2022). Portanto, utilizá-lo junto ao coletivo, de forma que as pessoas se apropriem dessas teorias e adaptem-nas em seu cotidiano, pode gerar novas oportunidades de empreender e gerar renda a longo prazo. Isso caracteriza a percepção sistêmica possibilitada pelo design (Krucken, 2009), que torna possível a análise de ações e planejamentos que devem ser executados pela coletividade, para que essa prospere como

produtora artesanal, mantendo sua identidade e conseguindo se organizar para que gere renda à longo prazo.

Essas contribuições elencadas sobre o Design Estratégico, referente ao Design para a Sustentabilidade, são emergentes na produção científica, sendo cada vez mais relevante realizar essa relação para a compreensão acerca das possibilidades de intersecção entre os assuntos.

“Entre elas, há a sugestão do pensamento sistêmico e da teoria da complexidade como bases epistemológicas; o design do sistema produto-serviço; a organização dos atores que colaboram em iniciativas de design e empreendedorismo ligadas à procura da sustentabilidade; e a elaboração de cenários alternativos aos modelos de desenvolvimento atuais, evidentemente insustentáveis (Franzato, 2022).”

Portanto, é evidenciada neste artigo como essa relação, que tem se estruturado para a melhoria dos modelos atuais (Franzato, 2022), pode gerar uma discussão sobre o planejamento para a valorização de organizações comunitárias que atuem em prol da produção artesanal local. Essas que, muitas vezes, são formadas pela necessidade de sustento vivida por algumas comunidades, as quais acabam unindo seus saberes próprios, ligados ao fazer artesanal, para que se gere renda e haja um desenvolvimento da comunidade. Esses coletivos se unem em prol de se capacitarem para terem mais chances de obter renda para suas famílias, profissionalizando-se por meio do saber vernacular e buscando outras fontes de conhecimento. Além disso, podem buscar compreender a identidade local e desenvolver as culturas criativas (Noronha et al., 2022). Isso gera uma reflexão sobre como o Design pode atuar no entendimento dos aspectos territoriais que impactam na percepção de dimensão social para sustentabilidade (Krucken, 2009).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Selecionou-se o método da Revisão Bibliográfica Narrativa para a execução deste artigo, apresentada como um meio pelo qual são produzidas publicações amplas, apropriadas para que seja feito uma discussão sobre determinado assunto, tanto sob o ponto de vista teórico quanto contextual (Rother, 2007). Portanto, por ter como objetivo discutir e compreender as influências que o planejamento estratégico pode gerar para o contexto real de coletivos artesanais, sendo que ainda não há uma quantidade grande de publicações

disponíveis acerca do assunto debatido, optou-se pela realização desta RBN. Para tanto, foram realizadas 6 etapas para que a pesquisa pudesse ter o rigor para contribuir com o conhecimento científico (Marconi & Lakatos, 2017). A figura 1, a seguir, mostra como se deu o desenrolar do caminho metodológico.

Figura 1

Percurso da Revisão Bibliográfica Narrativa.



Na realização dessas etapas, inicialmente foi feita a escolha do tema a ser pesquisado, o qual consiste em uma relação direta com as lacunas identificadas na dissertação que está em desenvolvimento e deu base para este artigo. Nela, tem-se a compreensão das vertentes e diretrizes do assunto sobre o planejamento estratégico nos sistemas e processos para a comunidade, em específico relacionando a área do Design Estratégico com a área da dimensão social do Design para a Sustentabilidade. Quanto à segunda etapa, foi selecionada uma técnica definida como Bola de Neve, defendida por Biernacki & Waldorf (1981), que consiste em coletar dados por meio de uma pesquisa de caráter exploratório realizada em cadeia. Nela são definidos critérios para escolha dos textos, sendo aqueles que interseccionam o Design Estratégico com a comunidade e, ainda, os que interseccionam a dimensão social com a organização da comunidade.

Para a seleção de quais desses resultados seriam interessantes, estabeleceu-se e aplicou os seguintes critérios de exclusão: publicações que não abordassem o Design Estratégico para a Sustentabilidade e que criassem uma relação direta com a Produção de Comunidades relacionadas ao artesanato. Esses critérios foram aplicados inicialmente pela

leitura do título, palavras-chave e resumo. Adotou-se ainda como critério de inclusão a estratégia de análise prévia dos objetivos e resultados apresentados pelos autores, de modo a verificar a real pertinência e relação com o tema da pesquisa, para que pudesse ser realizada a terceira parte. Posterior à terceira, há a quarta etapa que se baseia em aprofundar as buscas nos temas, definindo como bases de dados o Google Acadêmico e o Catálogo de Dissertações e Teses da CAPES. Como strings de busca, foram utilizados: “design estratégico” AND “sustentabilidade” AND “comunidade” OR “coletividade”. Utilizou-se as seguintes informações: tipo de publicação (artigo, livro, reportagem etc.), título, autores, ano e resumo. Esta tabulação permitiu a consolidação dos dados e a eliminação de títulos repetidos. O recorte temporal dessas buscas foram os últimos 10 anos, visando trazer as pesquisas mais emergentes sobre o assunto. Com essas restrições, foram encontrados 742 resultados no Google Acadêmico, enquanto foram 26 resultados na base de dados do Catálogo de Dissertações e Teses da CAPES. Depois de aplicados os demais critérios de exclusão e inclusão, foram selecionados os seguintes trabalhos:

Tabela 1

Publicações selecionadas na Revisão Bibliográfica Narrativa.

Título	Autor	Ano	Tipo	Fonte
Contribuições do Design Estratégico ao Design para a Sustentabilidade	Franzato	2022	artigo	Google Acadêmico
Design Estratégico e Artesanato: ressignificação, arte e sustentabilidade	Parode, Bentz & Zapata	2016	artigo	Google Acadêmico
Design Estratégico para a disseminação da cultura da sustentabilidade	Araujo & Freire	2017	artigo	Google Acadêmico
Modelos de Negócios Sustentáveis: a abordagem projetual do Design Estratégico, valorização de produtos locais	Bezerra, et al	2017	artigo	Google Acadêmico
Design estratégico e comunidades artesanais: co-design para transformação social	Ferretti	2015	dissertação	Google Acadêmico; e, CAPES
Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social	Freire	2021	livro	Google Acadêmico
Idea: um modelo de gestão do design aplicado à produção de artefatos artesanais	Laurentino	2017	dissertação	CAPES
Abordagens colaborativas de design orientadas a projetos sociais	Paoliello	2019	dissertação	CAPES

Na quinta etapa foi realizada a síntese desse conteúdo, em concordância com Ferenhof & Fernandes (2016) que afirmam que essa reunião dos dados é feita por meio de controle deles e documentação, sendo isso tudo realizado com o apoio da ferramenta Mendeley. Nela foram adicionados todos os artigos que foram escolhidos para estarem presentes como referencial do artigo. O que se conecta diretamente com a última etapa, a sexta, na qual se realizou fichamentos que posteriormente serviram de base para a confecção deste artigo

(Marconi & Lakatos, 2017). Ainda, com esse percurso metodológico e os resultados da revisão bibliográfica narrativa foi possível encontrar as formas de se identificar as lacunas sociais para o planejamento estratégico. Ademais, também foram adicionados referenciais teóricos que são recomendados na linha de Sistema de Produção e Utilização, do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná, à qual a dissertação que dá base ao artigo se filia, como livros e outros artigos, para que se completasse a discussão envolvendo a lacuna encontrada na Revisão Bibliográfica Narrativa, RBN.

4 BENEFICIAMENTO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA SISTEMAS E PROCESSOS COMUNITÁRIOS

Um processo capaz de impulsionar a aprendizagem organizacional e de guiar o processo de desenvolvimento é o diálogo estratégico (Zurlo, 1999). Como discussão, observa-se o papel do designer neste processo estratégico, que ocorre majoritariamente no âmbito de apresentador dos conceitos e impulsionador de ações (Noronha et al., 2022). Estas devem ser analisadas e interpretadas pela comunidade, de forma a continuarem sendo praticadas e adaptadas até depois da fase de planejamento, na qual o designer participa. Ou seja, visa-se de fato realizar uma mudança social e comunitária (Freire, 2021).

Nos últimos 10 anos, a construção de relação entre o design estratégico e a inovação social tem se tornado mais explorada no aspecto projetual, como na abordagem sobre o papel do designer em relação a comunidades criativas e como elas se manifestam (Campos, 2011). As últimas publicações acerca do tema revelam que há uma oportunidade em se abordar a relação do pensamento sistêmico do Design Estratégico, ligando-o diretamente à Sustentabilidade e o Design, gerando contribuições projetuais e reflexivas (Franzato, 2022). Sendo que, quando envolvida com as questões de produção local, no âmbito do artesanato, essa articulação mostra-se eficaz por conta do processo de ressignificação e arte (Parode, Bentz & Zapata, 2016), sendo a valorização do produto como produção artesanal que permite uma geração de renda para quem produz. Os fatores culturais e simbólicos se mostram relevantes para a valorização dos produtos locais (Bezerra et al., 2017) e para a geração de renda dessas coletividades que optam por aproveitar o que sabem para produzir desenvolvimento em sua região. Cria-se, portanto, essas abordagens do design que são

coletivas, em prol de um modelo de negócio colaborativo para transformação social, e de um projeto da comunidade que quando unido ao artesanato que eles sabem fazer, pode ter um resultado impulsionador (Paoliello, 2019).

Ocorre, assim, uma disseminação de cultura do design dentro da comunidade, de forma a integrar as pessoas e estimulá-las a aplicar essas relações em suas produções de artefatos artesanais (Laurentino, 2017), aplicabilidade essa que cria um vínculo direto com o Design para a Sustentabilidade, que possibilita a relação com as estratégias de produção, de modo a possibilitar a organização e incentivo da duração da empresa a longo prazo (Araujo & Freire, 2017). Ainda, pode-se defender por meio dessa abordagem, o conceito de co-design para que possam emergir seus negócios (Ferretti, 2015). Esse termo se refere a uma relação de co-criação, para que o Design não se insira como um instrumento de fora para dentro das comunidades, mas sim que seja um processo de criação em conjunto com as próprias pessoas que pertencem ao coletivo e que podem unir seus saberes com o design. Há estudos mais específicos na área do co-design e a relação com os coletivos, como alguns que estão presentes neste artigo, e pode-se utilizá-los como base para compreensão mais aprofundada de como essas relações estão conectadas em prol do desenvolvimento produtivo artesanal.

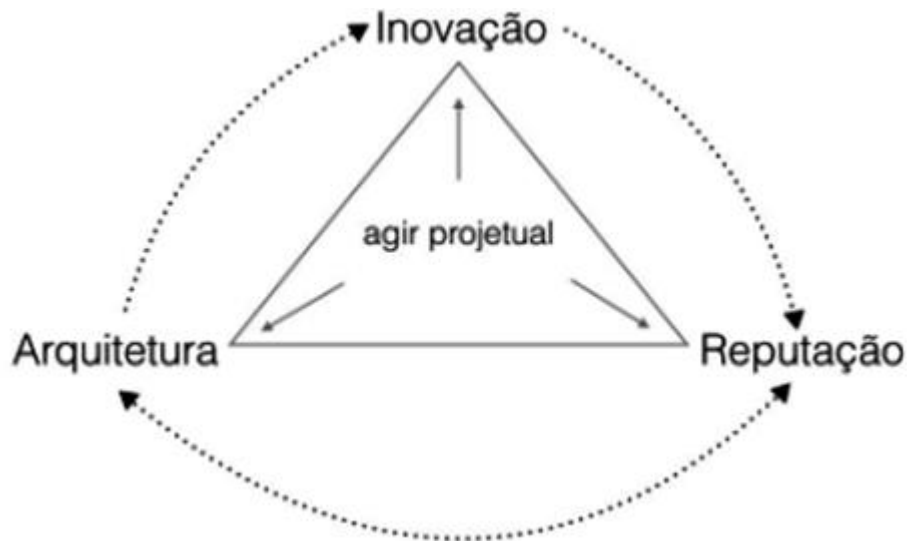
Há também estudos que demonstram como essa prática pode ser eficiente, principalmente para quando a comunidade é de baixa renda, e quando se foca em projetar para habilitar e melhorar as condições de vida de um grupo (Graúdo, 2012). Nesse contexto, é possível ainda explorar a criação de sistemas e processos pensados em prol à Sustentabilidade, aliados a uma plataforma ligada ao pensamento sistêmico do Design Estratégico, que tem o foco em gerar todo o processo de criação de valor para a prospecção de um modelo de negócio de sucesso (Freire, 2021). Para considerar esse processo para a sustentabilidade, deve-se, portanto, levar em conta o contexto do dia a dia, o que essa comunidade tem de identidade e diferencial, quais as características precisam ser aprimoradas ou otimizadas. “Um desdobramento importante da ação projetual estratégica é a atividade de organizar os recursos. (...) Organizar significa criar um contexto, uma plataforma que seja válida para todos os sujeitos envolvidos na produção de valor. Portanto, ao constituir essa plataforma, constrói-se o sentido que irá apoiar a tomada de decisão de todos os atores de uma constelação de valor (Freire, 2021).”

Quando se observa o contexto produtivo por esse viés estratégico, nota-se uma possibilidade em criar cenários alternativos, que aborda tanto o enfoque sobre a concepção de um novo produto, quanto ao sistema no qual ele estará inserido, e ainda a inovação dos processos em suas concepções organizacionais (Franzato, 2022). Por meio do design estratégico pode-se identificar o sentido e construir um valor de identidade, envolvendo um processo interativo - comunicativo e relacional - (Freire, 2021). Desse modo, pode-se conseguir manter um planejamento organizacional que faça sentido naquele território e para a aquela comunidade, ou seja, o benefício principal é não se submeter aos processos tradicionais de modelos de negócios, mas também não ficar totalmente estagnado no processo artesanal, sem prospectar um modelo alternativo de empreendimento para a geração de renda. Alinhado a isso, nota-se que planejamentos podem se dar pelo pensamento de estratégias mais colaborativas e suficientes (Manzini, 2008), como a troca de saberes vernaculares entre a comunidade (Noronha et al., 2022). Até mesmo a capacitação para um negócio que prospecte a colaboração e solidariedade entre os prestadores e que surge em concordância com o senso de interseccionalidade entre as demandas de cada grupo social (Akotirene, 2021), por unir as pessoas que possuem particularidades e desafios ligados à classe, gênero e raça, por exemplo. “Em nível teórico, a principal característica do Design Estratégico é contribuir para a definição do desenho principal da comunidade. Além disso, cria as condições para construir relações instituindo um ambiente dotado de sentido”. Atuando no âmbito coletivo, o Design Estratégico tem o papel de ativar o processo de criatividade nas organizações, catalisando novos conhecimentos para gerar inovação e a disponibilidade de troca. E considerando que a organização está inserida em redes de coprodução de valor, o Design Estratégico ativa a rede de stakeholders, funcionários e cidadãos para co-criar o valor (Zurlo, 1999).”

Considera-se ainda que o agir projetual do Design é a base para conformar as três alavancas estratégicas capazes de garantir vantagens competitivas sustentáveis para as organizações (Freire, 2021).

Figura 2

Alavancas para configuração de vantagens competitivas sustentáveis



Nota: (Freire, 2021).

Essas capacidades distintivas, entre arquitetura, inovação e reputação (Kay, 1993) surgem para que essas organizações produtivas possam ter uma vantagem competitiva, ou seja, para que mesmo sendo um negócio de cunho social envolvido com as estratégias de organização para auxiliar nas tomadas de decisão do coletivo (Ferretti, 2015), ainda sim tenha o valor de produção para geração de renda dessas pessoas, a longo prazo. Entende-se que o agir projetual é a união desses três componentes: a “arquitetura”, que se relaciona com os contratos entre as diversas partes envolvidas desde a produção até o consumo, e com a construção de valor da oferta das peças artesanais produzidas, considerando aspectos como relacionamento, confiança, etc; a “reputação”, ligada aos símbolos, signos e processos para que se construa a integridade e a própria identidade da produção artesanal; e, por fim, a “inovação”, sendo o foco em trazer uma produção com características novas para o mercado, a fim de que realmente se crie algo que gere interesse e se reverta em renda para quem produzir (Kay, 1993). O Design Estratégico traz relação com essas alavancas estratégicas a partir da perspectiva de se criar estruturas organizacionais (Zurlo, 1999), bem como de criar sentido a para atuação dessas comunidades que realizam processos artesanais e que precisam gerar renda para se desenvolverem.

Portanto, a necessidade de se planejar, organizar e valorizar as culturas e perspectivas é a forma de se criar plataformas estratégicas (Freire, 2021) que considerem as características

comunitárias para a definição de ações na produção artesanal, de modo a gerar renda. Por meio desse processo, torna-se possível trazer inovações projetuais (Manzini, 2008), estruturar o que cada um do coletivo pode fazer em prol da produção artesanal, ainda continuando o foco na resolução do problema social de modo a se atingir a equidade social (Santos, 2019). Este sendo, um campo de análise da dimensão social para a Sustentabilidade, o qual visa considerar o que a comunidade possui de relevante para o bem-estar humano, valorizando sua cultura e o seu saber (Noronha et al., 2022).

5 CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E CONTINUIDADE DO TRABALHO

Como contribuição científica sobre o tema, tem-se que há uma necessidade relevante em trazer a visão sistêmica do Design para a dimensão social na Sustentabilidade. Visto que, quando observados os processos dentro de uma macro visão sobre o sistema no qual eles estão inseridos, é possível ter uma aplicação melhor sobre quais práticas devem ser aplicadas, respeitando a identidade do coletivo, para que se haja uma melhora na problemática identificada. De maneira concisa, no caso da execução desses planejamentos para atuação do designer com a comunidade, recomenda-se que haja uma participação na tomada de decisões, mediante a inserção do co-design, de forma a resultar em atividades que a própria coletividade demonstre o interesse em participar. Assim, as pessoas envolvidas podem apresentar suas necessidades e conhecimentos para que sejam unidos os conhecimentos do Design e os saberes vernaculares dessas realizações coletivas criativas.

É relevante também ressaltar o quanto o pesquisador deve estar inserido na comunidade ao realizar uma pesquisa relativa à dimensão social. Isso porque, mesmo que não se escolha o co-design, ou outras técnicas do Design Participativo, ainda assim é essencial que se tragam ferramentas para a compreensão do que a coletividade realmente precisa, pois o olhar apenas do pesquisador pode ser limitado quanto à problemática e à inserção do design no contexto social.

Quanto às limitações das discussões aqui apresentadas, tem-se a necessidade de realizar novos estudos de caso no tema elencado, para a observação do quanto esse planejamento de fato interfere nas ações dos coletivos artesanais. Bem como é importante também considerar limitações quanto à avaliação de aspectos não mensuráveis, observados no aspecto qualitativo, uma vez que não tem como medir o quanto o planejamento é eficaz

para esta área, tornando-se apenas perceptível por meio dos resultados obtidos no sentido de quanta diferença a comunidade sentiu, além da própria percepção do designer enquanto pesquisador. Por fim, nota-se que o foco principal do artigo, visando criar esse debate, consegue demonstrar formas de potencializar as práticas do design por meio do planejamento estratégico. Unem-se vertentes de assuntos que apresentam novas perspectivas sobre como abordar uma comunidade para desenvolver uma pesquisa científica aliada ao desenvolvimento de soluções para geração de renda e desenvolvimento coletivo.

Isso torna, portanto, as pesquisas nesta área relevantes, por apresentarem possibilidades e pontos de reflexão, mas também por deixarem um desafio a quem se interessar pelo tema, devido a ter um foco em envolver a comunidade estudada, em uma transição de costumes e hábitos sociais.

Agradecimentos

Este artigo é parte integrante da pesquisa de dissertação realizada pela autora, a qual recebe aporte financeiro da agência de fomento Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, Brasil (CAPES), com código de financiamento 001, por Demanda Social. Sendo a dissertação vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Design, na Universidade Federal do Paraná, UFPR.

Declaração de conflito de interesses

Não há conflitos de interesses entre os autores e instituições parceiras e financiadoras da pesquisa, pois pertencem à mesma linha de atuação, sendo a acadêmica em prol da ciência em pesquisas realizadas. Em concordância, também, com a área do Design enfocada para a realização deste estudo.

Contribuições dos autores

Contribuições dos autores: ABAB: Investigação, Conceituação, Escrita - Primeira Redação, Metodologia, Curadoria dos Dados, Administração do Projeto. CRHZ: Conceituação, Escrita - Revisão e Edição, Validação, Análise Formal. MKL: Conceituação, Supervisão, Validação, Visualização.

REFERÊNCIAS

- Akotirene, C. (2021). Interseccionalidade. São Paulo: Jandaíra.
- Amora, A. S. (2008). Minidicionário Soares Amora da Língua Portuguesa. 18 ed. São Paulo: Saraiva.
- Araujo, R. Z. & Freire, K. M. (2017). Design Estratégico para a disseminação da cultura da sustentabilidade. Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 24-41.
- Bodart, C. N. (2016). O conceito de coesão social. Blog Café com Sociologia. <http://cafecomsociologia.com/2016/08para-entender-de-uma-vez-o-que-e-coesao-social.html>.
- Bezerra, P. et al. (2017). Modelos de negócios sustentáveis a abordagem projetual do Design Estratégico: Valorização de Produtos Locais. MIX Sustentável, v. 3, n. 2, p. 147-155.
- Biernacki, P. & Waldorf, D. (1981). Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling." Sociological Methods & Research, vol. 10, no. 2, p. 141-163.
- Campos, R. B. M. (2011). Comunidades Criativas: o papel estratégico do designer. Dissertação (Mestrado) – Escola de Design, Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- Ferenhof, H. A. & Fernandes, R. F. (2016). Desmistificando a revisão da literatura como base para redação científica: Método SSF. n. 3, p. 550-563. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1194>>. Acesso em: 15 fev 2023.
- Ferretti, F. S. (2015). Design estratégico e comunidades artesanais: co-design para transformação social. Dissertação (mestrado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design, Porto Alegre-RS.
- Franzato, C. (2022). Contribuições do Design Estratégico ao Design para a Sustentabilidade. MIX Sustentável, [S. l.], v. 8, n. 4, p. 87–95. DOI: 10.29183/2447-3073. MIX 2022. v8. n4. p 87-95. <https://doi.org/10.29183/2447-3073.MIX2022.v8.n4.87-95>.
- Franzato, C. et al. (2021). Transformando necessidades em oportunidades de negócio por meio de processos de codesign: o caso Dream:in™. In: FREIRE, Karine de Mello. Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social. Porto Alegre: Ed. dos Autores.
- Freire, K. M. (2021). Design Estratégico para a Inovação Social. In: FREIRE, Karine de Mello. Design Estratégico para a Inovação Cultural e Social. Porto Alegre: Ed. dos Autores.
- Graúdo, M. M. de J. C. (2012). Design estratégico e a baixa renda: projetar para habilitar e melhorar as condições de um grupo da zona sul de Porto Alegre. Mestrado em Design - UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS, São Leopoldo Biblioteca Depositária: Unisinos.
- IDIS & CAF (2023). O que são ODS e o que eles têm a ver com impacto social. Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social. https://www.idis.org.br/o-que-sao-ods-e-o-que-eles-tem-a-ver-com-impacto-social/?gclid=CjwKCAjw3ueiBhBmEiwA4BhspFmq5OUkLYhj2Vq5sMJ6X0jHOC_f9TwiQUWLB9h8NFL-u4UTHQurghoCEFUQAvD_BwE.
- Karuppannan, S. & Sivam, A. (2011). Social sustainability and neighbourhood design: an investigation of residents' satisfaction in Delhi. Local Environment, v. 16, n.9, p.849-870.

- Kay, J. (1993). Foundations of corporate success: how business strategies add value. Oxford: Oxford University Press.
- Krucken, Lia. (2009). Design e Território: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel.
- Laurentino, A. L. (2017). Idea: um modelo de gestão do design aplicado à produção de artefatos artesanais. Orientador: Walter Franklin Marques Correia. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Design.
- Manzini, E. (2008). Design para a inovação social: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers.
- Marconi, M. A. & Lakatos, E. M. (2017). Fundamentos de metodologia científica. 8 ed. São Paulo: Atlas.
- Norman, D. A. (2008). Design Emocional – porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. São Paulo: Rocco.
- Noronha, R. G., et al. (2022). Comunidades criativas e saberes locais: design no contexto social e cultural de baixa renda. Curitiba, PR: Insight.
- Paoliello, P. C. (2019). Abordagens colaborativas de design orientadas a projetos sociais. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- Parode, F. & Bentz, I. & Zapata, M. (2016). Design Estratégico e Artesanato: Ressignificação, Arte e Sustentabilidade. In: Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: Blucher. p. 3205-3216.
- Priberam. (2017). Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. <http://www.priberam.pt/dlpo/equidade>.
- Rother, E. T. (2007). Revisão sistemática X Revisão narrativa. Acta Paulista de Enfermagem, São Paulo, SP, v. 20, n. 2, p. 5-6.
- Sachs, I. (2009) A terceira margem. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- Santos, A. et al. (2019). Design para a sustentabilidade: dimensão social. Curitiba: Insight.
- United Nations Sustainable Development Group. (2023). What does the 2030 Agenda say about universal values?. <https://unsdg.un.org/2030-agenda/universal-values>.
- WDO (2018). Definition of Industrial Design. World Design Organization. <http://wdo.org/about/definition/>.
- Zurlo, F. (1999). Un modello di lettura per il Design Strategico. La relazione tra Design e strategia nell'impresa contemporanea. Dottorato di Ricerca in Disegno Industriale – XI ciclo. Politecnico di Milano, Milano.