

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN
NÍVEL MESTRADO**

**DESIGN ESTRATÉGICO E A BAIXA RENDA: PROJETAR PARA HABILITAR E
MELHORAR AS CONDIÇÕES DE UM GRUPO DA ZONA SUL DE PORTO
ALEGRE**

Margarida Maria de Jesus Cardoso Graúdo

**Orientador:
Prof. Dr. Guilherme Trez**

PORTO ALEGRE

2012

MARGARIDA MARIA DE JESUS CARDOSO GRAÚDO

**DESIGN ESTRATÉGICO E A BAIXA RENDA: PROJETAR PARA HABILITAR E
MELHORAR AS CONDIÇÕES DE UM GRUPO DA ZONA SUL DE PORTO
ALEGRE**

Dissertação como requisito parcial para a
obtenção de título de Mestre, pelo Programa de
Pós-Graduação em Design da Universidade do
Vale do Rio dos Sinos.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Trez

PORTO ALEGRE

2012

G774d Graúdo, Margarida Maria de Jesus Cardoso

Design estratégico e a baixa renda: projetar para habilitar e melhorar as condições de um grupo da zona sul de Porto Alegre / por Margarida Maria de Jesus Cardoso Graúdo. – 2019.

180 f. : il., 30 cm.

Dissertação (mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design, 2012.

Orientação: Prof. Dr. Guilherme Trez.

1. Design estratégico. 2. Inovação social. 3. Comunidades criativas. 4. Sistemas habilitantes. 5. Baixa renda. I. Título.

CDU 7.05

Catálogo na Fonte:
Bibliotecária Vanessa Borges Nunes - CRB 10/1556

MARGARIDA MARIA DE JESUS CARDOSO GRAÚDO

**DESIGN ESTRATÉGICO E A BAIXA RENDA: PROJETAR PARA HABILITAR E
MELHORAR AS CONDIÇÕES DE UM GRUPO DA ZONA SUL DE PORTO
ALEGRE**

Dissertação como requisito parcial para a
obtenção de título de Mestre, pelo Programa de
Pós-Graduação em Design da Universidade do
Vale do Rio dos Sinos.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Guilherme Trez – Unisinos

Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca - Unisinos

Prof. Dr. Fábio Pezzi Parode - Unisinos

Prof. Dr. Paulo Edison Belo Reyes - Unisinos

**Ao Matheus e Wal,
Por não terem desistido de mim.**

AGRADECIMENTOS

Durante o período do mestrado o qual incluiu, além das atividades de rotina do processo, outras tantas que saem da rotina de uma mãe-profissional-estudante e que alguns conhecem bem e outros teriam dificuldade de entender, transitei por momentos de ignorância, incertezas e inseguranças que fizeram parte de um aprendizado não acadêmico, mas de vida.

Sempre disse que havia entrado no mestrado para ser feliz, e fui, apesar dos momentos difíceis e das mudanças dos processos mentais que foram facilitados pelos seguintes motivos: pelo grande prazer que senti em aprender, pelas pequenas conquistas e pelo apoio que tive de pessoas muito especiais, as quais gostaria agradecer. Alguns podem considerar esta parte um tanto extensa, mas eu não saberia simplesmente dizer obrigado, esta não seria eu.

Gostaria de começar agradecendo ao meu filho, que foi quem mais sentiu o período de aulas e pesquisa, mas também foi a pessoa que mais me apoiou. Além de agradecer, preciso pedir desculpa por ele ter que me acompanhar algumas vezes nas aulas, dormir apoiado na mesa do café e ter que dividir a atenção com a leitura e escrita de artigos. Típico de uma fase de adolescente demonstrou raiva: “afinal mãe o que você quer? Ser uma boa mãe ou ter um título de mestre?”, e ao mesmo mostrou sabedoria e lucidez em suas palavras e atitudes: “Mãe, sobre o que você tem que escrever? Mãe, começa pelo começo! Gente, silêncio! Minha mãe está estudando, não façam barulho”. Matheus, eu te amo muito e tenho muito orgulho de você!

Ao meu marido e companheiro de tantos anos, que por mais difícil que fosse aceitar a minha decisão, me apoiou do seu jeito pragmático e racional, e ainda leu e gostou de algumas das referências bibliográficas usadas na pesquisa. Obrigada pelo notebook e pela máquina fotográfica, presentes valiosos para meu trabalho. Wal, você sabe que apesar da minha impaciência e implicância, eu te amo.

À minha mãe Celeste e meu pai Eugenio (*in memoriam*), que, apesar da simplicidade e poucos recursos, sempre me apoiaram e fizeram o que puderam para que eu estudasse e progredisse. Ao meu irmão José Eugênio, ou Zé, que por ser químico inorgânico entendeu a complexidade do trabalho de forma simples.

Aos meus queridos e informais “co-orientadores”, Solange Mezabarba, Bruno Lino e Nei Rocha, pelas conversas, dicas valiosas, por terem lido minhas ideias iniciais mesmo que absurdas, pelo apoio real e virtual durante as madrugadas. Obrigada por cada palavra de apoio e pela amizade de vocês.

À minha comunidade de prática: Carolina Mortean Silvestre, por seu clipping de notícias envolvendo a baixa renda. Lucia Ruduit, além de psicóloga competente, fez a ponte

preciosa com a Restinga. Edgar Charles Stuber, que me apresentou o NCCBN e me apoiou com materiais. Marcos Vinícius da Gama Pereira (Figueiredo) por zombar de mim o tempo todo quando falava de Design Estratégico, mas que desta forma me provocava a pensar como explicar de maneira que qualquer pessoa pudesse entender do que se tratava. À minha querida amiga Ana Cristina Maia, pelo seu eterno apoio.

Aos colegas do PPG Design de Estratégico de 2010, em especial Fabiane Fialho, Ricardo Yudi, Michele Shell, Ágata Morena, Gabriel Shüller, João Carapeto e Rachel Montenegro, pelas conversas, trocas de ideias e apoio durante todo o mestrado e no workshop. O mestrado acaba, as amizades ficam.

Aos meus queridos Marc Henri Haetinger, Gladis Finger, Marisa e Ana Paula Quevedo, por cuidarem do meu corpo e mente, para não ficar torta pelas horas sentada em frente ao computador e por escutarem minhas histórias e rirmos muito juntos.

À minha faxineira D. Fátima, que me escutava e com quem eu trocava ideias sobre as comunidades de baixa renda e suas dificuldades.

Ao pessoal da Restinga, do Instituto Monteiro Lobato e da Rede de Assistência à criança e ao adolescente: Lisbet, Mario, Ana, Sulma, Lourdes, Filomena, Marcos, Ana Claudia, Irmã Neiva e Julinho. Pessoas sem as quais este trabalho não teria acontecido. Vocês são muito especiais. Agradeço também a Major Cidade e Sr. Índio, do NCCBN.

Ao Prof. Dr. Filipe Campelo, que me apresentou o PPG de Design e que nos momentos mais complicados com suas pequenas atitudes e palavras não me fez desistir.

Ao corpo docente PPG de Design: Prof. Dra. Ione Maria Ghislene Bentz, Prof. Dr. Gustavo Borba, Prof. Dr. Gustavo Fischer, Prof. Dra. Karine Freire, Prof. Fábio Parode, Prof. Dr. *Paulinho* Reyes, Prof. Dr. Celso Scaletsky, Prof. Dr. Leandro Tonetto. Obrigada por cada contribuição valiosa como pesquisadores e pessoas fantásticas que são.

E, por fim, mas não menos importante, gostaria de agradecer ao meu querido orientador Prof. Dr. Guilherme Trez pela orientação, pela paciência, pelo diálogo, pelo apoio nas horas difíceis, pelos cafés, por sua inteligência e capacidade de conexões e reflexões. Um ser humano com caráter e coração tão grandes quanto ele. Sou tua fã!

Obrigada a todos por tornarem tudo mais fácil e prazeroso!

Se por um lado é verdade que estamos longe de resolver de uma vez por todas o problema da pobreza global, por outro tenho bons motivos para ser otimista e acreditar que as condições para criação de uma mudança significativa e sustentável surgirão rapidamente.

C. K. Prahalad

RESUMO

Esta pesquisa buscou contribuir no processo de construção de conhecimento do design e na ampliação do seu papel de agente de mudanças sociais. Entendeu-se como a visão do Design Estratégico poderia colaborar com o desenvolvimento de uma comunidade de baixa renda no Brasil e para tal se estudou um grupo de uma comunidade com baixo Índice de Desenvolvimento Humano, da zona sul de Porto Alegre, composto por mulheres que produzem trabalhos manuais e artesanato como fonte de renda e que estavam montando um empreendimento conjunto de economia solidária. Por meio de uma abordagem qualitativa de inspiração etnográfica, com observações e participação nos encontros do grupo, foram entendidos seu contexto, sua composição e dinâmica, identificadas suas características e relações, sua constituição e seu potencial para inovação social. O objetivo desta investigação era levantar elementos que colaborassem para a projeção de um sistema que habilitasse o grupo de artesanato e melhorasse suas condições de desenvolvimento de forma sustentável e criativa. Tendo como fio condutor a teoria de Ezio Manzini de comunidades criativas e sistemas habilitantes, verificou-se que o grupo teria potencial para se transformar em uma comunidade criativa. Apesar de não ter partido do grupo a intenção de sua formação, este apresentou uma postura participativa e se mobilizou na busca de soluções para seus problemas. Principalmente quando estimulado por ferramentas utilizadas pelo design e facilitado pela construção de um cenário possível, no qual levantaram os elementos necessários para a construção de uma solução que colaborasse na sua capacitação, com seu desenvolvimento e com sua sustentabilidade. Contudo, o grupo ainda precisaria evoluir sua influência no processo de projeção, sendo possível através da participação em processos de co-criação e após a implantação dos sistemas habilitantes. Por se tratar de uma ação pontual, apesar do grupo de artesanato levantar os elementos necessários para sua capacitação, ficou a cargo da pesquisadora a construção das bases para uma proposta de sistema habilitante que considerou como premissas o empoderamento, compartilhamento, criação de redes, envolver menor custo e resgate dos bens comuns. Esta proposta ainda precisaria ser validada ou servir como estímulo para soluções que satisfizessem plenamente a necessidade do grupo. Baseado neste estudo, o design pode fortalecer seu papel de agente de transformação social, entretanto, dada a complexidade e as dimensões de problemas envolvidos no segmento de baixa renda, é necessário que o design esteja presente de forma contínua, sistêmica e colaborativa, sendo possível desenvolver novos estudos e projetos para agregar conhecimento sobre o tema e para a área.

Palavras-chave: Design Estratégico. Inovação Social. Comunidades Criativas. Sistemas Habilitantes. Baixa Renda.

ABSTRACT

This research sought to contribute in the process of building knowledge of the design and the expansion of its role as an agent of social change. Understood as a vision of Strategic Design could collaborate as the development of a low-income community in Brazil and studied a group, a community with a low Human development index of South zone of Porto Alegre, composed of women who produce crafts and crafts as a source of income and who were putting together a joint venture of solidarity economy. Through a qualitative approach with ethnographic observations and inspired participation in meetings of the group, were understood its context, its composition and dynamics, identified its characteristics and relationships, its constitution and its potential for social innovation. The goal of this research was to raise elements that collaborate to design a system that enabled the group to improve their craft and development conditions in a sustainable way and creative. Having as leitmotiv Ezio Manzini's theory of creative communities and enabling systems, it was noted that the Group would have the potential to turn into a creative community. Despite having no party of the Group intend to its formation, the Group presented a participatory approach and mobilized in the search for solutions to their problems. Especially when stimulated by tools used by design and facilitated by the construction of a possible scenario in which raised the necessary elements to build a solution that liaise in their training, with its development and its sustainability. However, the Group would still need to evolve their influence in the design process, being possible through participation in processes of co-creation and after deployment of enabling systems. Because it is a one-off action, despite the craft group raise the necessary elements for your training, was in charge of the construction of bases for researcher a proposal enabling system that considered as premises sharing, empowerment, networking, involve less cost and redemption of common goods. This proposal would still need to be validated or serve as a stimulus for solutions that fully satisfy the needs of the group. Based on this study, the design can strengthen its role as an agent of social transformation, but given the complexity and dimensions of the problems involved in the low-income segment, it is necessary that the design is present continuously, systemic and can develop new collaborative studies and projects to add knowledge on the topic and to the area.

Keywords: Strategic Design. Social Innovation. Creative Communities. Enabling Systems. Low Income

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	Contexto	21
1.1.1	O Brasil e as mudanças sociais.....	21
1.1.2	A pobreza e suas características multidimensionais.....	23
1.1.3	A comunidade de baixa renda	26
1.1.4	Novas abordagens para lidar com contexto complexo	30
2.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	33
2.1.	Inovação	33
2.1.1.	Fatores fundamentais.....	34
2.1.2.	Inovação Social	38
2.2.	Design Estratégico.....	41
2.2.1.	Entendendo a palavra design.....	41
2.2.2.	Design como cultura de projeto.....	42
2.3.	Design Estratégico para Inovação Social	48
2.3.1.	Comunidades criativas	50
2.3.2.	Redes	51
2.3.3.	Sistema habilitante	53
3	MÉTODO.....	56
3.1	Detalhamento da pesquisa.....	57
3.1.1.	Fase 1 – Planejamento.....	58
3.1.2.	Fase 2 – Pesquisa contextual	59
3.1.3.	Fase 2 – Pesquisa exploratória - Entrevistas	61
3.1.4.	Fase 2 – Workshop.....	62
3.1.5.	Fase 3 – Análise dos dados	64
3.1.6.	Fase 4 – Proposta de caminho projetual.....	64
3.1	Limitação do método.....	65
4	ANÁLISE.....	66
4.1	Aproximação e entendimento do contexto.....	67
4.1.1.	A primeira abordagem: Centro Infante-Juvenil Monteiro Lobato	68
4.1.2.	Análise contextual	75
4.1.3.	Conhecendo o grupo de economia solidária.....	76
4.1.4.	Conhecendo a anfitriã e seu contexto.....	78
4.1.5.	A discussão em grupo	80

4.2	Workshop	86
4.3	Proposta de solução.....	98
4.3.1.	Premissas.....	100
4.3.2.	Projeto	106
4.4	Diálogo com a teoria	120
4.4.1.	Design Estratégico.....	120
4.4.2.	Baixa renda.....	122
4.4.3.	Inovação social.....	123
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
5.1.	Resultados	124
5.2.	Reflexões.....	125
5.3.	Sugestões para estudos futuros.....	126
5.3.1.	Sobre o público.....	127
5.3.2.	Sobre a abordagem	127
5.3.3.	Sobre métodos e ferramentas	129
5.3.4.	Sobre outros problemas locais.....	131
5.3.5.	Sobre outras formas de dar continuidade ou aplicar esta pesquisa.....	132
	REFERÊNCIAS	134
	APÊNDICES	140
	Apêndice A: Pesquisa Contextual	140
	Caminhando pelo bairro	140
	Núcleo Comunitário Cultural de Belém Novo	150
	Rede de Atendimento à Criança e ao Adolescente.....	154
	Economia Solidária na Prevenção da Violência.....	157
	Apêndice B: Protocolo de observação.....	164
	Apêndice C: Exemplo Diário de campo - Porto Alegre, 26 de dezembro de 2011.....	165
	Apêndice D: Temas de interesse nas conversas informais	168
	Apêndice E: Áreas abordadas durante as entrevistas em profundidade com especialistas	169
	Apêndice F: Roteiro entrevista – discussão em grupo	170
	Apêndice G: Briefing Workshop - Restinga	171
	Apêndice H: Material de estímulo workshop.....	175
	ANEXOS	176
	Anexo 1: Índice de Desenvolvimento Humano Municipal –Todos os estados do Brasil	176
	Anexo 2: Índice de Desenvolvimento Humano Municipal- os 50 principais municípios.....	177

Anexo 3: Índice de Desenvolvimento Humano Municipal- Unidade de Desenvolvimento Humano do município de Porto Alegre	178
Anexo 4: Imagem satélite do bairro Restinga	179
Anexo 5: Capa revistas quinzenais e mensais falando sobre o tema do crescimento da classe média.	180

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa do workshop de Porto Alegre 2000	26
Figura 2: Mapa Porto Alegre com destaque da Restinga	27
Figura 3: Modelo de análise	33
Figura 4: Esquema linear de desenvolvimento do processo metaprojetual.....	45
Figura 5: Esquema sistêmico de desenvolvimento do processo metaprojetual.....	46
Figura 6: Quadro resumo sistema habilitante	55
Figura 7: Método de trabalho	59
Figura 8: Placa do projeto horta comunitária do programa do governo Fome Zero	73
Figura 9: Horta comunitária abandonada	74
Figura 10: Região da realização do grupo de discussão	79
Figura 11: Vista do local onde aconteceu a discussão em grupo	79
Figura 12: local de realização do grupo de discussão	78
Figura 13: Variedade de legumes, frutas, erva da casa da artesã.	79
Figura 14: Detalhes da residência da artesã que recebeu o grupo.....	80
Figura 15: Trabalhos desenvolvidos pela artesã.....	83
Figura 16: As artesãs que fazem parte do Projeto da Guayí.....	84
Figura 17: A artesã anfitriã usa vários tipos de materiais e referências em seus trabalhos.....	85
Figura 18: Chegada e ambiente onde aconteceu o workshop.....	88
Figura 19: Grupo reunido e apresentando seus trabalhos.....	88
Figura 20: Exemplos dos trabalhos apresentados.....	89
Figura 21: Exercício inicial feito pela pesquisadora a partir da análise SWOT.....	88
Figura 22: Exercício sobre os recursos disponíveis e ausentes.	91
Figura 23: Exercício de recursos disponíveis e ausentes. Quadro final.	91
Figura 24: Todos os participantes possuíam celular.....	92
Figura 25: Dinâmica em grupo	93
Figura 26: Gráfico de polaridades: construído	94
Figura 27: Exemplos apresentados de combinações de técnicas.....	96
Figura 28: Detalhes das técnicas utilizadas nas camisetas	96
Figura 29: Exemplos apresentados de produtos estéticos aproveitavam materiais	97
Figura 30: Trabalho do grupo em pensar tudo que poderia estar envolvido no cenário proposto	98
Figura 31: Áreas que precisam ser trabalhadas para que a organização se estabeleça.....	99
Figura 32: Processo de ações.....	107
Figura 33: Etapa1- Compartilhar equipamentos e saberes	108
Figura 34: Etapa2- Acessar informações, referência e conhecimentos.....	111
Figura 35: Etapa3- Sistema de colaboração – conhecimento, capacitação e materiais.....	112
Figura 36: Exemplos de roupas e acessórios que poderiam ser produzidos	114
Figura 37: Modelo de negócio Rede ASTA	115
Figura 38: Referências de venda pela internet.....	115
Figura 39: Associações do tricô e crochê	117
Figura 40: Ideia de intervenção no ônibus Restinga –.....	118
Figura 41: Mulheres de diferentes gerações tricotando no evento worldwide knit in public.	118
Figura 42: Exemplos de intervenção realizados por movimentos como Knit the City,	119
Figura 43: Figueira da Restinga e Interferência realizada na cidade de Dresden.....	119
Figura 44: Exemplo de ônibus utilizado em Portland/OR, EUA para comercialização de produtos:	120
Figura 45: Comparação entre modelos.....	121
Figura 46: Em amarelo, posição atingida pelo projeto desta dissertação.....	125

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Dimensões do Índice de Pobreza Multidimensional	25
Quadro 2: IDH-M – Restinga.	28
Quadro 3: Agenda workshop.....	63
Quadro 4: Exercício de recursos disponíveis e ausentes. Palavras levantadas.....	92
Quadro 5: Premissas para o desenvolvimento de projetos de Design Estratégico no contexto pesquisado.....	104

1 INTRODUÇÃO

O mundo se aproxima de uma população de sete bilhões de habitantes no ano de 2012 e, apesar dos avanços científicos, tecnológicos e econômicos, ainda possui mais da metade dela, ou seja, algo entre quatro e cinco bilhões de pessoas consideradas pobres¹, sob diversas visões e conceitos desenvolvidos por especialistas ao longo de anos, e que compõe a base da pirâmide social. Pode-se definir a pobreza como ausência, escassez ou privação de algum bem, serviço ou recurso para atender determinada necessidade básica, vencer certa dificuldade, gerar prosperidade, promover inclusão ou ascensão social. Sendo que a pobreza absoluta² se caracteriza quando uma pessoa não consegue ter acesso a alimento e recursos mínimos para sua sobrevivência. A pobreza pode ser considerada então como a privação do bem-estar, por haver incerteza de renda, nutrição, saúde, educação, moradia ou qualquer recurso que permita a uma pessoa levar uma vida com dignidade na comunidade em que vive. Desta forma, é possível encontrar em muitos lugares do mundo, inclusive no Brasil, indivíduos, grupos e regiões com alguma característica e grau de pobreza.

Muito tem se falado sobre o crescimento do Brasil, com a saída de milhões de pessoas da pobreza e de sua entrada na classe C, ou classe média, e da transformação de seus participantes em consumidores, assunto que ocupou editorias das principais revistas e jornais brasileiros nos últimos anos. A dinâmica de consumo da nova classe média provavelmente foi responsável por boa parte do orçamento de pesquisa das empresas brasileiras e multinacionais de produtos e serviços, maiores interessados neste consumo e em compreender estas manifestações para elaborar suas estratégias. Considerando que este fenômeno é relativamente recente dentro da história econômica, social e cultural do Brasil e, se tratando de mais de 100 milhões de pessoas ocupando a classe média brasileira, ainda haveria espaço para se entender essa dinâmica e lançar diferentes visões, sejam elas de mercado ou de diferentes áreas acadêmicas.

Com todas as melhorias, entretanto, ainda há um terço da população brasileira ocupando a base da pirâmide social, segmento mais pobre e que ainda está em situação vulnerável apesar dos avanços econômicos e de serem considerados potenciais consumidores por algumas abordagens. Este contexto propõe um desafio para quem estiver propenso a identificar os

¹ Estimativa baseada no livro *A riqueza na base da pirâmide* de C. K. Prahalad, 2010.

² Os sociólogos e pesquisadores têm considerado duas abordagens de pobreza: pobreza absoluta e pobreza relativa. O conceito de pobreza absoluta baseia-se na ideia de subsistência e considerado universalmente aplicável já que os padrões de subsistência humana são os mesmos, independentemente de onde vivem. Alguns preferem o conceito de pobreza relativa, que relaciona a pobreza com o padrão de vida geral que prevalece em uma determinada sociedade e é definida culturalmente e não deve ser medida segundo um padrão universal de privação (GIDDENS, 2012).

problemas contemporâneos que fazem parte do cotidiano da camada pobre da população. Buscar e desenvolver soluções que sejam adequadas aos envolvidos de forma a facilitar o acesso ou criar recursos que melhorem suas condições de vida. Como se trata de uma questão de grande proporção e complexidade³, a qual envolve muitos elementos e diferentes dimensões, não há como trazer soluções únicas, abrangentes como simplificadoras de todas as demandas. Porém há oportunidade para abordagens novas que tragam diferentes pontos de vista, que ofereçam soluções inovadoras e criativas com relação a algum aspecto da pobreza.

Alguns caminhos têm sido escolhidos por entidades governamentais e não governamentais para lidar com os casos de pobreza no Brasil, com o intuito de reduzi-los ou eliminá-los. Algumas entidades optam por ações assistencialistas, as quais fornecem produtos e serviços necessitados pelos pobres, porém que reforçam sua condição de dependência e alteram pouco a situação na qual se encontram, e que diferem de ações de assistência social, as quais se configuram como a prática de políticas sociais de direito. Outra escolha, já que o crescimento econômico é um dos pontos importantes para a redução da pobreza, é a criação de condições de geração de renda para que as pessoas consigam trabalhar e adquiram os bens e serviços que necessitem. Recentemente algumas empresas optaram por criar produtos e serviços com foco na parcela mais pobre da população, como uma forma de estabelecerem vínculos e promoverem consumidores mais ativos e inclusão social. Além disso, segundo algumas teorias seria uma maneira de instituir um processo de engajamento, promovendo empreendedorismo e inovações na própria base. Contudo, o que se tem evidenciado são o estímulo ao consumo e um alto índice de endividamento das famílias de baixa renda⁴ nos últimos anos.

O economista indiano Amartya Sen (2000) menciona que não se pode basear na ideia dos pobres como sendo seres abstratos e ignorantes, mas sim como indivíduos concretos em suas escolhas reais e vistos em sua condição de agentes do sistema econômico, político e social e em conformidade com os valores de sua comunidade. Eles não são meros receptores passivos de ajuda governamental. Assim, dentro de uma perspectiva de protagonismo, começam a surgir

³ O tema complexidade é abordado por autores como Edgar Morin, para o qual o propósito do pensamento complexo é dar conta das articulações entre campos disciplinares que são desmembrados pelo pensamento disjuntivo, ao contrário do que propõe o aspecto semântico da palavra que traz na sua essência confusão, incerteza e desordem. Segundo o autor, a complexidade é uma palavra-problema e não uma palavra-solução, assim, é complexo o que não se pode resumir numa palavra-chave, o que não pode ser reduzido a uma lei nem a uma ideia simples. Desta forma, o pensamento complexo remete ao conhecimento multidimensional e se alinha com o Design Estratégico, um sistema aberto que inclui pontos de vista diferentes. O pensamento complexo não será aprofundado nesta dissertação, que terá por foco o Design Estratégico.

⁴ O endividamento atinge quase um quarto das famílias brasileiras sendo que a maior parte dessas famílias "superindividas" está na fatia menos favorecida da população: 5,8 milhões na classe C e 6,6 milhões nas classes D e E. (Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor – Peic - maio/2012)

iniciativas, principalmente em países como Índia, China e Brasil, onde as pessoas da camada pobre da população assumem ou são estimuladas a assumir o papel de condutoras das mudanças, em que se encarregam da análise dos problemas, busca e implantação das soluções que promovam as transformações almejadas.

Por iniciativa própria ou incentivadas por organizações não governamentais e até mesmo por empresas, já é possível observar no Brasil casos de pessoas da baixa renda se unindo e iniciando processos para solucionar problemas e demandas sociais, realizando algo novo e de valor para seu contexto a partir da percepção das oportunidades. Na busca e implantação de soluções, as quais facilitam o acesso ou criam os recursos que melhoram suas condições de vida, as pessoas se unem em atitudes solidárias ou por interesses mútuos, pois percebem que sozinhas seria mais difícil lidar com o trabalho e as tarefas necessárias para que seus objetivos sejam alcançados. De tal modo, compartilham os recursos pessoais como conhecimentos, habilidades e atitudes na tentativa de dar respostas adequadas às situações enfrentadas para a obtenção das contribuições e resultados esperados.

Casos como estes foram identificados e classificados pelo pesquisador Ezio Manzini, inicialmente na Europa e, posteriormente, Brasil, Índia e China, como comunidades criativas as quais, ao criarem algo novo e de valor de maneira coletiva e colaborativa para seu contexto social, promovem inovações que, no campo social, são definidas como inovações sociais. A partir desta união, com a auto-organização e a busca ativa por soluções que proporcionem o bem-estar dessas pessoas, estes grupos acabam por fortalecer o tecido social, podendo se traduzir em novas formas de comunidade e de serviço colaborativo, uma forma de experimentos para futuros sustentáveis (MANZINI, 2008).

Para progredirem e evoluírem, os grupos podem formar redes com as quais estão ligados pelos interesses, valores e objetivos comuns na procura por resultados que ofereçam o bem-estar que procuram. No caso da população pobre, pode-se considerar a diminuição da desigualdade social ou a melhoria de vida de maneira sustentável. A manutenção da rede dependerá de sua configuração e suas características, mas também do conhecimento, capacidades, recursos e acesso às soluções que possibilitem sua eficácia, para isso, é necessário por vezes ampliar esta rede, transitando fora do seu circuito na busca, construção e compartilhamento de conhecimento. Para Spender (1996 apud BJÖRK & MAGNUSSON, 2009), ideias são criadas por indivíduos, mas o conhecimento dos indivíduos é o resultado da participação de um contexto social no qual interagem com outros indivíduos, principalmente no que diz respeito às redes de conhecimento informal ou comunidades de prática.

Este cenário é favorável para o envolvimento do Design Estratégico e sua colaboração através de seu pensamento analítico, ético e projetual no apoio ao desenvolvimento das organizações sociais inovadoras e na construção de soluções para seus problemas, pois tem como princípio melhorar as condições do mundo e conseqüentemente a qualidade de vida das pessoas. O design que durante algum tempo foi visto como responsável por produzir objetos úteis e bonitos, em uma lógica funcional e pragmática, na qual aspectos morais, sociais ou políticos raramente eram considerados, reforça seu papel estratégico e de entendedor social. O design se apresenta como tradutor do conjunto de regras morais e éticas, respondendo de forma criativa e responsável no momento da projeção de serviços e sistemas, e na entrega de soluções com valor agregado através da visão holística e colaborando com o bem-estar da sociedade atual e futura.

Dada a circunstância na qual ocorrem inovações nascidas das bases sociais, surgem demandas por novas visões, proximidade e dedicação na abordagem. É preciso saber ouvir, observar, abrir mão de pressupostos e não julgar; ter responsabilidade na hora de delimitar os problemas; estabelecer conhecimentos, habilidades e técnicas que garantam a projeção das melhores soluções para os problemas sociais. Isto requer estratégias inovadoras e criativas para atender as necessidades sociais e respeitar as características específicas do segmento pobre da população de forma a ajudá-lo a progredir de maneira responsável e sustentável. Propostas, bases ou plataformas para a solução dos problemas devem ser construídas conjuntamente partindo da premissa de que os envolvidos no problema são os mais capacitados a resolvê-lo, mas que o Design Estratégico pode articular e fazer parte da solução.

Por vezes, as soluções envolvem menos uma intervenção radical e mais uma reorganização de elementos disponíveis e dos relacionamentos existentes, respeitando o que já existe, mobilizando os recursos e capacitando as pessoas envolvidas de forma a revelar o potencial existente (THACKARA, 2008). Trata-se de estabelecer um processo de aprendizagem contínuo que instigue alterações de comportamento e atitudes, que estimule a forma como pensam e induzem o desenvolvimento e assim possam promover as mudanças. A responsabilidade do Design Estratégico é, além de entender o contexto, desenvolver plataformas e ferramentas capacitadoras que sejam adequadas ao contexto específico (THACKARA, 2008). Ou, como menciona Manzini (2008), que produtos e serviços sejam concebidos como sistemas habilitantes, considerando uma mínima participação das pessoas que irão usufruir da solução a qual colaborará com o resultado esperado por elas, oferecendo meios de empregar suas capacidades no processo e, se necessário, estimulando sua participação.

Assim, entendendo como uma oportunidade de contribuir para o processo de transformação do design como forma e função para o design como agente de impacto social, em um momento no qual a população de baixa renda ainda demanda por melhorias de qualidade de vida e inovações sociais, pareceu conveniente estudar a combinação do design com a baixa renda, e agregar conhecimento sobre o tema.

Pela visão do Design Estratégico, optou-se por investigar um micro universo da baixa renda brasileira, tendo como fio condutor a teoria de Ezio Manzini (2008) de design para a inovação social e sustentabilidade, na qual o autor detecta casos de comunidades criativas que promovem inovações sociais e para as quais o design contribui no desenvolvimento de sistemas habilitantes que ajudam a desenvolvê-las e difundi-las.

Através do Índice de Desenvolvimento Humano, foi selecionada uma comunidade de baixa renda na zona sul de Porto Alegre, na qual foi verificada a existência de comunidades criativas e considerado um grupo composto por mulheres produtoras de trabalhos manuais e artesanato como fonte de renda, que estavam montando um empreendimento conjunto de economia solidária. Por meio de uma abordagem de inspiração etnográfica, com observações e participação dos encontros do grupo, foram entendidos seu contexto, sua composição e dinâmica, identificadas suas características e relações, como o grupo estava constituído e seu potencial para inovação.

O objetivo desta investigação era levantar elementos que colaborassem para um caminho de projeção de um sistema que habilitasse o grupo de artesanato e melhorasse suas condições de desenvolvimento de forma sustentável e criativa. Para entender como o Design Estratégico poderia colaborar com este desenvolvimento procurou-se investigar de forma mais específica:

- Quais características credenciam ou potencializam o grupo como uma comunidade criativa que busca soluções para seus problemas;
- Através de ferramentas utilizadas pelo design, como o grupo pensa seus problemas e quais elementos consideraria necessários para a construção de uma solução que colaborasse na sua capacitação, com seu desenvolvimento e com sua sustentabilidade.
- Analisar como se dá o processo de co-criação, verificando os elementos facilitadores e as barreiras no processo de projeção de soluções;

- Verificar quais premissas embasam caminhos projetuais mais adequados ao contexto e no desenvolvimento de sistemas habilitantes como solução ao problema enfrentado.

A partir do objetivo geral e objetivos específicos propostos pela pesquisa, o trabalho desenvolvido para alcançá-los é apresentado a seguir em cinco capítulos, sendo que no capítulo 1 são expostas as informações sobre a baixa renda e seu contexto no Brasil. Em seguida, há o capítulo 2, que proporciona a revisão teórica do que fundamentou o trabalho e que considera o tema inovação e seus fatores fundamentais: inovação social, Design Estratégico e Design Estratégico para inovação social explorando os conceitos de comunidades criativas, redes e sistemas habilitantes. Depois, no capítulo 3, há a descrição do método utilizado na pesquisa e suas etapas. O Capítulo 4 aborda o desenvolvimento da pesquisa, o contraponto com a teoria utilizada e uma proposta de solução projetual. Por fim, no capítulo 5, as considerações finais e principais descobertas bem como a apresentação de algumas propostas para estudos futuros.

1.1 Contexto

1.1.1 O Brasil e as mudanças sociais

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE⁵, o Brasil possui atualmente uma população de aproximadamente 191 milhões de habitantes, sendo que 88% desta população⁶ constitui-se de pessoas pertencentes às classes C, D e E, em uma escala de classificação baseada na posse de bens⁷, e os outros 12% compõem-se de pessoas pertencentes às classes A e B. Sendo que pessoas pertencentes à classe E têm renda mensal de até R\$751,00; as pessoas da classe D recebem mensalmente de R\$751,00 até R\$1200,00; o segmento da classe C é composto por pessoas que possuem renda de R\$1200,00 a R\$5174,00; pessoas da classe B recebem de R\$5174,00 a R\$6745,00 mensais; enquanto a classe A recebe acima de R\$6745,00 por mês. Para se demonstrar graficamente esta distribuição de classes, é muito comum utilizar-se a forma da pirâmide.

A configuração da pirâmide social brasileira sofreu, recentemente, alterações significativas por questões de ordem social e econômica. O Brasil vem passando, há pouco mais

⁵ IBGE - é o principal provedor de dados e informações sobre geociências, estatísticas sociais, demográficas e econômicas do Brasil.

⁶ PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - IBGE

⁷ O Critério de Classificação Econômica Brasil é um instrumento de segmentação econômica que utiliza o levantamento de características domiciliares (presença e quantidade de alguns itens domiciliares de conforto e grau escolaridade do chefe de família) para diferenciar a população. O critério atribui pontos em função de cada característica domiciliar e realiza a soma destes pontos. É feita então uma correspondência entre faixas de pontuação do critério e estratos de classificação econômica definidos por A1, A2, B1, B2, C1, C2, D, E. O Critério de Classificação Econômica Brasil, enfatiza sua função de estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificar a população em termos de “classes sociais”. A divisão de mercado definida é exclusivamente de classes econômicas.

de uma década, por um fenômeno socioeconômico que promoveu a ascensão das classes D e E. Através do aumento de oferta de crédito, reajustes salariais, forte expansão de renda e incentivos do governo com programas sociais e transferência de renda condicionais, tal como o Bolsa Escola e o Bolsa Família, foi oferecido um maior poder de compra para esta parcela da população. De acordo com as informações da Fundação Getúlio Vargas e do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, os planos e ações adotados nos últimos anos fizeram com que 28 milhões de pessoas saíssem da pobreza e cerca de 40 milhões entrassem na classe média (ou classe C), totalizando 105 milhões de habitantes a compor a classe média brasileira, ou seja, quase 55% da população. Sendo que a base da pirâmide, que engloba as classes D e E, comporta hoje 33% da população. Desta forma, a pirâmide transformou-se em losango.

A história de sucesso de países desenvolvidos mostra a importância da ascensão política e econômica da classe média, assim o fenômeno de crescimento e fortalecimento deste segmento da população gera interesse local e global. O Brasil faz parte do chamado BRIC, iniciais de Brasil, Rússia, Índia e China, que formam o acrônimo criado para se referir aos principais países emergentes do mundo e que foram agrupados através de projeções demográficas, modelos de acumulação de capital e aumento de produtividade. As classes média e baixa chamam atenção no Brasil e no mundo pelo seu tamanho e pelo seu potencial de desenvolvimento, atraindo o interesse de diversos setores da economia, principalmente na perspectiva de consumo, de acordo com dados do IBGE, as classes C, D, e E movimentam anualmente R\$500 bilhões. O poder de compra alcançado pelas classes médias e baixas do Brasil traduziu-se em um aumento significativo no consumo de várias categorias de produtos⁸ e serviços⁹. Isto fez com que muitas empresas mudassem seus modelos de negócio e passassem a adotar estratégias com o objetivo de capturar parte deste potencial de consumo¹⁰, como novas alternativas de crescimento frente aos segmentos A e B, intensamente disputados em um ambiente de alta competitividade.

⁸ A consultoria Nielsen, que mensura o mercado com relação às vendas ao consumidor e seus hábitos de compra, constatou que houve um crescimento em 51 das 139 categorias auditadas, sendo que 65% desse aumento veio das classes C, D e E.

⁹ Estudo de 2011 do Instituto de Pesquisa Data Popular, baseado no cruzamento de dados da Pesquisa de Orçamento Familiar e da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE, revela que de cada R\$ 100,00 desembolsados hoje pela classe média, R\$ 65,20 são com serviços e R\$ 34,80 com produtos.

¹⁰ Segundo a Nielsen, os quarenta maiores fabricantes adotaram como estratégia a oferta de preço, a distribuição assertiva e o sortimento mais efetivo para capturarem o potencial consumo das classes média e baixa do Brasil, houve uma maior compreensão da dinâmica do consumo atual, foco em inovação, lançamentos e precisão na execução, disponibilizando produtos mais acessíveis às classes média e baixa.

Com a entrada da baixa renda no mercado de consumo, da visão de uma economia de subsistência, na qual as camadas populares consumiam apenas para sobreviver e para elas bastariam comida, bebida e abrigo como suas necessidades básicas, passou-se a um novo contexto socioeconômico brasileiro, no qual as classes baixas deixam a invisibilidade e formam um mercado consumidor de massa, despertando o interesse de empresas de bens de consumo e serviços. Não se trata de uma tarefa fácil, para algumas organizações, desenvolver modelos de negócio para a base da pirâmide pelo distanciamento que mantiveram desse público, por informações limitadas e pela falta de acesso ao seu ambiente. Apesar do foco maior na baixa renda, aproximar-se desse segmento tem sido um desafio para empresas que por décadas estiveram focadas no topo da pirâmide e por vezes tentaram reproduzir estratégias da classe alta para os demais níveis da pirâmide.

Apesar das transformações sociais e econômicas ocorridas, o Brasil ainda conta 63 milhões de pessoas vivendo com renda mensal abaixo de dois salários mínimos¹¹, incluindo uma população de 16,2 milhões de pessoas vivendo com menos de R\$70,00 por mês, ou 8,5% da população vivendo no nível de extrema pobreza, sendo 59% deste universo habitantes do Nordeste, 21% do Sul e Sudeste e 20% Norte e Centro-Oeste. Temos, então, 33% da população compondo as classes mais baixas da base da pirâmide.

1.1.2A pobreza e suas características multidimensionais

Um conceito bastante divulgado sobre pobreza é o desenvolvido pelo Banco Internacional para a Reconstrução e o Desenvolvimento - BIRD, comumente chamado de Banco Mundial, que considera a pobreza extrema como aquela na qual o indivíduo vive com menos de U\$1,25 por dia, mas Crespo & Gurovitz (2002) apontam que, durante o século XX, foram desenvolvidos diferentes conceitos sobre o tema pobreza e que para estabelecer seu limite são utilizados diferentes enfoques tais como o biológico, das necessidades básicas ou dos salários mínimos. A partir destes enfoques, os seguintes conceitos de pobreza: sobrevivência, necessidades básicas e privação relativa.

Segundo os autores, o conceito de pobreza referente à sobrevivência prevaleceu durante os séculos XIX e XX, até a década de 50, e se baseou em um estudo de nutricionistas inglesas que apontaram que o salário dos mais pobres não era suficiente para a manutenção do rendimento físico do indivíduo (CRESPO & GUROVITZ, 2002). Outro marco, de acordo com os autores, é estabelecido a partir do ano de 1970, quando a pobreza é considerada a circunstância na qual as necessidades básicas, como serviços de água potável, saneamento

¹¹ Salário mínimo nacional em 01/03/2011 passa corresponder a R\$545,00 (quinhentos e quarenta e cinco reais) – Lei N° 12.382, de 25 de fevereiro de 2011, dispõe sobre o valor do salário mínimo em 2011 e a sua política de valorização de longo prazo.

básico, saúde, educação e cultura não são atendidas (CRESPO & GUROVITZ, 2002). Crespo & Gurovitz (2002) mencionam que a partir de 1980, se estabelece o conceito de que a pobreza é entendida como privação relativa e para tal se busca um embasamento mais científico e comparações entre estudos internacionais, com ênfase no aspecto social. Assim, se estabelece um nível a partir do qual se é capaz de definir a entrada ou a saída da pobreza de acordo com o regime alimentar adotado, o nível de conforto obtido, o desenvolvimento de papéis e de comportamentos socialmente adequados (CRESPO & GUROVITZ, 2002). Crespo & Gurovitz (2002) assinalam que, a partir do conceito de privação relativa, houve uma evolução proposta pelo economista indiano Amartya Sen, o qual introduziu variáveis mais amplas que demonstram que as privações do ser humano podem ser de diferentes dimensões.

Não é possível considerar a pobreza resultado da pouca quantidade de bens, nem a boa qualidade de vida resultado do seu excesso. A ideia que ainda prevalece no ocidente (e difundida no mundo todo) é a associação da percepção e da expectativa de bem-estar a uma disponibilidade sempre maior de produtos e serviços (MANZINI, 2008). Para Nasbaum e Sen (1993), o que determina o bem-estar não são nem os bens nem suas características, mas a possibilidade de fazer várias coisas utilizando aqueles bens ou suas características, ser capaz de dar vazão aos próprios instintos criativos, o que Manzini (2008) denomina de ferramentas habilitantes, e, para isso, dependerá das soluções às quais uma pessoa tem potencial acesso e seus recursos pessoais disponíveis.

Não há como olharmos apenas ao consumo e à renda como formas de desenvolvimento e qualidade de vida. Assim, outra forma de se estabelecer o nível de desenvolvimento de uma população e sua qualidade de vida é a utilização do Índice de Desenvolvimento Humano, ou IDH, que varia numa escala de zero a um. Este índice foi criado pelo economista paquistanês Mahbub Ul Haq, com a colaboração do economista indiano Amartya Sen, e considera que, para avaliar o avanço de uma população, não se deve apreciar apenas a dimensão econômica, mas também outras características sociais, culturais e políticas que influenciam a qualidade da vida humana. O IDH considera a expectativa de vida ao nascer, o índice de analfabetismo, o nível de educação, a taxa de matrícula em todos os níveis de ensino e a renda mensurada pelo PIB per capita, em dólar; paridade do poder de compra que elimina as diferenças de custo de vida entre os países, para cálculo do índice. Como outros índices, o IDH possui suas limitações e não é a representação da felicidade ou a indicação do melhor local para se viver, porém trata-

se de uma referência mundial e índice-chave dos objetivos de desenvolvimento do milênio das nações unidas¹².

Segundo dados divulgados em novembro de 2010 pela ONU - Organização das Nações Unidas, o Brasil possui um IDH de 0,699 que é considerado alto, mas ocupa o 73º lugar no ranking mundial entre 169 países. O país com mais alto IDH é a Noruega, com o índice de 0,938, enquanto o pior IDH entre os países avaliados é do Zimbábue, 0,140. A cada ano, o Brasil tem conseguido elevar seu IDH, sendo que fatores como aumento da expectativa de vida da população e da taxa de alfabetização estão diretamente associados a essa evolução.

Além do valor usado historicamente para indicar o desenvolvimento humano de cada país, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), da ONU, desenvolveu, conjuntamente com o centro de pesquisas *The Oxford Poverty and Human Development Initiative* - OPHI, o Índice de Pobreza Multidimensional. O IPM tem como objetivo verificar quem vive com dificuldades e apontar as privações em três dimensões: educação, saúde e padrão de vida, que se subdividem em dez indicadores: nutrição e mortalidade infantil, relativos à saúde; anos de escolaridade e crianças matriculadas, na dimensão educação; gás de cozinha, sanitários, água, eletricidade, pavimento e bens domésticos como padrões de vida, e cada um com sua importância no índice (Quadro 1, p. 25). Uma família é considerada multidimensionalmente pobre se sofre privações em pelo menos um terço dos indicadores.

De acordo com os dados do PNUD, 8,5% da população brasileira vive em pobreza multidimensional, mas 13,1% da população também está em risco de entrar nessa condição. O Brasil possui 20,2% de seus habitantes com pelo menos uma grave privação em educação, 5,2% da população com privação em saúde e 2,8% com em padrão de vida.

Quadro 1: Dimensões do Índice de Pobreza Multidimensional

¹² Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio das Nações Unidas são oito: 1) Erradicar a extrema pobreza e a fome; 2) Atingir o ensino básico universal; 3) Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres; 4) Reduzir a mortalidade na infância; 5) Melhorar a saúde materna; 6) Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças; 7) Garantir a sustentabilidade ambiental; 8) Estabelecer uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento.

Dimensão	Indicador	Há privação se...	Peso no índice
Educação	Anos de estudo	Nenhum membro do domicílio completou 5 anos de estudos	16,70%
	Matricula das crianças	Pelo menos uma criança em idade escolar não estiver frequentando a escola	16,70%
Saúde	Mortalidade	Pelo menos uma criança na família morreu	16,70%
	Nutrição	Pelo menos um adulto ou criança desnutrido	16,70%
Padrão de vida	Eletricidade	O domicílio não é servido por eletricidade	5,60%
	Sanitários	A estrutura de sanitária não é adequada ou é compartilhada com outros domicílios	5,60%
	Água	O domicílio não tem acesso a água potável ou a fonte de água potável está a mais de 30 minutos a pé de casa	5,60%
	Piso	É de terra, areia ou esterco	5,60%
	Combustível para cozinhar	A família usa lenha, carvão ou esterco	5,60%
	Bens domésticos	O domicílio não tem mais de um: rádio, TV, telefone, bicicleta ou moto e se não tem carro ou trator	5,60%

Fonte: PNUD.

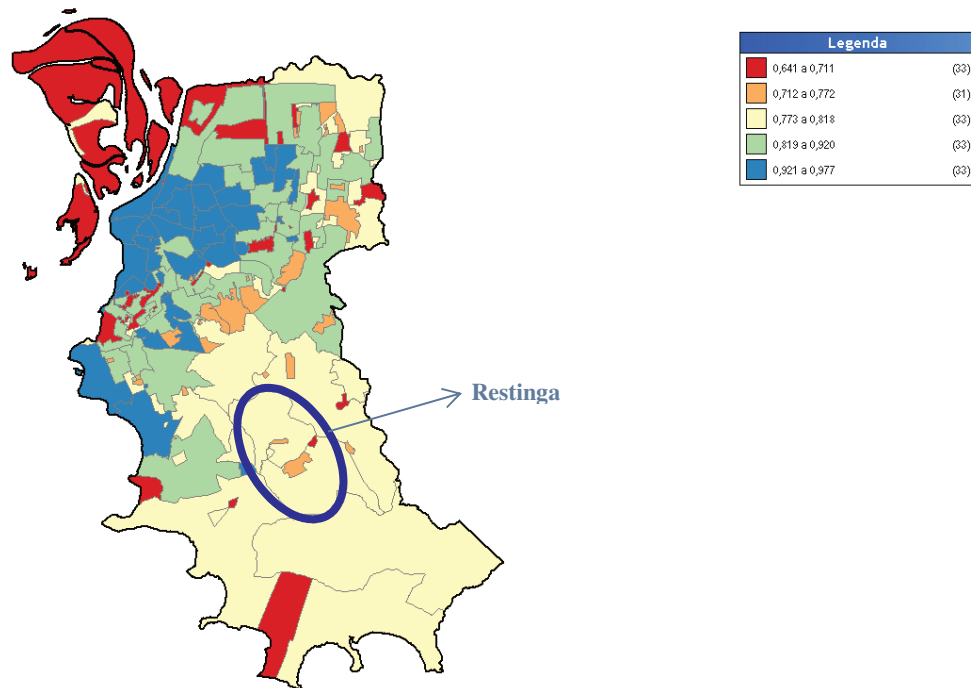
1.1.3A comunidade de baixa renda

Assim, dada a complexidade do tema pobreza e de suas diferentes dimensões, optou-se por buscar uma comunidade de baixa renda no município de Porto Alegre/RS e, para isso, como um primeiro critério de seleção, o IDH.

O Rio Grande do Sul apresenta um dos maiores IDH do país, 0,814, ocupando a 4ª posição entre os 27 estados brasileiros e, se consideramos o nível de município, a capital Porto Alegre é a primeira colocada entre as capitais com mais de um milhão de habitantes, com o IDH-M¹³ de 0,865. Contudo, Porto Alegre apresenta grande desigualdade entre suas regiões e bairros, podendo variar de um IDH-M de 0,641, comparável ao IDH de Botsuana (0,633), para um IDH-M de 0,977, superior ao IDH do país mais desenvolvido do mundo, a Noruega, com 0,938. Se tomarmos como base o IDH-M, temos que a área sul de Porto Alegre é menos desenvolvida se comparada à área norte onde começou historicamente a ocupação da cidade (Figura 1, p. 26).

Figura 1: Mapa do IDH de Porto Alegre 2000

¹³ IDH-M = Índice de Desenvolvimento Humano Municipal



Fonte: PNUD.

Na região sul, também se localiza um dos maiores bairros de Porto Alegre, em termos populacionais, a Restinga, com cerca de 160 mil habitantes¹⁴ (Figura 2, p. 27), população superior às de muitos municípios gaúchos, mas que apresenta IDH-M baixo em boa parte de sua área (Quadro 2, p. 28). Há várias Restingas dentro da Restinga, a começar por duas grandes divisões do bairro: Restinga Velha e Restinga Nova. A Restinga Velha foi a primeira área ocupada e para onde foram mandadas as famílias transferidas para o bairro na década de 60. A Restinga Nova foi o local onde construíram os primeiros conjuntos habitacionais para receber as famílias transferidas, é a área mais desenvolvida, onde se concentram o comércio, escolas e órgãos públicos. Muitas áreas são denominadas “unidades” e levam um número associado que indica a ordem de ocupação da área, como, por exemplo, 5º Unidade. Há também o Distrito Industrial, onde, além das 28 empresas instaladas, de acordo com o site da Secretaria Municipal de Indústria e Comércio, comporta o projeto do Hospital da Restinga e Extremo Sul e a Escola Técnica. O bairro também possui várias vilas, tais como Bita, Barro Vermelho, Chácara do Banco, Pitinga, Santa Rita, Castelo, entre outras.

Figura 2: Mapa Porto Alegre com destaque da Restinga

¹⁴ Segundo dados do IBGE do Censo de 2000, o bairro possui 53 mil habitantes, de acordo com as lideranças comunitárias a população do bairro ultrapassa 80 mil, outras fontes como, por exemplo, o site da prefeitura de Porto Alegre que menciona uma população em torno de 160mil habitantes.



Fonte: Wikimedia Commons.

Quadro 2: IDH-M – Restinga

Restinga	1991	2000
Restinga 5ª unidade	0.672	0.695
Vila Bita	0.689	0.725
Restinga Velha	0.667	0.726
Barro Vermelho	0.715	0.783
Costa Gama	0.745	0.792
Restinga Nova	0.757	0.807
Região metropolitana de Porto Alegre	0.780	0.830
Porto Alegre	0.824	0.865

Fonte: PNUD.

A Restinga teve sua origem na população removida de algumas vilas¹⁵ estabelecidas irregularmente nas décadas de 40 e 50 na capital do estado. Essas vilas eram formadas por pessoas vindas do interior do Rio Grande do Sul, originados da área agrícola e da mineração, que chegaram à capital na busca por melhores condições de vida (ZAMBIONI, 2009). Devido à pouca qualificação, as pessoas não encontravam posições para trabalhar nas indústrias, que

¹⁵ Vila é a denominação utilizada em Porto Alegre para se referir a favelas que são definidas pelo IBGE como conglomerados subnormais.

na época eram as responsáveis pelas políticas de habitação, assim, não sendo absorvidas por estas indústrias, a solução era a busca por trabalhos informais (ZAMBIONI, 2009). A instabilidade e a baixa remuneração, características dos trabalhos informais, não garantiam condições para adquirirem uma moradia qualificada e formal (ZAMBIONI, 2009). Deste modo, surgem as vilas, de maneira irregular e sem estrutura na capital do Rio Grande do Sul.

Na década de 60, com o projeto de modernização da cidade de Porto Alegre, a população destas vilas foi transferida para a Restinga como proposta temporária até a regularização e organização de moradias definitivas na mesma região onde habitavam anteriormente. Também houve uma abordagem na qual a população seria transferida para a região com promessas de melhores condições de vida, o que não ocorreu, pois não havia infraestrutura, escolas, transporte e possibilidades de emprego, que a região norte da capital oferecia. Há relatos de que o local na época era um matagal repleto de cobras e lagartos. As conquistas de iluminação pública, transporte coletivo, rede de água e esgoto, escola, posto de saúde para a Restinga ocorreram através da união e organização de seus moradores. Somente no início de 1990 a Restinga foi reconhecida como bairro. Contudo, apesar dos avanços e conquistas, mais de quarenta anos se passaram e o bairro ainda carece de uma série de melhorias nas áreas geração de renda, saúde¹⁶, educação e segurança. Não há total autossuficiência do bairro, o que demanda, por exemplo, o deslocamento de quase 22 km até o centro da cidade para buscar soluções para questões como trabalho, estudo, consumo, entre outras.

O estudo não se refere à Restinga e sim a um grupo de baixa renda deste bairro, porém, ao longo do desenvolvimento do projeto, percebeu-se a influência do contexto, como alguns aspectos eram explicados pelas questões históricas e pela forma como se deu a constituição do bairro. Um exemplo é a desconfiança e o temor de serem enganados, presentes no início das relações. Os números orientaram até a etapa da escolha da região da pesquisa, mas foi necessário, através da comunidade de prática¹⁷, indicações de moradores do local e de entidades que trabalhassem com grupos de baixa renda do bairro para que houvesse uma aproximação e a minimização do fato da pesquisadora não ser pertencente à comunidade e, portanto, parecer menos intrusa em sua realidade. A etapa de contato e aproximação demandou tempo até que se chegasse ao grupo de artesanato e trabalhos manuais, composto por mulheres moradoras da

¹⁶ Associação Hospitalar Moinhos de Vento administra, desde 31 de março de 2004, o Pronto-Atendimento Saúde Restinga. Está previsto também o início da operação, em julho de 2012, do Projeto Social Restinga e Extremo Sul que é composto de hospital, escola e acompanhamento junto à comunidade para estimular a prevenção da saúde, ele vai funcionar pelo SUS em parceria com o Ministério da Saúde e engloba critérios de sustentabilidade.

¹⁷ Comunidade de prática é um conjunto de pessoas que se relacionam de maneira informal, porém engajadas por um interesse comum.

Restinga, que se unia para formar um empreendimento solidário. Este grupo passou a ser o objeto de estudo, foco da pesquisa, com o qual se passou a interagir para atingir os objetivos da pesquisa.

1.1.4 Novas abordagens para lidar com contexto complexo

O Brasil oferece, neste momento, desafios para lidar com as mudanças socioeconômicas as quais promoveram a ascensão das classes baixas com a entrada de milhões de pessoas no mercado de consumo, o que provocou a modificação e o crescimento dos hábitos de compra das classes emergentes. Apesar de iniciado um processo de saída da invisibilidade, por estarem se transformando em consumidores ou potenciais consumidores, despertando interesse tanto de empresas como da academia, todavia por se tratar de fenômeno recente, ainda há a necessidade de gerar conhecimento de forma mais sistemática sobre a baixa renda. Pode haver novidades sobre sua realidade, seu cotidiano, seu estilo de vida, seus hábitos, a forma de encarar a vida, seus problemas, suas necessidades, suas prioridades, seus sonhos e planos.

Também são apresentados desafios para trabalhar com um número significativo de pessoas ainda em situação de vulnerabilidade e enfrentando incertezas, que precisa se desenvolver social e economicamente. Se, por um lado, trata-se de uma oportunidade para empresas de bens e serviços explorarem na perspectiva do consumo, por outro, há uma grande oportunidade de projetar serviços e sistemas para a baixa renda de forma a auxiliar na melhoria de sua vida e na diminuição da desigualdade social deste segmento da população, contribuindo, inclusive, com as políticas públicas dos governos.

Não há como trazer todas as soluções para todos os problemas que a pobreza envolve. No mundo, são quase cinco bilhões de pessoas categorizados como pobres e, no Brasil, cerca de 60 milhões de pessoas vivendo na base da pirâmide social. Além de serem muitas pessoas, seria impossível afirmar que se trata de um grupo homogêneo, e que, para tal variedade, se poderiam levantar oportunidades únicas e produzir soluções horizontais que abarcassem sua totalidade. Também se trata de um cenário de grande complexidade que compreende muitos elementos, atores e situações, porém se podem admitir múltiplos pontos de vista que abrem um espectro grande de áreas, possibilidades e inovações.

Em um mundo no qual a população atinge quase oito bilhões de pessoas e que boa parte dela ainda se encontra em condição de pobreza, a inovação encontra espaço no campo social que se configura com um amplo espectro de possibilidades para agregar valor a elas. Uma inovação pode introduzir algo que seja novo para este contexto, pode se tratar de encontrar um novo processo, uma nova forma de se relacionar e acessar as informações e recursos necessários para o bem-estar e o desenvolvimento da baixa renda. A inovação social é resultado de um

processo que envolve informações, conhecimento e criatividade na obtenção de soluções que atendam às necessidades sociais das mais diferentes áreas, que acolhem interesses sociais focados no bem-estar ou no desenvolvimento de empreendimentos econômicos com foco social, em campos de atuação dos mais variados, tais como trabalho, lazer, educação e saúde (MANZINI, 2008). Bem-estar, neste contexto, se baseia em menos coisas e mais pessoas (THACKARA, 2008).

A pobreza não é um fenômeno recente e já foi estudada por outras áreas de conhecimento, principalmente pelas ciências sociais, contudo, apesar de não ser evidente para algumas pessoas, a pobreza continua a existir em um mundo cada vez mais dinâmico e complexo, exigindo respostas estratégicas aos problemas cotidianos. As soluções podem vir dos próprios componentes da camada mais pobre da população, mas por vezes podem exigir algum tipo de suporte e intervenções de pessoas externas ao grupo. De qualquer forma, por se tratar de um fenômeno complexo em um contexto complexo, abordar os problemas de forma sistêmica e através de diferentes olhares pode agregar distintas perspectivas e trazer soluções inovadoras ou novas configurações que façam uma grande diferença em sua realidade (THACKARA, 2008).

Ver é um ato involuntário, função sensorial operada pelo olho, já a ação de olhar implica fixar os olhos, estar em face de algo que se pode estudar, examinar, observar e pesquisar. O artista múltiplo e polímata Leonardo Da Vinci dizia que “os olhos são a janela da alma”, através dos quais se tem contato com o mundo em uma combinação de sensibilidade e conhecimento. Já Flusser (2007) cita o poema “O andarilho angelical” de Ângelus Silesius para dizer que “A alma tem dois olhos: um olha o tempo, o outro olha para o longe, em direção à eternidade”. Olhar implica adquirir conhecimento, promover uma análise crítica da situação e de seu futuro, objetiva minimizar as consequências negativas, potencializar os aspectos positivos, antecipar e construir cenários, desenvolver ideias e desenhar estratégias, conjunto característico do modo de olhar do design.

O que se propõe, neste trabalho, não é somente ver ou fazer um relato do que foi visto da realidade da baixa renda estudada, mas se apropriar das capacidades do design e a partir de seu olhar estratégico, organizar e tornar compreensíveis os dados de contexto, com o suporte das escolhas e do agir estratégico (ZURLO, 2010) na busca por um caminho que faça sentido. Segundo Thackara (2008, p.267), enquanto os consultores de gestão chamam de “criação de estratégia”, o autor considera isto design, que envolve novas criações de conhecimento, recursos e competências, muitos ou a maioria dos quais já existem e que, mesmo sendo um conhecimento antigo, quando aplicado a um novo contexto pode gerar um novo conhecimento.

Thackara (2008, p.18) menciona também que ideias revolucionárias e novos modos de fazer as coisas surgem quando se muda a forma de olhá-las e percebê-las.

Dentro deste cenário de complexidade e com necessidade de inovação, pode-se pensar o design mais sob o aspecto de orientação do que no sentido de estrutura (THACKARA, 2008, p. 263). A partir do Design Estratégico, pode-se propor uma forma de articular os distintos personagens, seus olhares e suas diversas competências e habilidades, através de um sistema aberto e com diferentes perspectivas disciplinares, apresentando, desta forma, caminhos úteis para identificar e delinear os problemas e possibilitar o desenvolvimento de soluções viáveis para a camada mais pobre da população, que propiciem desenvolver projetos para a melhoria das condições sociais e econômicas, auxiliando na diminuição da desigualdade social. Este processo envolve a busca por informação, a construção de conhecimento e aprendizagem, e considera as pessoas protagonistas nas soluções, e, no caso da baixa renda, seus componentes conhecem melhor que qualquer pessoa os seus problemas. É justamente desta forma que se aborda o contexto da comunidade de baixa renda e o grupo estudado nesta dissertação, apresentando o Design Estratégico como agente de transformação social.

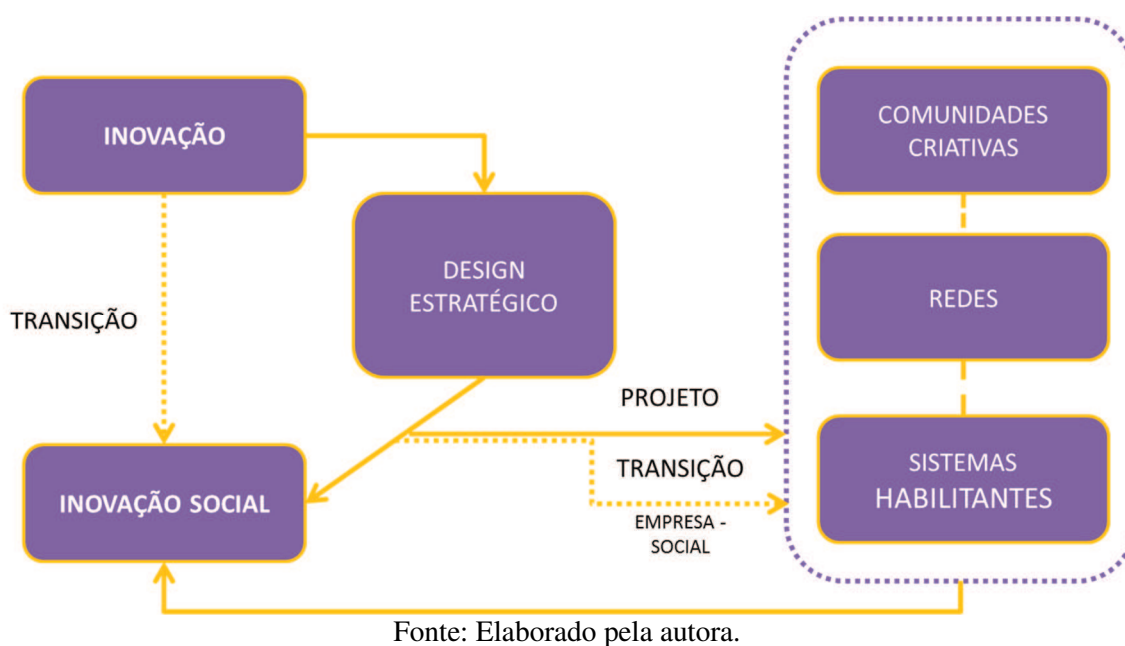
Após a introdução sobre o tema e a discussão contextual, a seguir é apresentado o referencial teórico que serviu como fundamento norteador deste trabalho.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são identificados a linha teórica, os conceitos e as referências utilizadas para fundamentar e orientar o desenvolvimento, a realização e a análise desta pesquisa.

Conforme demonstrado a seguir, na figura 3, partiu-se do conceito de inovação e seus fatores fundamentais para demonstrar que, apesar de propósitos diferentes, a inovação tecnológica e a inovação social estão inseridas em um conceito maior e guardam seus princípios básicos. Como mediador da inovação e entendedor social, recorreu-se ao Design Estratégico que ativa o diálogo projetual para a inovação social. O Design Estratégico pode lidar com as transformações socioculturais nas quais surgem comunidades criativas e suas interações, além de colaborar na elaboração de soluções e sistemas habilitantes, de forma a construir futuros sustentáveis.

Figura 3: Modelo de análise



2.1. Inovação

Inovação é o primeiro conceito a ser abordado, mas irá permear os demais conceitos até o final deste capítulo, pois, não só neste trabalho como também na atualidade, trata-se do termo que vem ocupando espaço de destaque nas agendas dos negócios, da política e das ciências. Trata-se de um meio de buscar vantagens competitivas e de defender posições estratégicas (TIDD, PAVITT & BESSANT, 2008), não como uma forma de prever o futuro, mas de moldá-lo (HOWALDT & SCHWARZ, 2010).

2.1.1. Fatores fundamentais

Partindo do princípio etimológico, o termo inovação deriva do latim *innovatus*, substantivo derivado do verbo *innovare*, que significa “renovar”, “alterar”, “fazer algo novo”. Porém, ao longo do tempo, o termo inovação, apesar de conservar seu sentido etimológico, ampliou seus significados de forma a ser compreendido de diferentes maneiras pelas pessoas e muitas vezes acaba sendo associado à invenção, como apontam Tidd, Pavitt e Bessant (2008).

Uma invenção é apenas parte de um processo maior que tem como objetivo desenvolver o uso prático de uma ideia concebida a partir de uma oportunidade, isto é, disponibilizar e difundir esta ideia da maneira a mais ampla possível no mercado e, para isso, é necessário explorar e desenvolver novos conhecimentos. Invenções tornam-se inovações quando após este processo se apoderam de uma parte do mercado (TIDD, PAVITT & BESSANT, 2008; HOWALDT & SCHWARZ, 2010). Inovações são intervenções deliberadas para iniciar e estabelecer lançamentos futuros relativos a tecnologias, economias e práticas sociais, que podem ser influenciadas pela cultura gerencial da organização, pelas relações de colaboração, pela concorrência, pelo comportamento do consumidor e seu estilo de vida na recepção e a adoção de determinada descoberta e sua transformação de um estágio de invenção para uma inovação de sucesso (HOWALDT & SCHWARZ, 2010, p.2).

Para Tidd, Pavitt e Bessant (2008, p.23), a inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades, e tirar proveito das mesmas, consistindo não só em abrir novos mercados, mas também novas formas de servir mercados já estabelecidos e maduros, seja através de bens manufaturados e tangíveis, como também de bens intangíveis como serviços e experiências. É preciso, ainda, estar atento às mudanças nos campos socioeconômicos, pois aquilo em que as pessoas acreditam, o que esperam, querem e ganham cria novas oportunidades ou restrições (TIDD, PAVITT & BESSANT. 2008, p.25).

Segundo os autores, inovar expressa mudanças que podem ocorrer em relação a produtos/serviços, processos, posição e, em alguns casos, as oportunidades de inovação surgem quando repensamos a forma de olharmos para algo (TIDD, PAVITT e BESSANT. 2008). As mudanças podem assumir diversas formas, mas são classificadas basicamente em quatro categorias:

- Inovação de produto – mudanças nas coisas, produtos/serviços;
- Inovação de processo – mudança na maneira em que produtos/serviços são criados;
- Inovação de posição – mudança no contexto em que produtos/serviços são introduzidos;

- Inovação de paradigma – mudança nos modelos mentais subjacentes que orientam o que a organização faz.

Outra dimensão de mudança, apontada pelos autores é o grau de novidade envolvido, existindo diferentes graus de novidades desde melhorias incrementais até mudanças radicais que transformam a maneira como vemos e usamos as coisas (TIDD, PAVITT & BESSANT, 2008).

De acordo com Phills, Deiglmeier e Miller (2008), para um processo ou um resultado ser considerado uma inovação, este deve atender dois critérios: novidade e melhoria. Uma inovação não precisa ser necessariamente original, mas deve ser considerada novidade pelo usuário, no contexto ou como aplicativo, também precisa ser mais eficaz ou mais eficiente do que as alternativas existentes. Para os autores, ainda seria preciso acrescentar que, para ser considerado uma inovação, um processo ou resultado deveria ser mais sustentável em todos os sentidos, econômico, ambiental e social (PHILLS, DEIGLMEIER & MILLER, 2008).

Segundo Henderson e Clark (1994, apud TIDD, PAVITT & BESSANT, 2008, p.35), a inovação dificilmente está associada a apenas uma tecnologia ou mercado, mas sim a uma gama de conhecimentos que são arranjados em uma dada configuração. Sendo que o êxito da inovação depende da capacidade de mobilizar e utilizar o conhecimento sobre componentes, e também como podem ser combinados.

Assim, a inovação é uma questão de conhecimento – criar novas possibilidades por meio da combinação de diferentes conjuntos de conhecimento, os conhecimentos explícitos, codificados, acessíveis, transferíveis, e os conhecimentos tácitos adquiridos por experiência e não codificados (TIDD, PAVITT & BESSANT, 2008, p.35). Atualmente estes conhecimentos não estão restritos às fronteiras das organizações e se alinham com o princípio da inovação aberta, no qual há um fluxo de conhecimento em que os recursos transitam no limite entre a organização e seu exterior.

Por algum tempo, os processos de inovação necessitavam de controle e eram sustentados pela ideia de que os melhores talentos e suas ideias estavam dentro das organizações e, se o desenvolvimento era da organização, então esta seria a mais capacitada para administrar e negociar as inovações. Assim sendo, os processos de pesquisa, desenvolvimento, fabricação, mercado e distribuição se fechavam nos limites da organização com um controle intenso das propriedades intelectuais (CHESBROURG, 2003). A inovação, obedecendo a uma lógica industrial, era dominada pelos departamentos de Pesquisa e Desenvolvimento, considerados espaços exclusivos para os desenvolvimentos tecnológicos. Conforme apontam Dell’Era & Verganti (2009), o conhecimento necessário para cada tipo de

inovação era desenvolvido e interpretado separadamente. Inovações tecnológicas e funcionais eram desenvolvidas através do conhecimento explícito dominado pelo departamento de pesquisa e desenvolvimento, porém com suas fases de pesquisa e desenvolvimento conduzidas separadamente, enquanto as inovações de significado eram desenvolvidas pelas agências de Design e Marketing sem a cisão entre as fases de pesquisa e desenvolvimento.

Entretanto, essas premissas começaram a sucumbir. À medida que passamos por alterações sociais profundas na disseminação do conhecimento e, portanto, na divisão do trabalho para a inovação, organizações adotam que os conhecimentos mais valiosos para inovação residem fora de suas fronteiras e que para ser inovador conseqüentemente são necessárias formas de acessar estes conhecimentos (DELL'ERA & VERGANTI 2009). Por volta do fim do século XX, houve um aumento significativo da mobilidade de profissionais de pesquisa e desenvolvimento, o que dificultou o controle de ideias e expertise de corporações. Isto fez com que empresas repensassem os caminhos pelos quais vinham gerando ideias e inovações e como executá-las (CHESBROUGH, 2003).

Conforme apontado por Chesbrough (2003), os princípios da inovação aberta são:

- Nem todas as pessoas competentes trabalham dentro das organizações. É preciso trabalhar com pessoas competentes dentro e fora da empresa.
- P&D externo pode criar valor significativo e o P&D interno pode reivindicar uma porção desse valor.
- Não é necessário criar a pesquisa para lucrar com ela.
- Construir um melhor modelo de negócio é mais vantajoso do que chegar primeiro ao Mercado.
- É possível ganhar se for feito o melhor uso das ideias internas e externas.
- Lucrar com outros usos das propriedades intelectuais internas e aquisição de outras propriedades intelectuais desde que contribuam para avançar nos modelos de negócio.

Adoção da inovação aberta significa que, internamente, as organizações devem mudar a forma como veem seu posicionamento e seu ambiente, envolvendo de forma cooperativa e colaborativa instituições de pesquisa, universidades, fornecedores, parceiros ou usuários de seus produtos no desenvolvimento de produtos, tecnologias ou serviços, e que pode haver mais valor agregado. Além de estabelecerem as rotinas de como irão operar diariamente, desenvolver a capacidade de lidar com fenômenos complexos e incertos que envolvem altos riscos no processo de inovação, como também desenvolver sua capacidade de competir com o tempo na implementação das ideias, de forma a fazer mais rápido que a concorrência.

Rothwell (1992, apud TIDD, PAVITT & BESSANT. 2008, p.72) previu em seu estudo um deslocamento gradual do pensamento (e organização) de um processo linear movido pelo estímulo científico-tecnológico ou pela exigência da demanda, para outro que previa crescente interatividade. Primeiramente ocorrendo dentro da empresa com equipes funcionais integradas e outras atividades limítrofes, e então cada vez mais para fora da empresa em seus contatos com outras firmas.

É importante observar que as vantagens geradas por medidas inovadoras perdem seu poder competitivo à medida que outros as imitam. Assim, é preciso criar algo novo que possa ocorrer dentro de um cenário de regras estabelecidas ou estimulado por alterações de padrões os quais redefinem o cenário com novos desafios e oportunidades. Como Schumpeter se referia a um processo de destruição criativa, no qual há uma busca constante pela criação de algo novo que simultaneamente destrói velhas regras e estabelece novas, na busca por novas fontes de lucratividade (TIDD, PAVITT & BESSANT. 2008).

Nesta busca constante por inovações, a questão da sustentabilidade ambiental passa a fazer parte da agenda da inovação, motivada principalmente por aspectos ligados à regulamentação que pode abrir novos campos e fechar outros, criar novas oportunidades e desafios aumentando as exigências por produtos, serviços, processos, e modelos de negócios sustentáveis e ecologicamente orientados (TIDD, PAVITT & BESSANT, 2008). O debate conceitual de inovação sustentável é recente, mas, conforme apresentado em revisão bibliográfica por Lima et al. (2010), tem crescido acentuadamente, principalmente em função das políticas mundiais para o desenvolvimento sustentável. Através da análise exploratória, feita por Lima et al. (2010), das inter-relações entre sustentabilidade e inovação, observa-se que há um campo vasto para desenvolvimento teórico de conceitos pouco explorados, o que corrobora com a avaliação feita por Berkhout e Green (apud TIDD, PAVITT & BESSANT. 2008), que seria necessário explorar sistematicamente conceitos, teorias e evidências empíricas desenvolvidos nos últimos 30 anos de estudos sobre inovação.

Thackara (2008) menciona que há um grande desequilíbrio na sociedade industrial e que a economia se tornou extremamente complexa e dependente de fluxo excessivo de energia e matérias não renováveis. Assim, muitas pessoas, diante desse desequilíbrio, passaram a esperar uma crise da sociedade industrial, já que esses fluxos excedem drasticamente a capacidade da biosfera e, a partir de práticas sociais, essas pessoas começam a produzir soluções sustentáveis (THACKARA, 2008).

Desta forma, inovação é um processo amplo e complexo, o qual tem como objetivo um resultado que traga valor, seja através de produtos, serviços, procedimentos ou modelos de

negócio que são difundidos e percebidos como novidade pelo usuário, em um contexto ou como aplicação. Um processo que não pode ser visto de forma parcial para não limitar o conhecimento e as ações futuras de maneira sustentável.

Até aqui, foi definido o conceito de inovação, porém, com as mudanças socioculturais e a maior preocupação com a sustentabilidade nos últimos tempos, fazer algo novo e que gere valor não se restringe somente ao contexto de empresas ou à tecnologia e passa a fazer parte do contexto social. Ao invés da combinação de esforços e conhecimentos com propósito econômico e de mercado, há um deslocamento do olhar para o dia-a-dia das pessoas e seus problemas, com o levantamento de oportunidades que tragam soluções adequadas às suas necessidades e que ocasionem benefícios para a sociedade. A implantação do uso prático de uma ideia que venha a solucionar problemas do cotidiano das pessoas abrange um campo cada vez maior de possibilidades e oportunidades que trazem novidades e melhorias ao contexto social. Para este trabalho utilizaremos o conceito de inovação social, que guarda alguns princípios básicos da inovação, mas que possui propósitos diferentes das inovações econômicas, tecnológicas e de mercado, a serem definidos a seguir.

2.1.2. Inovação Social

Em 2003, na primeira edição da *Stanford Social Innovation Review*, o termo inovação social foi definido como o processo de inventar, garantir o apoio e a implantação de novas soluções para problemas e necessidades sociais. Contudo, para dar maior precisão e entendimento, recentemente foi redefinido pela publicação como uma nova solução que é mais eficaz, eficiente e sustentável que as preexistentes para um problema social e cujo valor criado beneficia principalmente a sociedade como um todo (PHILLS, DEIGLMEIER & MILLER, 2008).

Nesta definição, não está clara a participação dos principais envolvidos no problema, o que Manzini (2008) já deixa explícito, pois considera que o termo inovação social refere-se à mudança no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades. O autor tem como pressuposto que inovação social parte das bases sociais (MANZINI, 2008). Para Howaldt & Schwarz (2010), a sociedade desenvolve e produz inovações sociais em formas de novas práticas, organizações, rituais, técnicas, hábitos e manifestações, além de tecnologia e inovações tecnológicas. Assim, inovações sociais podem ser consideradas processos sociais de inovação ou inovações com propósito social, que criam valor para a sociedade.

Processos sociais são as maneiras pelas quais os indivíduos estabelecem relações uns com os outros, conforme seus interesses. No caso das inovações sociais, o interesse que une as

peças tem como finalidade solucionar problemas que atingem a todos em situações cotidianas. Mesmo que não haja preparação técnica ou formal, os envolvidos nos problemas detectam oportunidades e elaboram de forma colaborativa soluções para eles.

Para Howaldt & Schwarz (2010), qualquer que seja a inovação, esta não ocorre no meio da tecnologia, mas por que existem interações sociais. Uma inovação social é a combinação ou uma nova configuração de práticas sociais em determinadas áreas de ação ou contextos sociais. Práticas sociais solicitadas por um grupo de atores envolvidos em problemas, que de forma intencional e orientada buscam satisfazer as necessidades e solucionar os problemas de maneira melhor que com as práticas estabelecidas (HOWALDT & SCHWARZ, 2010).

Neste sentido, a inovação social pode ser interpretada como um processo de criação coletiva, na qual os envolvidos aprendem, inventam e esquematizam novas regras para o jogo social de colaboração e de conflito, isto é, uma nova prática social, na qual, através deste processo, os atores adquirem as habilidades cognitivas, racionais e organizacionais necessárias (CROZIER & FRIEDBERG, 1993, p. 19, apud HOWALDT & SCHWARZ, 2010). Inovações sociais então podem ser entendidas como inovações de práticas sociais estabelecidas através de uma estrutura de relacionamento social (HOWALDT & SCHWARZ, 2010).

Algumas vezes, a decisão de inovar não surge por iniciativa das comunidades, mas incentivada por organizações e empresas que trabalham com o foco no social. Tais instituições têm como propósito gerar soluções para problemas sociais, trazendo produtos, serviços, práticas e processos que tenham impacto social positivo. Hochgerner (2009, apud HOWALDT & SCHWARZ, 2010) identificou inovações sociais em empresas, na sociedade civil, no governo e meios sociais, cujo conteúdo se refere à participação, regras processuais e comportamento como um tipo especial de inovação que se diferencia das inovações de negócios tecnológicos e não tecnológicos. Para o autor, "inovações sociais são novos conceitos e medidas que são aceitas por grupos sociais impactados e as quais são aplicadas para superar os desafios sociais" (HOCHGERNER, 2009, apud HOWALDT & SCHWARZ, 2010).

Apesar da necessidade de inovar não partir, algumas vezes, das bases sociais, a aceitação das novas práticas por parte destes grupos não significa uma postura passiva, mas de identificação e de participação no processo. As soluções devem ser desenvolvidas para e com as pessoas envolvidas nos problemas e as quais serão impactadas pelas soluções. O processo de co-projeção das soluções para os problemas sociais combina os conhecimentos técnicos e tácitos dos envolvidos para trazer a melhor estratégia e a implantação de uma ideia concebida, promovendo fluxo de conhecimento, novidades, melhorias e sustentabilidade ao contexto social.

Moulaert et al. (2005) analisou a inovação social em diferentes países e em diversos campos de pesquisa, destacando a importância de três dimensões que isoladamente ou em combinação umas com as outras, e através de ações coletivas, são promovidas pela inovação social:

- Satisfação das necessidades humanas que até então não foram percebidas ou consideradas importantes pelo mercado;
- Aumento do nível de participação de todos os grupos, mas em especial com a inclusão dos grupos desfavorecidos na sociedade;
- Aumento da capacidade sócio-política e acesso aos recursos necessários para melhorar os direitos à satisfação das necessidades humanas e participação (dimensão de empoderamento).

Assim como as inovações de mercado expressam mudanças (TIDD, PAVITT e BESSANT, 2008), processos sociais de inovação ou inovações com o propósito social também se baseiam em mudanças de produtos, serviços, processos, posição e paradigmas que criam valor para a sociedade. Se inovações têm a ver com mudanças, então inovações sociais têm a ver com mudanças sociais, sendo que tais inovações são guiadas mais por modificações de comportamento (MANZINI, 2008), por mudança nos modelos mentais e mudança na forma a qual os envolvidos encaram e resolvem os problemas bem como aproveitam as capacidades existentes. As inovações sociais podem envolver a necessidade de localizar e formar empreendedores sociais e conseqüentemente implicar apoio às organizações e empresas criadas por esses empreendedores, o que exigirá a compreensão e promoção de condições que produzem soluções para os problemas sociais (PHILLS, DEIGLMEIER & MILLER, 2008).

Segundo Dahrendorf (2009, apud HOWALDT & SCHWARZ, 2010), é através das inovações sociais e sua capacidade de interferir em culturas que influenciam mudanças de comportamentos e práticas sociais na economia e no consumo, que determinarão em que tipo de mundo a nova geração de cidadãos de uma sociedade livre viverá. Segundo Howaldt & Schwarz (2010), mesmo que as inovações não ofereçam garantias de respostas para problemas como desemprego em massa ou a intensificação dos riscos ecológicos, não será possível superá-los sem inovações sociais. Para Mulgan et al. (2007), apesar da mudança do discurso e da intensificação dos problemas sociais e econômicos que demandam de forma mais patente por inovações sociais, este campo ainda é pouco desenvolvido. Os autores verificaram a evolução das inovações sociais considerando uma série de etapas tais como a geração de ideias, prototipagem e projetos piloto, aumento de escala e aprendizado, e chegaram à conclusão que,

em alguns setores, fases essenciais faltam ou são suportadas de forma inadequada (MULGAN et al, 2007).

As respostas para os problemas sociais não são encontradas no paradigma da sociedade industrial, mas na configuração de novas práticas sociais construídas de forma coletiva e colaborativa, através de processos sociais de inovação ou de inovações, que criam valor para a sociedade. As inovações sociais são fenômenos que promovem melhoria de contextos e inclusão social, sendo que tais manifestações são ainda encaradas como experimentos realizados em pequena escala e o peso da análise direcionado mais para as interações sociais que para os processos de geração, desenvolvimento e gestão de ideias, por exemplo.

Apesar da inovação tecnológica e da inovação social terem propósitos diferentes, ambas estão inseridas no conceito de inovação. Desta forma, a inovação social pode ampliar e fortalecer os aspectos ligados à geração, ao desenvolvimento e à gestão de inovações sociais sem perder sua força nas interações sociais. O Design Estratégico pode colaborar neste sentido, promovendo e orientando processos de inovação social de forma sistêmica e estratégica. Tanto a inovação social como o Design Estratégico podem se beneficiar, através da identificação de casos, na definição de padrões, na construção de visões e cenários, no processo de fomentar e propagar ideias, conceber e desenvolver contextos favoráveis para a inovação social.

Para que isso fique mais claro, a seguir são apresentados os conceitos de Design Estratégico e como ele pode lidar com transformações socioculturais, contextos complexos e projetar soluções que satisfaçam necessidades sociais de forma sustentável.

2.2. Design Estratégico

2.2.1. Entendendo a palavra design

Para se falar de Design Estratégico, é importante esclarecer primeiramente o significado da palavra design, retomando sua origem, caminho adotado por alguns autores, para melhor entender seu papel na sociedade contemporânea, principalmente no Brasil, onde há uma necessidade de se reportar à etimologia da palavra, por se tratar de um vocábulo relativamente novo e importado, sujeito a confusões e desconfianças (CARDOSO, 2008, p.20).

De acordo com Flusser (2007, p. 181), em inglês, a palavra funciona como substantivo e como verbo. Como substantivo significa propósito, plano, intenção, meta, esquema maligno, conspiração, forma, estrutura básica, significados relacionados à astúcia e à fraude. Como verbo, a palavra design significa tramar algo, simular, projetar, esquematizar, configurar, proceder de modo estratégico. A origem mais remota da palavra design remete ao latim *designare*, verbo que abrange ambos os sentidos, o de designar e o de desenhar (CARDOSO, 2008, p.20), o que apresenta uma ambiguidade em função do seu aspecto abstrato de conceber,

projetar, atribuir e da perspectiva concreta de registrar, configurar e formar (CARDOSO, 2008, p.20). A palavra design faz referência tanto ao desenho como ao projeto e ao planejamento de produtos, serviços e sistemas (KRUCKEN, 2009, p. 42), ou seja, a palavra design carrega, em si, a ação, a intenção e o processo, bem como o produto, o objetivo e o resultado, evocando assim um conjunto de significados (KRUCKEN, 2009, p.42).

Não faltam, então, definições para o vocábulo design denotando o interesse pelo tema e a importância de se delimitar e esclarecer sua dimensão, dada a fluidez da palavra design (VERGANTI, 2009). Contudo, as diferentes definições apontam para um ponto comum de entendimento, com relação ao fato de que o design opera como a junção entre o concreto e abstrato (CARDOSO, 2008, p20), como mediador de dimensões imateriais tais como imagens e ideias, e materiais, como artefatos físicos (KRUCKEN, 2009, p42); formando uma espécie de ponte entre o mundo científico, quantificável, duro, e o mundo das artes, estético, qualificador, brando (FLUSSER, 2007, p.183). O termo design traz, desta forma, o sentido estratégico e operacional em sua essência.

2.2.2. Design como cultura de projeto

O entendimento do significado da palavra design auxilia em ampliar a visão sobre o design como projeção de artefatos com foco na sua forma e aspectos estéticos, para uma perspectiva mais extensa de todo o sistema que envolve a projeção de produtos, serviços, comunicação e experiências. Esta transição acompanha as transformações de uma sociedade industrial para uma sociedade de consumo, na qual os objetos passam de funcionais a elementos portadores de significados e que caracterizam a estrutura econômica, tecnológica e sociocultural que os cercam (CELASCHI, 2006). Assim, o design trata-se de uma atividade, que gera projetos, no sentido objetivo de planos, esboços ou modelos (CARDOSO, 2008, p.20) que promovem artefatos tangíveis e intangíveis, frutos de um complexo processo coletivo e articulado de ações (CELASCHI, 2006).

Contudo, apesar da atividade carregar forte sentido operacional e de instrumentos, o design também faz parte de um processo de formulação de estratégia de uma organização e de torná-la visível (BORJA DE MOZOTA, 2011). O Design Estratégico tem o objetivo de dar forma à estratégia através de um sistema-produto que é um conjunto orgânico de produto, serviço, comunicação e experiência, com os quais a organização constrói a própria identidade, posiciona-se no mercado e define o sentido de sua missão na sociedade (ZURLO, 2010).

Para Zurlo (2010), a estratégia é tanto causa quanto efeito de um processo coletivo e interativo para modificar a realidade com uma ação concreta, com a finalidade de obter uma forma qualquer de sucesso, um resultado com sentido para alguém ou alguma organização.

Desta forma, Zurlo (2010) revela que o Design Estratégico opera em âmbitos coletivos, suporta o agir estratégico a partir de suas próprias capacidades e promove a geração de um efeito de sentido, que é a dimensão de valor para alguém, concretizando este resultado e a visibilidade da estratégia em sistemas de oferta mais do que em soluções pontuais.

Segundo Cardoso (2008, p.23), o design é fruto de três grandes processos históricos que ocorreram de modo interligado e concomitante, em escala mundial, entre os séculos XIX e XX. O primeiro destes é a industrialização: a reorganização da fabricação e distribuição de bens para abranger um leque cada vez maior e mais diversificado de produtos e consumidores. O segundo é a urbanização moderna: a ampliação e adequação das concentrações de população em grandes metrópoles, acima de um milhão de habitantes. O terceiro pode ser chamado de globalização: a integração de redes de comércio, transportes e comunicação, assim como dos sistemas financeiro e jurídico que regulam o funcionamento das mesmas. Todos os três processos passam pelo desafio de organizar um grande número de elementos díspares: pessoas, veículos, máquinas, moradias, lojas, fábricas, malhas viárias, estados, legislações, códigos e tratados – em relações harmoniosas e dinâmicas (CARDOSO, 2008, p.23).

Celaschi (2006) aponta que se tornou limitado considerar apenas o produto quando se refere ao design. O produto está inserido em um sistema no qual se deve considerar seu valor técnico ou sua função, seu valor de troca que se traduz no valor que o consumidor está disposto a pagar em troca de sua utilização ou posse, seu valor relacional no qual o consumidor se apropria do produto para dar significado à própria relação com o produto e com as outras pessoas, sem desconsiderar a relação do produto com a biosfera e sua sustentabilidade. (Celaschi, 2006)

Além disso, como revela Celaschi (2006), falar de produto tornou-se insuficiente devido à desmaterialização pela qual as mercadorias têm passado, pois deixam de ser concretas, propriedades, descartáveis, e passam a ser abstratas, informação, conhecimento. Como também pela superproliferação de mercadorias, a saturação dos mercados, a passagem da fase de primeiro abastecimento para a de reabastecimento dos bens a sujeitos que já possuem bens usufruídos para aqueles objetos de atenção, a concorrência entre bens, entre bens e serviços, serviços e experiência, tem sido processo fundamental na transferência para outros locais da centralidade dinâmica de escolha de aquisição das mercadorias contemporâneas (CELASCHI, 2006).

Aliado a isso, os produtos estão inseridos em uma economia na qual houve maior acesso à informação, geração de conhecimento e maior facilidade de produção e distribuição de produtos e serviços. Celaschi (2006) também aponta que o contexto contemporâneo é

caracterizado pela produção rápida de bens industrialmente produzidos e pela superioridade quantitativa da oferta em relação à demanda do consumidor, o que faz com que o mercado esteja gerando um número excessivo de produtos semelhantes, com a mesma tecnologia, o mesmo preço, o mesmo desempenho e as mesmas características.

Dado este cenário de alta competitividade e pouca diferenciação, a inovação é uma questão iminente e essencial para a criação de valor não só com relação ao produto, mas no que se refere a todo o sistema mais amplo, por exemplo, o material aplicado na produção, o processo de fabricação, de comunicação, a interface, o posicionamento, os significados. Como revela Celaschi (2006), modificar um produto inovando-o significa interferir com uma dimensão problemática, ou cujo peso e capacidade de transferência sistêmica é enorme e inerente, operando, neste caso, não uma, mas três dimensões problemáticas: produto, processo e sistema. Esse sistema mais amplo e combinado é definido como sistema-produto e é um aspecto importante quando se fala de Design Estratégico e sua visão holística, explicado por Zurlo (2010) como sendo a representação visível da estratégia.

É preciso falar então de um sistema mais amplo e combinado de produto, serviço, comunicação e experiências, definido como sistema-produto. Para o qual o Design Estratégico direciona os resultados e no qual a forma da mercadoria se entende por um sistema de fatores tangíveis e intangíveis que caracterizam todo o complexo de ações envolvidas na troca de mercado e atenta a toda a cadeia de valor que inclui avaliação, idealização, programação, projeção, realização, comunicação e distribuição. A contribuição que a cultura de projeto pode oferecer para a cadeia de valor (CELASCHI, 2006).

O tempo, a progressiva saturação dos mercados, a emancipação do consumidor, o aumento das taxas de consumo e a forte concorrência sobre os mercados têm transformado o problema da inovação dirigida pelo design (*design driven*) de um problema de forma do produto a um articulado conjunto sinérgico de controle dos fatores que intervêm no sistema-produto, até a aceitação que a mesma marca seja de qualquer modo construída e mantida em funcionamento (esse processo se chama de fato construção da marca), por meio de métodos e processos que envolvem a cultura de projeto (CELASCHI, 2006).

Segundo Zurlo (2010), o Design Estratégico é caracterizado por um sistema aberto com um conjunto de recursos, principalmente, fazer as coisas que são relevantes de forma perceptiva e visual. Assim, o ato de ver se torna característica do design e é descrito pelo autor através de três capacidades: a capacidade de ver, de prever e de fazer ver. Ver significa o entendimento do contexto do projeto, “é a capacidade de observar fenômenos muito além da superfície do visível, é um ato criativo”. Prever é a capacidade de construir e definir cenários futuros

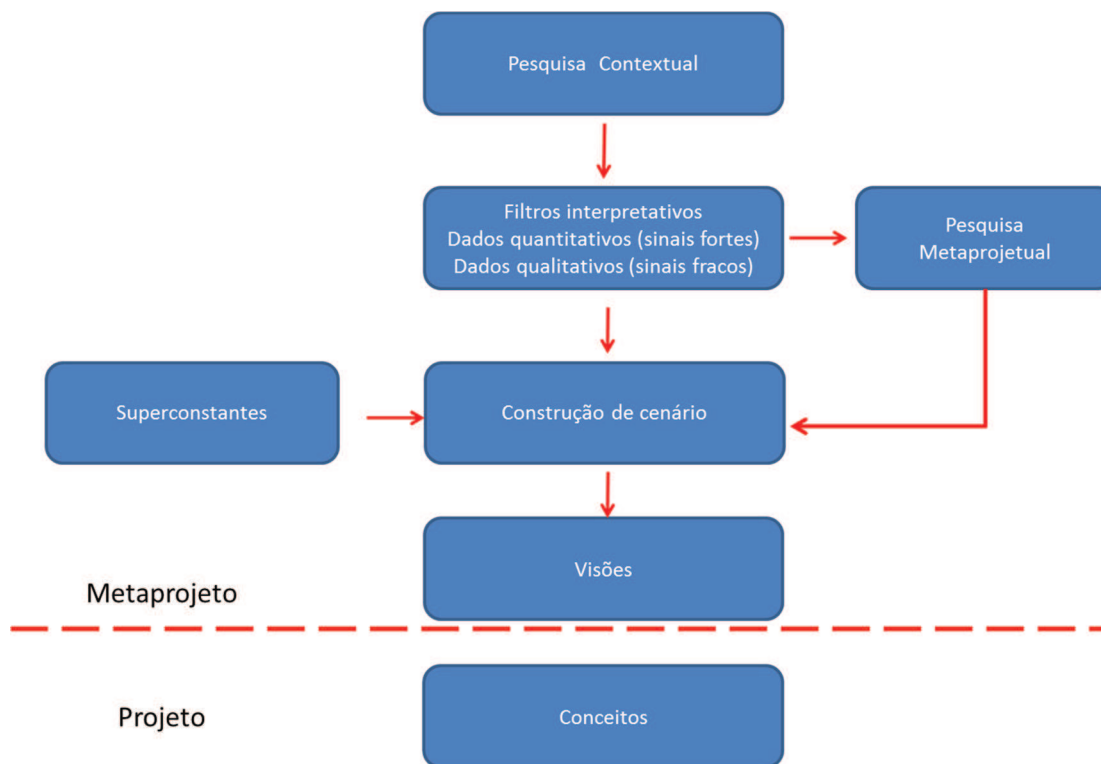
possíveis; “é fortemente correlacionado o ver que é observado alimentando a criação de futuros possíveis”. Fazer-ver é a capacidade de tornar visível o campo do possível, sendo uma ferramenta poderosa para acelerar a tomada de decisão.

A forma como se articula este sistema também se apresenta de maneira estratégica e aberta que inclui pontos de vista diferentes, organizando vários modelos de interpretação, diferentes competências e perspectivas disciplinares na busca por informação, conhecimento e aprendizagem, promovendo um diálogo entre os vários personagens envolvidos no sistema (ZURLO, 2010). Projetar e desenvolver produtos, serviços e experiências envolveria áreas como engenharia, pesquisa, gestão de processos, marketing e outras que trouxessem seus diferentes olhares em um processo coletivo e participativo na busca por soluções de sucesso. Esta maneira de operar do Design Estratégico se alinha com o princípio da inovação aberta, no qual há um fluxo de conhecimento em que os recursos transitam no limite entre empresa e mercado (CHESBROUGH, 2003).

Todo projeto parte de um problema, e os problemas da prática do mundo real não se apresentam aos profissionais com estruturas bem delineadas. Na verdade, eles tendem a não se apresentar como problemas, mas na forma de estruturas caóticas e indeterminadas (SCHÖN, 2000, p.16). Desta maneira, para que o resultado ou a solução do problema sejam positivos, se faz necessário a definição correta do problema ou a redefinição do problema. Entender o problema exige esforço, cuja solução ou decisão requer considerável reflexão e habilidade, muitas vezes admitindo uma infinidade de soluções que representa o caráter aberto do processo de projeto. O design traz então um pensamento e um processo de projeção estratégico para situações complexas, uma série de ações sistemáticas visando resultados competitivos e inovadores.

De acordo com Celaschi (2006), a atividade de projeção de inovação é dividida em dois processos distintos: aquele que tradicionalmente se chama de projeto e refere-se aos processos mais próximos dos tradicionais de desenvolvimento de produtos, e um processo anterior ao projeto que é denominado metaprojeto, visto como a possibilidade de se planejar o projeto (Figura 4, p .46). Moraes (2010) esclarece que o metaprojeto vai além do projeto, pois transcende o ato projetual. Trata-se de uma ponderação crítica e reflexiva preliminar sobre o próprio projeto, a partir de um cenário em que se destacam os fatores produtivos, tecnológicos, mercadológicos, materiais, ambientais, socioculturais e estético-formais. Tendo como base análises e reflexões realizadas antes da fase de projeto, por prévios e estratégicos recolhimentos de dados do contexto.

Figura 4: Esquema linear de desenvolvimento do processo metaprojetual



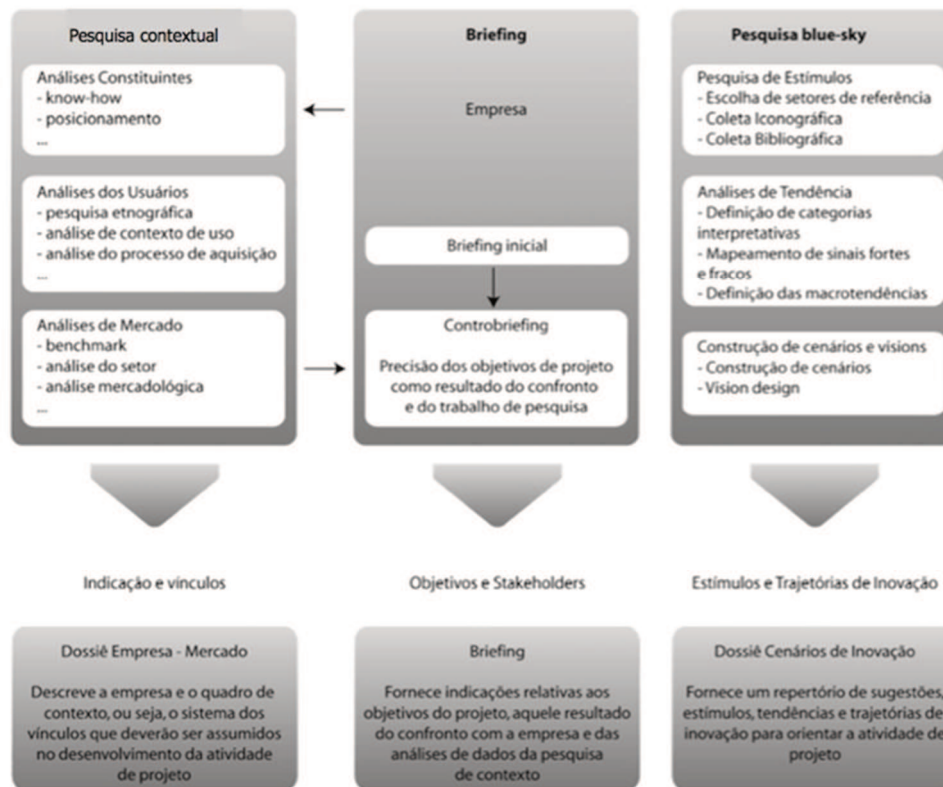
Fonte: Adaptado de Deserti (2006).

Desta forma, o projeto é o modo pelo qual se organizam fatores que concorrem para obter um resultado, um conjunto de atividades ligadas entre si, sistematizadas em cinco fases (CELASCHI, 2006):

1. observação da realidade;
2. construção de modelos que sintetizam de modo simplificado a realidade;
3. manipulação dos modelos para obter a simulação do resultado pesquisado;
4. avaliação dos prós e dos contras do processo simulado;
5. transformação do processo simulado em realidade.

Segundo Moraes (2010), o metaprojeto serve como suporte de reflexão na elaboração dos conteúdos da pesquisa projetual, inserindo-se em um espaço altamente dinâmico e em constante mutação, que caracteriza tanto a complexidade do ato de projetar como a complexidade da sociedade contemporânea. Na etapa metaprojetual podem surgir novos pontos de vista sobre o problema apresentado na etapa de estruturação de briefing, provocando, em alguns casos, uma redefinição do problema e a geração de um contrabriefing.

Figura 5: Esquema sistêmico de desenvolvimento do processo metaprojetual



Fonte: Deserti (2006).

O caráter abrangente do metaprojeto mencionado por Moraes (2010) explora toda a potencialidade do design, mas não produz *outputs* como modelo projetual único e soluções técnicas pré-estabelecidas. Neste sentido, o metaprojeto pode ser considerado o "projeto do projeto" ou, melhor dizendo, "o design do design".

Anterior a uma proposta de solução do problema (*problem solving*), existem etapas importantes no processo de projeto, como proposto por Celaschi (2006), que destaca a necessidade de se pesquisar e isolar os problemas (*problem finding*), estruturar o conhecimento sobre o problema (*problem setting*), e só a partir destas etapas concretizar a solução do problema para, em seguida, propor a solução ao mercado (*spreading*). Segundo Celaschi (2006), o projeto é o modo através do qual se organizam os fatores que concorrem para obter um resultado prefigurando o processo e estimulando os efeitos que podem se produzir para melhor afrontar e prever dificuldades e problemas. É nesta fase que há a avaliação dos prós e dos contras do processo simulado; acionar investimentos de pré-produção ou continuar as pesquisas (CELASCHI, 2006). O autor ainda recorre a Gregory (1970), o qual menciona que o fim de todos os projetos é a satisfação das necessidades humanas e, se um projeto não sucede ao satisfazê-las, é uma falha como projeto (GREGORY, 1970, apud CELASCHI 2010).

Uma característica importante para Zurlo (2010), e que permeia a condução de projetos,

é a capacidade do design de habilitar com as próprias aptidões, um processo dialógico entre vários intervenientes, articulando as contribuições e as visões de profissionais com diferentes competências e pertencentes a diversas disciplinas, percebendo os sinais de inovação para formular soluções que alcancem resultados em valor.

A partir do entendimento do contexto e da correta codificação da complexa realidade contemporânea, seria possível a promoção da maior conexão entre as soluções resultantes e a pessoa a qual se destina (DORST, 2003), mas também seria necessária a mediação entre produção, consumo e descarte de forma responsável, evitando que os objetos se transformem em estorvos, obstáculos (FLUSSER, 2007). Celaschi (2006) reforça que o design do qual se fala nesta seção não pertence à esfera da arte, pois segue processos de produção autoperformativos e o bem objeto é apenas parte do problema.

Uma definição de design que resume alguns aspectos abordados nesta seção é a utilizada pelo *International Council Societies of Industrial Design* (ICSID) e apontada por Borja de Mozota:

O design é uma atividade criativa cujo objetivo é estabelecer qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas em ciclo de vida completos”. Portanto, o design é o fator central da humanização inovadora das tecnologias e o fator crucial do intercâmbio cultural e econômico. O design procura descobrir e avaliar as relações estruturais, organizacionais, funcionais, expressivas e econômicas, com a tarefa de: promover a sustentabilidade global e a proteção ambiental; oferecer benefícios e a liberdade a toda comunidade humana (ética social); apoiar a diversidade cultural, a despeito da globalização do mundo; fornecer produtos, serviços e sistemas em formas que sejam expressivas (semiótica) e coerentes (estética) com sua complexidade própria. (BORJA de MOZOTA, 2011, p.16)

2.3. Design Estratégico para Inovação Social

Por algum tempo, o termo inovação foi associado a artefatos e à tecnologia, porém, ao longo das últimas décadas percebe-se uma ampliação do conceito. Com a mudança de alguns paradigmas, com a introdução de várias novas tecnologias, associado a uma série de problemas sociais e ambientais urgentes da vida cotidiana (MANZINI, 2008), novas possibilidades de inovações na área social vêm se manifestando e ocupando espaço dentro deste tema mais amplo que é a inovação.

Mulgan et al. (2007) revelam que existem vários casos de inovações sociais ao longo dos últimos dois séculos, contudo, devido à deficiência na transmissão do conhecimento e à falta de sistematização, o tema não gera o interesse de algumas instituições que poderiam contribuir com este processo e impulsionar as inovações sociais que resolveriam alguns problemas sociais, cada vez mais intensos do que deveriam. Desta forma, pouco se sabe sobre inovação social, se comparado à quantidade de pesquisas realizadas nas áreas de inovações científicas ou de negócios. Há poucos conjuntos de dados, análises de longo prazo e registros

sistemáticos de campo, justamente aspectos tangíveis que atraem empreendedores, investidores, articuladores de ideias, instituições de pesquisa ou agências financiadoras (MULGAN, et al., 2007). Certas estimativas econômicas apontam que 50 a 80% do crescimento econômico vem de inovações e novos conhecimentos e, apesar de não haver métricas confiáveis, acredita-se que a inovação pode contribuir da mesma forma na área social e no seu desenvolvimento (MULGAN, et al., 2007).

Manzini (2008) revela que os designers mantiveram seu foco principalmente na inovação técnica e criaram pontes entre a sociedade e a tecnologia, desenvolvendo artefatos com algum significado social, agora as pontes criadas pelos designers devem levar a sociedade a inovações sociais e à sustentabilidade, identificar casos promissores e, através da sensibilidade, capacidades e habilidades do design, promover um conjunto de soluções capaz de desenvolvê-las e aperfeiçoá-las. Thackara (2008) é categórico em dizer que estamos retornando à valorização e o respeito pelo que as pessoas são capazes de fazer e a tecnologia não, a tecnologia passa a ser um meio para se alcançar uma inovação e não o fim. Vivemos em uma sociedade na qual as capacidades do design são por necessidades difusas, na qual então todos projetam (GIDDENS, 1990, 2000, apud MANZINI, 2008) e formam redes projetuais nas quais os designers devem estar presentes, mas repensando o seu papel e seu modo de operar (MANZINI, 2008).

De um lado, está a inovação que amplia seu conceito antes associado fortemente à tecnologia e que agora engloba o conceito inovação social o qual, entretanto, ainda precisa se desenvolver no que diz respeito a sistematização e processos. Do outro, o design em sua transição de forma e função para sistemas mais amplos e estendendo seu objetivo de inovações em empresas para inovações sociais. Ambos os fenômenos, com seus processos coletivos e participativos, se encontram e têm contribuições importantes, o Design Estratégico trazendo a visão sistêmica e projetual para as inovações sociais, e as inovações sociais contribuindo na participação do Design Estratégico na área social.

O interesse mútuo faz com que surjam manifestações e estudos sobre o tema como os conduzidos por Manzini a respeito de design para a inovação social e sustentabilidade, os quais contribuem no entendimento de como as inovações sociais acontecem. Manzini busca através de seus estudos identificar casos de inovação social e fomentar a projeção de soluções para ajudá-los a nascer ou a reproduzi-los em diferentes contextos (MANZINI, 2008) e como as organizações dispostas em redes podem compartilhar ideias e experiências contribuindo para este processo.

Estes assuntos se adequam como base teórica para este trabalho e para tal é necessário explorar os conceitos de comunidades criativas, sistemas habilitantes, redes e sua importância para as inovações sociais e como o design pode operar neste caminho.

2.3.1. Comunidades criativas

“Para mudar a forma como fazemos as coisas, precisamos mudar a forma como as percebemos.”(Thackara, 2008, p.18)

Na seção 2.1.2, mencionou-se que as inovações sociais ocorrem através de mudanças ou reconfiguração de práticas sociais, Manzini (2008) aponta que inovações sociais referem-se a mudanças no como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades. Manzini (2008) denomina o grupo de pessoas envolvido nessas práticas "comunidades criativas", que recombina o que já existe, sem esperar mudanças gerais de sistemas, sejam eles econômicos, políticos ou de infraestrutura, pois considera que a capacidade de reorganizar elementos já existentes em novas e significativas combinações é uma das possíveis definições de criatividade. Assim, comunidades criativas são pessoas que, de forma colaborativa, inventam, aprimoram e gerenciam soluções inovadoras para novos modos de vida. (MERONI, 2007, apud MANZINI, 2008).

Manzini (2008) considera que, por se tratar de um grupo de práticas e mudanças radicais em escala local, que diferem do modo de pensar e comportamentos dominantes, por ser minoria, tende a desaparecer, mas que serve como experimento social de futuros possíveis e como protótipos para orientar processos na direção de modos de vida mais sustentáveis. O autor aponta também que as comunidades criativas se manifestam principalmente em contextos de rápida mudança, nos quais a economia do conhecimento é mais desenvolvida. Caracterizado pelo conhecimento difuso com um alto nível de conectividade e certo grau de tolerância, o qual se trata da aceitação do que não se encaixa em normas, regras, padrões estabelecidos, mas também são encontrados em economias emergentes, contextos que estão mudando rapidamente (MANZINI, 2008).

Mesmo que o significado e as motivações sejam diferentes entre mercados de economia mais madura ou emergente, Manzini (in MERONI, 2007) aponta que as comunidades criativas possuem algumas características comportamentais comuns: uma visão pragmática da realidade, uma atitude positiva e alegre, um espírito intrinsecamente empreendedor e coragem. Além disso, as ideias sobre as quais as comunidades criativas se baseiam são colaboração e promoção do valor social (CCSL, 2007).

De acordo com Meroni (2007), as comunidades criativas harmonizam interesses individuais com os interesses sociais e ambientais, por isso são tão importantes em processos rumo à sustentabilidade, e parte deste processo se dá pelo fato de estarem muito ligados a um

território, fazendo bom uso dos recursos locais e promovendo novas formas de intercâmbio social. Apesar deste forte traço de local, as comunidades criativas estão ligadas a redes de iniciativas semelhantes em diferentes lugares, o que lhes permite trocar experiências e compartilhar problemas. Esta é uma das três formas de interação que Manzini (2008) menciona e que denomina de “*peer-to-peer*”, sendo as outras “*bottom-up*”, com a participação ativa das pessoas interessadas (de baixo para cima), e “*top-down*”, caracterizada pela intervenção de instituições externas (de cima para baixo).

Apesar do comprometimento de tempo e dedicação exigidos para as pessoas envolvidas, a rede de estratégias relacionais tem a dupla vantagem de ser capaz de produzir de forma positiva, experiências significativas para a comunidade e para o indivíduo (MERONI, 2007). Através das comunidades criativas pode-se perceber que o valor da co-criação reside não apenas em uma vantagem econômica, mas principalmente no fato de que contribuir para a obtenção de um resultado leva ao envolvimento emocional, uma profunda e longa duração de compartilhamento de objetivos e significados (MERONI, 2007).

Assim como as inovações, as inovações sociais têm a ver com mudanças e conhecimento, e, desta forma, as comunidades criativas podem ajudar a gerar contextos dinâmicos e tolerantes que são requeridos para iniciar e manter uma economia do conhecimento robusta (FLORIDA, 2002, 2005, apud MANZINI 2008). As inovações sociais também contribuem para a expansão do conceito de uma economia de mercado no qual o produto é o conhecimento para um conceito mais amplo e mais profundo de uma economia que é parte de um sistema em que o conhecimento e a criatividade devem ser encontrados de maneira horizontal por toda a sociedade, que venha contribuir para uma sociedade sustentável (MANZINI, 2008).

2.3.2. Redes

De acordo com Meroni (2007), as comunidades criativas revelam que o valor da co-criação reside não apenas na vantagem econômica que se permite alcançar, mas principalmente na contribuição que o compartilhamento de objetivos e meios traz, fortalecendo o envolvimento emocional. A autora completa que as estatísticas demonstram que pessoas participantes de uma rede social ativa são mais saudáveis do aquelas isoladas (MERONI, 2007).

Se a estruturação de organizações em rede se apresenta como uma vantagem para o desenvolvimento de projetos inovadores (DHANARAJ & PARKHE, 2006), o fato das comunidades criativas fazerem parte de uma rede com fortes conexões sociais e emocionais seria uma forma de promover inovações sociais, já que com a socialização, seja através de vínculos formais e informais entre os membros da rede (BROWN & DUGUID, 2000, 2001;

NONAKA & TAKEUCHI, 1995, apud DHANARAJ & PARKHE, 2006), haveria uma melhor mobilidade de conhecimento e conseqüentemente a criação de valor (DHANARAJ & PARKHE, 2006) e fortalecimento do tecido social, podendo se traduzir em novas formas de comunidade e de serviços colaborativos (MANZINI, 2008).

A participação em redes de inovação pode ajudar as organizações a terem novas ideias e fazerem combinações criativas, mesmo em negócios mais maduros. Estudos sobre criatividade reconhecem que o processo de fazer associações e, algumas vezes, a conjunção inesperada de diferentes perspectivas pode levar a resultados surpreendentes (TIDD, PAVITT & BESSANT, 2008, p.73). As ideias de um grupo podem resolver os problemas do outro, contanto que haja conexões entre os problemas e soluções existentes. Quando ideias existentes são combinadas, aparecem ideias novas e criativas para satisfazer as necessidades dos indivíduos. Estas novas combinações são novos conceitos construídos de ideias existentes, mas anteriormente desconectadas (HARGADON AND SUTTON, 1997:716, apud DHANARAJ & PARKHE, 2006).

Para muitas organizações, o desafio consiste em progredir para o gerenciamento de projetos – seja na execução de um específico, seja para o gerenciamento de design e fabricação de produtos complexos, e o arranjo de projetos deste tipo se dá através de um sistema que une muitos elementos de forma integrada, por longos períodos, e que envolvem altos níveis de riscos tecnológicos, como mencionado por Tidd, Pavitt e Bessant (2008, p.93). Este sistema pode se estruturar de forma mais rígida, contudo também pode se configurar de maneira mais flexível e temporária na conclusão de tarefas específicas de um projeto (SYDOW et al., 2004, apud BETTIOL & SEDITA, 2011), utilizando recursos *ad hoc* em um curto período de tempo. Denominado Organizações Baseadas em Projetos, este sistema reúne pessoas com diferentes qualificações e selecionadas de acordo com suas habilidades, muito utilizados em contextos relacionados a alta tecnologia e incertezas de demanda, como também em indústrias criativas, setores nos quais a criatividade é uma dimensão essencial em negócios tais como cinema, teatro, música, artes plásticas, entre outros.

Se, por um lado existem as Organizações Orientadas por Projetos focadas em aplicar o conhecimento na busca por resultados, por outro há a procura e o compartilhamento de conhecimento através das chamadas Comunidades de Práticas, cuja formação está baseada em interesses comuns e vínculos sociais informais de indivíduos com competências heterogêneas (BETTIOL & SEDITA, 2011).

As Comunidades de Prática são apontadas como extremamente importantes para aprendizados e inovação. Para Spender (1996, apud BJÖRK & MAGNUSSON, 2009), ideias

são criadas por indivíduos, mas o conhecimento dos indivíduos é o resultado da participação de um contexto social no qual interagem com outros indivíduos, principalmente no que diz respeito às redes de conhecimento informal ou comunidades de prática. A capacidade de identificar, assimilar e explorar o conhecimento do ambiente ou da rede (COHEN & LEVINTHAL, 1989:569, apud DHANARAJ & PARKHE, 2006) reflete essencialmente uma capacidade de aprendizagem.

A dimensão social está presente tanto nas Organizações Baseadas por Projetos como nas Comunidades de Prática, e nas duas redes a socialização é elemento importante para a transformação de informação em conhecimento. Os autores e pesquisadores Hirunyawipada, Beyerlein e Blankson (2010), que estudaram a integração de diversas disciplinas no desenvolvimento de novos produtos, apontam que, através da socialização, a informação derivada de diferentes papéis, disciplinas e experiências pode ser transformada em conhecimento, mas que estabelecer este conhecimento de forma eficaz depende da interação e comunicação existente, do grau de coordenação e liderança, como também alinhamento de objetivos, propiciando que o conhecimento tácito se torne um conhecimento coletivo.

2.3.3. Sistema habilitante

Para Manzini (2008), apesar das comunidades criativas não poderem ser planejadas por completo, pois os contextos nos quais essas comunidades existem são sistemas sociotécnicos altamente complexos com suas auto-regulamentações, com suas relações específicas, com sua interdependência, com necessidades especiais de aprendizagem, entre outros, algo poderia ser feito para promover seu nascimento e auxiliar sua existência através do pensamento e do desenvolvimento de alguns elementos (MANZINI, 2008). Segundo o autor, seria possível identificar e cultivar elementos materiais e imateriais que pudessem trabalhar de forma combinada em um determinado contexto de modo a torná-lo um terreno produtivo para iniciativas criativas e de baixo para cima (MANZINI, 2008, p.77). Ou seja, seria possível melhorar a capacidade desse contexto em apoiar as comunidades criativas, promover casos promissores e possibilitar a um amplo número de cidadãos potencialmente inovadores mover-se nessa direção (LAUNDRY, 2000, 2006; LEADBEATER, 2006, apud MANZINI, 2008, p. 77).

Thackara (2008) menciona que em um mundo com menos coisas e mais pessoas ainda precisaríamos de sistemas, plataformas e serviços que permitissem que as pessoas interagissem de maneira mais eficaz e prazerosa, e que o desafio do designer seria desenvolver plataformas e ferramentas capacitadoras e ao mesmo tempo funcionais e adequadas a seu contexto específico (THACKARA, 2008). Leadbeater (2004) cita que se pode construir um modelo de

prestação de serviços públicos que supera as limitações de paternalismo e consumismo e que, neste modelo, ao invés do Estado fornecer um serviço, ele cria uma plataforma ou um ambiente em que as pessoas se engajam e tomam decisões de forma colaborativa sobre suas vidas de uma maneira diferente, sendo eventualmente coprodutores e codesigners deste serviço.

A proposta então é habilitar o contexto ou as pessoas, estimulando, desenvolvendo e regenerando a habilidade e a competência dos envolvidos no processo de maneira a colaborar com a obtenção do resultado esperado pelos envolvidos e estimulando-os de forma a participar e empregar suas próprias capacidades neste processo (MANZINI, 2008). Para Manzini (2008, p.83) parece ser efetivamente possível ajudar as comunidades criativas a nascer, bem como facilitar sua existência, e que, para isso, intervenções de suporte ou soluções habilitantes poderiam ser concebidas em diferentes escalas e envolvendo diversos grupos de atores.

A ajuda à qual Manzini se refere não se trata de uma ação pontual, mas de um sistema habilitante composto de uma estrutura habilitante propiciadora de um contexto favorável e por intervenções planejadas como plataformas e soluções habilitantes¹⁸. O EMUDE (*Emerging user demands for sustainable solution* - 2006), estudo que traz a compreensão de como as comunidades criativas funcionam e o que elas exigem para trabalharem melhor e tornarem-se mais facilmente replicáveis, se refere a ferramentas operativas que são cenários e plataformas habilitantes (EMUDE 2006).

O cenário oferece uma visão geral de como a vida cotidiana de uma sociedade, em termos sociais, políticos e econômicos deveria ser, no qual essas comunidades são difundidas e no qual as atividades propostas são suportadas por soluções habilitantes apropriadas, de forma a dar uma visão estratégica e levantar ideias de quê e como pode ser feito para contribuir com as comunidades criativas (EMUDE, 2006). As plataformas habilitantes são definidas pelo EMUDE (2006) como um sistema de tecnologias, infraestrutura, estrutura legal, modos de governança e políticas e o que for necessário para criar um ambiente favorável para facilitar a evolução das comunidades criativas na direção da sustentabilidade social e ambiental (EMUDE, 2006). Assim, uma solução habilitante seria um sistema de elementos tangíveis e intangíveis, tais como produtos, serviços, comunicação e procedimentos que em um contexto específico procura criar um ambiente favorável e apoiar uma comunidade criativa de forma a obter um determinado resultado, tornando-a mais acessível, eficaz e replicável (EMUDE, 2006; MANZINI, 2008). Manzini (2008) revela que algumas iniciativas de comunidades criativas são incentivadas através de observação de experiências similares ou podem ter recebido algum

¹⁸ Curso "Design, Inovação Social e Desenvolvimento Sustentável", com o professor Ezio Manzini, Aula 5 (31 de agosto) - Enabling systems. Bottom-up, top-down and peer-to-peer interactions.

instrumento habilitante tal como um livro que orientou, passo a passo, no procedimento a ser seguido na fase inicial e no gerenciamento da iniciativa.

Para Manzini (2008) é possível conceber e desenvolver uma série de iniciativas capazes de suportar uma variedade de serviços de colaboração. Alguns exemplos são: agências de cidadãos, agindo como catalisadores para novas iniciativas de formação, mas também como facilitadores para as já existentes crescerem; espaços flexíveis que podem ser usados pelas comunidades para funções privadas e públicas; produtos multiusuários especificamente concebidos para uso compartilhado, capazes de serem sincronizados, personalizados, monitorados e rastreados; equipamento semiprofissional para ser usado em um ambiente de não profissionais, muitas vezes até mesmo em espaços privados, para fornecer um serviço a um grupo maior de pessoas; espaços experimentais que atuam como incubadoras de novas empresas sociais.

Manzini (2008) revela que conceber e desenvolver soluções habilitantes não se trata de tarefa simples, dadas as relações sociais envolvidas e suas delicadezas, mas também pode promover o uso de inteligências específicas e oferecer aos envolvidos meios de empregarem suas próprias capacidades e se sentirem participantes no processo. Então, alguns dos objetivos do design para a inovação social são: fomentar o protagonismo e promover o empoderamento dos envolvidos; estimular a formação de redes; e construir soluções sistêmicas que colaborem com esse processo.

Figura 6: Quadro resumo sistema habilitante



Fonte: Desenvolvido pela autora.

3 MÉTODO

Com base no problema apresentado neste trabalho, a estratégia de pesquisa adotada foi fundamentada no pensamento sistêmico, mantendo uma visão holística e interdisciplinar sobre o problema e que colaborou na busca por soluções. De acordo com Martins e Theóphilo (2009, p.42), a abordagem sistêmica reconhece na problemática de pesquisa a predominância do todo sobre as partes, privilegiando o estudo do objeto de pesquisa de forma globalizada, enfatizando os aspectos estruturais e as relações entre os seus elementos constitutivos.

Anterior à realização do campo, foram utilizadas as informações do IDH – Índice de desenvolvimento humano – para a seleção da unidade de análise. As informações do IDH se caracterizam como dados secundários e encontram-se disponíveis nas bases de dados do PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento–, e de tal forma não foram gerados pela presente pesquisa, que tem caráter qualitativo. Outros dados secundários também foram utilizados, os quais não se configuram como informações conclusivas, mas como informações úteis para prever possíveis dificuldades, trazer elementos contextuais e orientar na realização desta pesquisa.

A pesquisa de campo se caracterizou como um trabalho de inspiração etnográfica, tendo uma abordagem qualitativa de caráter exploratório e interpretativo, no sentido de proporcionar melhor entendimento sobre o problema pesquisado. Para Lazarsfeld (apud MARTINS & THEÓPHILO, 2009, P.140), a pesquisa qualitativa se presta para descobrir e entender a complexidade e a interação de elementos relacionados ao objeto de estudo, tendo por objetivo traduzir e expressar o sentido do fenômeno que se mostra e se revela por si mesmo, no mundo social. Houve uma imersão no contexto e no convívio frequente com o grupo pesquisado, para melhor entendimento do contexto social e cultural de sua realidade, com a realização de observações participativas e não participativas, entrevistas individuais e em grupo. Para Giddens (2012), quando enxergamos como as coisas parecem quando vistas de dentro de um determinado grupo, é mais provável que se desenvolva uma compreensão maior não só daquele grupo, mas de processos sociais que transcendem a situação do estudo.

Através de observações e entrevistas, buscaram-se informações sobre o contexto e o grupo, suas composições e dinâmicas, suas características e relações, sua constituição e seu potencial para inovação, suas características como comunidades criativas. O contexto, o grupo estudado e os atores envolvidos neste trabalho formam um sistema complexo e aberto no qual se estabelecem interações, relações de troca e fluxo de informações entre todos os envolvidos. A forma como se articula este sistema, e dada sua complexidade, se adequa à abordagem do Design Estratégico, caracterizado por um sistema aberto e complexo, que se confronta com

fenômenos complexos (ZURLO, 2010). O modelo do design se apresenta de maneira estratégica e aberta, que inclui pontos de vista diferentes, organizando vários modelos de interpretação, diferentes competências e perspectivas disciplinares na busca por informação, conhecimento e aprendizagem, promovendo um diálogo entre os vários personagens envolvidos no sistema (ZURLO, 2010). A maneira como o Design Estratégico observa os fenômenos complexos, lida e traz soluções, se mostra pertinente com o pensamento sistêmico e com a forma de lidar com o problema estudado neste trabalho. Assim, as fases do projeto tentaram seguir o modelo proposto por Deserti (2006), realizando a pesquisa contextual, utilizando modelos interpretativos e ferramentas do design em uma sessão de trabalho com o grupo, como parte da etapa metaprojetual, não se comprometendo com a etapa projetual.

Tendo como base o trabalho qualitativo de caráter exploratório e interpretativo, houve a organização e a análise das informações levantadas, de forma a isolar e priorizar questões relevantes, atividades estas atribuídas a categoria da pesquisa pré-projetual, ou análise do problema (CELASCHI,2006). Como complemento, foi realizado um *workshop* para trazer elementos que servissem como base para a projeção de soluções aos problemas apresentados.

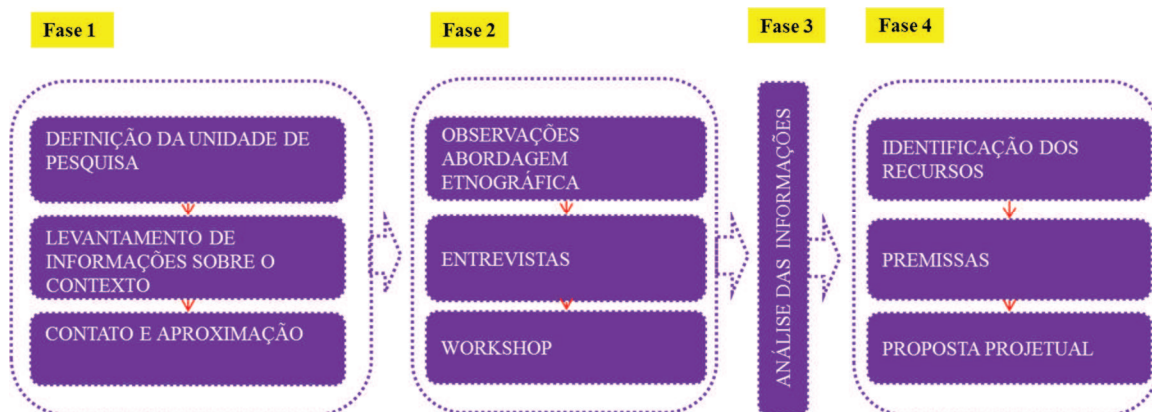
A partir da estruturação do conhecimento, da contribuição e sugestões de uma sessão de trabalho com o grupo de artesanato da Restinga, optou-se por um caminho que se mostrou adequado frente à realidade levantada por esta pesquisa, e que orientou a atividade projetual como uma proposta estratégica para a solução do problema. Para isso, houve a avaliação dos recursos disponíveis e necessários, foram traçadas algumas premissas e estabeleceu-se uma base para a construção de um projeto.

A seguir encontra-se o detalhamento das fases de pesquisa.

3.1 **Detalhamento da pesquisa**

Com o intuito de alcançar o objetivo proposto para a pesquisa e contribuir para o conhecimento científico, esta seção descreve o procedimento adotado e suas etapas para uma investigação metódica e sistemática de forma a garantir sua validade e confiabilidade (Figura 7, p. 59).

Figura 7: Método de trabalho



Fonte: Desenvolvido pela autora.

3.1.1. Fase 1 – Planejamento

Tomando como referência a ilustração 1, na fase 1 houve inicialmente a seleção da localidade para acessar a comunidade de baixa renda de Porto Alegre, e para tal utilizou-se as informações do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - IDHM de 2000, para a cidade de Porto Alegre e seus bairros, por se tratar de um índice que abrange diferentes dimensões e poderia caracterizar de forma mais ampla a complexidade de uma comunidade de baixa renda. Nesta etapa mesclaram-se os dados que pudessem caracterizar a comunidade de baixa renda, como também o julgamento da pesquisadora, que além do baixo IDHM considerou ainda a localização geográfica, o tamanho populacional, a característica emblemática da comunidade de baixa renda. Desta forma explica-se a opção pelo bairro Restinga, que, além de um baixo IDHM, está localizado de maneira mais central em relação aos demais bairros com baixo IDHM, pelo seu número de habitantes que poderia caracterizá-lo como um dos 20 municípios mais populosos do estado do Rio Grande do Sul e pela sua característica icônica de comunidade de baixa renda. Mesmo não conhecendo o local ou frequentando-o, quando se perguntava a moradores de Porto Alegre por uma comunidade de baixa renda na cidade, a maioria das pessoas, questionadas informalmente, mencionava a Restinga.

Ainda na fase 1, porém com a localidade já definida, optou-se por fazer um levantamento de informações do contexto, disponíveis em diversas fontes. Para garantir sua confiabilidade foi considerada a busca nos bancos de dissertações e teses defendidas. Foram selecionados estudos acadêmicos que continham a palavra Restinga no campo palavra-chave ou no resumo, com o objetivo de levantar informações e conhecimentos já obtidos com relação à história, características e cultura do bairro. Isto daria distintas perspectivas de diferentes áreas de conhecimento revelando visão mais ampla do grupo pesquisado. Como se tratava de um estudo de inspiração etnográfica que exigiria o trânsito no local, também houve uma análise do

mapa da localidade através da ferramenta Google Maps¹⁹. Esta etapa de pesquisa de dados secundários tinha como objetivo alertar sobre possíveis dificuldades, captar o olhar de diferentes pesquisadores, seus aprendizados e recomendações, sistematizar o conhecimento pré-existente, facilitar o diálogo com a comunidade e colaborar na etapa metaprojetual.

A etapa de contato e aproximação exigiu o levantamento de instituições e associações de bairro, organizações não governamentais, pessoas que trabalhavam no local ou que tivessem algum contato que propiciasse a entrada no bairro e acesso a um grupo de baixa renda. A ajuda da rede de colaboradores informais da pesquisadora foi fundamental e facilitada pelo uso de ferramentas de redes sociais. O primeiro contato estabelecido foi com o Centro Infante Juvenil Monteiro Lobado, por indicação de um colaborador. A partir deste primeiro contato com a instituição de assistência, houve a indicação da Rede de Assistência da Restinga, que concentra uma série de intuições e, em seguida, a ONG Guayí, que promovia o trabalho de economia solidária junto a um grupo de empreendedores de baixa renda. Isto demandou tempo significativo, mas promoveu uma integração com a dinâmica do bairro e familiaridade com os componentes dos grupos e maior confiança. Esta etapa de contato havia sido planejada considerando 15 dias, mas na prática levou quase dois meses. Apenas com o Monteiro Lobato foram duas visitas que levaram duas semanas. Cada novo contato levava de uma a duas semanas para ser realizado.

Em estudos com abordagem etnográfica, conforme aponta Gil (2010), é importante selecionar informantes-chave, pessoas que possuem extraordinário conhecimento da cultura e da dinâmica do grupo, organização ou comunidade a qual se estuda, e que enriquecem o trabalho de pesquisa. Este trabalho contou com informantes-chave significativos: uma pedagoga que foi criada na Restinga e que mantém vínculo com o bairro através de sua profissão e suas relações familiares; um conselheiro tutelar que faz parte das famílias removidas para a Restinga na sua constituição e é também um dos coordenadores da Rede de Assistência à Criança e ao Adolescente da Restinga; uma artesã moradora relativamente recente da Restinga que possui visão bastante crítica e fundamentada sobre o contexto.

3.1.2. Fase 2 – Pesquisa contextual

Na fase 2, já com os contatos estabelecidos, o trabalho compreendeu diferentes técnicas de observação: não participativas e com abordagem etnográfica. Houve uma observação mais

¹⁹ Disponível em: <http://maps.google.com.br/>.

profunda do contexto, dos moradores, dos atores envolvidos com a comunidade de baixa renda e das dinâmicas cotidianas, de forma a levantar informações, fatos e evidências que descrevessem o cenário, auxiliassem na compreensão de dados essenciais e gerassem interpretações dissociadas de pressupostos e paradigmas estabelecidos.

A realização das observações para obter maior familiaridade com o problema não se tratou de mera observação cotidiana, mas observações orientadas pelo objetivo da pesquisa. Conforme apontado por Martins e Theóphilo (2009, p. 86), as técnicas de observação são procedimentos empíricos de natureza sensorial que permitem, ao mesmo tempo em que se coletam os dados, envolver a percepção sensorial do observador, mas exigindo imparcialidade para não contaminar com opiniões e interpretações próprias. Para isso, se fez necessária a construção de um protocolo de observação, de modo que houvesse controle e sistematização do que seria observado (Apêndice 2), como o critério de seleção da localidade de baixa renda foi o Índice de Desenvolvimento Humano, que considera as áreas de saúde, educação e geração de renda na sua composição, houve a observação do contexto com relação a essas áreas e outras que também se traduzissem em desenvolvimento e bem-estar.

Com a necessidade de compreender mais profundamente a comunidade de baixa renda, buscou-se uma abordagem que os entendesse em seu contexto natural, que revelasse sua realidade e suas características de forma a auxiliar na construção do conhecimento necessário para o projeto de pesquisa. Assim, optou-se por observações com abordagem etnográfica que promovem uma visão holística com objetivo de obter a descrição mais ampla do grupo pesquisado.

Segundo Gil (2010), a etnografia tem origem na antropologia, sendo utilizada originalmente para descrever os elementos de uma cultura específica, tais como comportamento, crenças e valores, tendo como propósito o estudo das pessoas em seu próprio ambiente mediante a utilização de procedimentos como entrevistas em profundidade e observações participativas. Atualmente, a etnografia é utilizada também no estudo de organizações e sociedades complexas. Como disciplina holística volta-se para o estudo das múltiplas manifestações de uma comunidade e requer considerações de ordem histórica, política, econômica, religiosa e ambiental, ao longo do tempo e espaço. A etnografia constitui-se, segundo Geertz (2008), da descrição densa da realidade sociocultural de uma determinada comunidade.

A etnografia clássica considera longos períodos de pesquisa de seis meses a um ano ou mais. Como no caso da presente pesquisa foi considerado um período inferior, então esta etapa foi denominada observação com abordagem etnográfica e não uma etnografia clássica. Foi

previsto um período de observação de 15 dias, entretanto, dada a complexidade da situação, este período se estendeu por dois meses. Nesta etapa foram observadas as relações interpessoais, os relacionamentos formais e informais, os locais de encontros, como ocorria a comunicação, como se dava a transmissão de conhecimento, os meios de comunicação mais acessíveis e mais utilizados, o papel das instituições, os recursos disponíveis, os empreendimentos, as percepções sobre inovação. Com a abordagem etnográfica se propõe ter a mesma perspectiva de quem está inserido no contexto, ter as experiências e vivenciar as mesmas questões, entender o problema de dentro do problema, ao mesmo tempo perceber novas possibilidades, desta forma se pode desenvolver uma melhor percepção e entendimento dos processos sociais e culturais. Para isso houve a participação semanal das reuniões da Rede de Assistência e o convívio com moradores da Restinga que apresentaram o bairro e suas peculiaridades.

Para auxiliar nas observações foram realizados registros fotográficos, e os registros do trabalho de campo foram anotados em um diário de campo (Apêndice 3), bem como anotados os dias das observações, o local observado, as horas de início e fim da observação. Os registros fotográficos foram feitos sempre que possível, porém, para evitar intimidação e desconfiança, em alguns momentos foram evitados ou obtidos com câmeras de celular para que captação de imagens fosse mais discreta.

3.1.3. Fase 2 – Pesquisa exploratória - Entrevistas

Ainda na fase 2, foi programada uma etapa de entrevistas em profundidade com experts e com os participantes do grupo de economia solidária. Denomina-se em profundidade uma entrevista não estruturada, isto é, que não obedece a um roteiro preestabelecido, mas que busca obter informações detalhadas sobre um tema específico, a fim de levantar motivações, crenças, percepções e atitudes com relação a uma situação ou ao objeto de investigação (MARTINS & THEÓPHILO, 2009, P.89).

Como se trata de uma pesquisa cujo trabalho considera uma abordagem qualitativa, a seleção da amostra não demandou proporcionalidade ou representativa em relação ao universo pesquisado, pois não se pode generalizar as informações nem as projetar para a população. A seleção foi baseada no julgamento da pesquisadora, de forma a escolher os membros dos grupos, associações e organizações que melhor forneçam informações sobre problema proposto. A seleção era feita a partir da observação das reuniões da rede, pessoas que se destacam por liderança, histórico e envolvimento com a comunidade.

As entrevistas ocorreram da seguinte forma:

- Quinze conversas informais, individuais, não estruturadas, isto é, sem a aplicação de um roteiro preestabelecido, mas com alguns temas de interesse (Apêndice 4) abordados com os participantes do grupo de economia solidária, realizadas nas reuniões e em suas casas, registradas no diário de campo e que serviam como forma de aproximação e entendimento da realidade mais individual.
- Oito entrevistas em profundidade, semiestruturadas, com três representantes do instituto Monteiro Lobato; uma entrevista com o Coordenador da Rede de Assistência; conversa com três representantes da ONG Guayí; e uma entrevista individual com um representante da ONG Guayí, considerando algumas áreas de abordagem (Apêndice 5).
- Entrevistas em grupo, com cinco participantes do grupo de economia solidária, que seriam realizadas individualmente, mas, por sugestão dos próprios entrevistados, foi conduzida como entrevista a um grupo focal da casa de uma das participantes, tendo um roteiro semiestruturado como orientação (Apêndice 6).

3.1.4. Fase 2 – Workshop

Após as etapas exploratórias de observação e entrevistas, cujo objetivo era construir o conjunto das informações úteis para direcionar as escolhas que deveriam servir de base para o projeto (DESERTI, 2006), foi realizado um workshop com a participação do grupo de artesanato e trabalhos manuais que estavam constituindo o empreendimento de economia solidária da Restinga. O convite foi feito ao grupo de economia solidária, composto por algo em torno de vinte membros. Das vinte pessoas do grupo convidadas, dez confirmaram a presença, mas apenas cinco participaram. Além dos participantes do grupo de economia solidária, foram convidados alunos do mestrado de Design Estratégico e pessoas de diferentes áreas de atuação, como arquitetura, gastronomia, letras, entre outras, para participar da sessão de trabalho, das quais cinco compareceram. O grupo era deliberadamente heterogêneo, uma mistura de diferentes níveis de experiência e conhecimentos (OSTERWALDER & PIGNEUR, 2011). O intuito desta heterogeneidade era estimular a troca e geração de ideias, a criatividade, proporcionando um processo de sugestões, discussões e outras perspectivas do problema apresentado.

Para os alunos de mestrado e outros profissionais foi enviado um briefing (Apêndice 7) com informações baseadas nas descobertas da fase exploratória da pesquisa sobre o histórico, o público, o contexto e os desafios do workshop para situá-los melhor com relação ao trabalho. O briefing trazia alguns elementos, mas não era um limitador de questionamentos, provocações, pensamentos e ideias durante a sessão de trabalho. A proposta era que estas pessoas ajudassem

o grupo de artesanato a explorar os pontos fortes e fracos, a perceber as ameaças e oportunidades, achar o sentido de trabalho individual e grupo, captar as questões implícitas e escondidas, alertá-los para coisas que não estão vendo e transformá-las em oportunidades de inovação. O workshop tinha como objetivo levantar elementos que contribuíssem para a etapa projetual, contudo haveria a participação de todos refletindo sobre os problemas com suas diferentes perspectivas, observando e apontando aspectos importantes que pudessem alavancar ou comprometer o desenvolvimento de seu negócio; além de levantar elementos que contribuíssem para o desenho de uma plataforma que habilitasse o empreendimento do grupo de baixa renda.

O workshop foi realizado durante um dia inteiro, na Sala Santander da Escola de Design Unisinos, em Porto Alegre, e foram garantidos transporte, lanche e almoço para o grupo da Restinga que aceitou o convite. A proposta era que os participantes saíssem de suas rotinas e de seu contexto, mas sem intimidá-los. Foram disponibilizados materiais de papelaria tais como blocos, lápis, canetas coloridas, blocos adesivos e também revistas. Havia recursos de áudio e vídeo para a apresentação de materiais de estímulo (Apêndice 8).

O workshop teve a seguinte agenda:

Quadro 3: Agenda workshop

Horário	Atividades	Observações sobre o processo
09h	Chegada dos Participantes e apresentação	O lanche estava disponível como sinal de boas-vindas
09h15min	Exposição dos trabalhos	Cada artesã apresentou seu trabalho para que todos entendessem o tipo e técnica utilizada
10h	Exercício de <i>brainstorm</i> e reflexão	Refletir sobre os elementos materiais e imateriais disponíveis e necessários
13h	Almoço	
14h	Construção do gráfico de polaridades	Através da análise dialética, construir eixos opostos interdependentes que auxiliam na construção de cenário
15h	Construção de cenários ²⁰	Forma de facilitar a visualização de um futuro possível
15h30min	Material de estímulo	Apresentação de ideias e referências de utilização do tricô em diferentes formas e contextos

²⁰ Segundo HEIJDEN (2004), é um conjunto de futuros razoavelmente plausíveis, mas estruturalmente diferentes. Uma vez escolhidos os conjuntos de cenários, todos terão a mesma chance de ocorrer, além de: i) o planejamento de cenários afeta a percepção e amplia, por meio de modelos mentais, variedades necessárias para perceber o mundo exterior além do modo tradicional; ii) fornece uma linguagem pela qual os resultados são discutidos nas organizações a fim de que novas teorias e ações sejam desenvolvidas para que os modelos mentais sejam alinhados.

16h	Levantamento de necessidades e ações para atender cenário escolhido	Exercício que estimulava a visão sistêmica
18h	Encerramento	

O formato do workshop e a seleção das ferramentas foram escolhas da pesquisadora, já que a literatura usada como referência²¹ não explicita ou sugere formas de abordar as comunidades criativas e como trabalhar em processos de co-criação de maneira a gerar soluções habilitantes. Foram utilizadas ferramentas comumente aplicadas em workshops de design, mas que precisaram sofrer algumas adaptações de linguagem e dinâmicas para melhor entendimento dos objetivos por parte do grupo de artesanato. O material de estímulo exigiu uma pesquisa prévia e partiu do tema tricô e crochê, as técnicas mais presentes no grupo, suas utilizações, manifestações e tendência. A proposta era mostrar outras possibilidades e ruptura de alguns modelos frequentemente utilizados pelo grupo. A pesquisa foi realizada através da internet, considerando as áreas de moda, decoração, tendências, referências editoriais, mas também houve observação da utilização de técnicas nas ruas, lojas de moda e decoração.

3.1.5. Fase 3 – Análise dos dados

Os dados, evidências e informações coletados na fase dois, por meio das observações, entrevistas e workshop, foram analisados na fase três, de forma a organizar categorias e conceitos que permitiram priorizar as questões que constituíam o problema pesquisado para fornecer um repertório de sugestões de trajetórias de inovação para orientar na etapa de projeto. Foi utilizada a técnica de análise de conteúdo para estudar de maneira objetiva e sistemática o material coletado. Foram identificados padrões de manifestações e comportamento, sendo elaborada uma lista de categorias a partir dos dados coletados, de forma a construir conhecimento e a organizar categorias que permitissem priorizar as questões constituintes do problema pesquisado, para assim fornecer um repertório de sugestões de trajetórias de inovação para orientar na etapa de projeto. Dada a riqueza do contexto e dos dados levantados nas entrevistas e no workshop, houve um processo longo para simplificar e transformar os dados em informações e para que fosse tomada a decisão do caminho projetual e se chegasse a algumas considerações.

3.1.6. Fase 4 – Proposta de caminho projetual

²¹ Em Design para inovação social e sustentabilidade, Ezio Manzini (2008) menciona que se detectam casos de comunidades criativas, se projetam soluções específicas para cada caso de forma a aumentar sua eficiência e acessibilidade, porém não ficam claros os procedimentos, as abordagens e ferramentas utilizadas para tal.

Enfim, na fase quatro, a etapa em que foi exposto o conhecimento adquirido e que orientou na construção da estratégia de projeto, que considera os recursos disponíveis e necessários, se estabeleceu a construção das premissas que servem de base para a proposta projetual e a apresentação da proposta de caminho projetual.

Houve um confronto das informações levantadas através da pesquisa contextual, entrevistas e workshop com a teoria utilizada como referência, que promoveu crítica e reflexão sobre o tema e o processo de pesquisa, sobre lacunas que precisam ser exploradas e que são apresentados ao final da pesquisa.

3.1 **Limitação do método**

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, não se pode tomar seus resultados como conclusivos, que trazem explicações gerais, utilizadas para fazer generalizações sobre o tema, nem esperar que o conhecimento obtido se transforme em lei. Ao mesmo tempo, reaplicar o método proposto neste trabalho a outro grupo não garante que os resultados sejam similares ou que os caminhos projetuais sejam os mesmos. Fatores como contextos, atores envolvidos, suas competências e experiências podem contribuir para diferentes propostas de projetos.

4 ANÁLISE

Este capítulo aborda as informações levantadas, por meio das observações do contexto, das entrevistas e do workshop conduzidos com o grupo de artesanato e trabalhos manuais da Restinga, durante o trabalho de pesquisa de campo. Na primeira parte encontra-se a descrição e o entendimento do contexto²². Em seguida, há o relato da aproximação e da abordagem do objeto de pesquisa com o qual se realizaram entrevistas em grupo e um workshop, também descrito neste capítulo. Não se tratou apenas de observar e descrever o contexto e a realidade do grupo de baixa renda pesquisado, mas ao longo do processo buscava-se aplicar o pensamento do design, suas capacidades de olhar estrategicamente os diferentes momentos, de forma que os dados se transformassem em informações que suportariam as escolhas e o agir estratégico de design (ZURLO, 2010). Por fim apresentam-se as bases para uma proposta projetual, considerando as evidências e algumas premissas estabelecidas. Trata-se de um material amplo, mas que pode servir como base para outros pesquisadores que queiram conduzir pesquisas na região ou dar continuidade ao trabalho junto ao mesmo grupo e refletir sobre outras possibilidades projetuais a partir da análise apresentada. As limitações do trabalho e algumas sugestões de futuros estudos são oferecidas no capítulo de considerações finais.

Celaschi (2006) menciona que, sem o suporte do conhecimento produzido pela observação e investigação da realidade, o design seria confundido com uma técnica ou uma arte. Pelo design não ser algo mecânico e tampouco uma execução prática de uma ideia excepcional, onde existe um pensamento e um processo. E para isso foi necessária uma aproximação intensa ao grupo de baixa renda e de seu contexto. Por outro lado, o caráter, a cultura, o conhecimento e as qualidades do designer são fundamentais na construção do modelo que simplifique esta realidade a partir da sua visão e interpretação da mesma, o que fará com que nesta construção haja um pouco do coração e da sensibilidade do designer como aponta Celaschi (in MORAES, 2010).

Agir estrategicamente envolve fazer escolhas, e as decisões são baseadas, de acordo com Norman (2009), em uma hierarquia dos três níveis de processamento cerebral denominados visceral, comportamental e reflexivo, sendo o nível visceral o mais básico, pré-consciente, intuitivo e íntimo; o comportamental seria relativo à função, ao prático e ao lógico; e, em seguida, seria disparado o sistema reflexivo no qual convivem a consciência, a interpretação, a compreensão, o raciocínio e os mais altos níveis de sentimentos e emoções, que buscam referências no passado e projetam o futuro: o nível reflexivo. Pesquisar a complexidade da baixa

²² Por ser um material extenso neste capítulo é apresentado um resumo, o material completo localiza-se no apêndice 1.

renda, além de uma experiência acadêmica, também se revela uma experiência emocional. Lidar com o contexto e a realidade do grupo estimula a todo o momento cada um dos níveis de processamento cerebral e muitas vezes não de forma equilibrada. Para atingir os objetivos acadêmicos propostos deveria haver um equilíbrio dos níveis de processamento cerebral, para a escolha de um caminho projetual, pois o impacto causado pela realidade da baixa renda poderia suscitar um projeto idealista, mas que seria difícil dar conta da solução de todos os problemas envolvidos e muito menos executá-lo.

Como o objetivo desta investigação era levantar elementos que colaborassem para a projeção de um sistema que habilitasse o grupo de artesanato e melhorasse suas condições de desenvolvimento de forma sustentável e criativa, o trabalho de pesquisa seguiu a lógica da atividade de projeção sugerida por Celaschi (2006). Antes da proposta projetual, foi conduzida uma etapa metaprojetual, na qual houve o levantamento dos dados que trouxessem a base de conhecimento necessária para traçar uma direção e potenciais soluções para o projeto. Assim, a partir da análise das informações houve reflexões, descobertas e aprendizados que contribuíram para um caminho projetual proposto e que é apresentado ao final deste capítulo.

4.1 Aproximação e entendimento do contexto

O foco selecionado pelo método proposto para esta pesquisa foi a Restinga, e chegar a este bairro de carro é tarefa simples. O carro foi o meio de transporte utilizado durante toda a pesquisa para chegar ao local, mas nem por isso seria difícil imaginar como deveria ser penoso transitar de ônibus por aquele trajeto de 22 km do Centro à Restinga, todos os dias, e os relatos posteriores confirmavam esta percepção. A primeira ocasião de visita à Restinga ocorreu, um ano antes de iniciar a pesquisa, com a companhia de uma moradora do bairro que havia ensinado o caminho e mostrou algumas áreas da Restinga. Por ocasião de iniciar a pesquisa, o caminho pareceu mais simples ainda e facilitado por várias placas que orientavam perfeitamente a direção do bairro. O caminho utilizado inicialmente para se chegar à Restinga foi a 3ª Perimetral, porém logo depois foi sugerido por dois moradores do extremo sul de Porto Alegre que a pesquisadora utilizasse a Av. Prof. Oscar Pereira, além de mais rápido era um caminho bastante prazeroso por conservar características rurais que propiciavam uma pequena viagem ao campo toda a semana. Justamente por ter esta característica a avenida faz parte do roteiro “Caminhos rurais” que inclui fazendas, sítios e atrações com apelo campesino, mas do qual a Restinga não faz parte.

Talvez pela pesquisadora ser carioca e conhecer grande parte da Cidade e do Estado do Rio de Janeiro, seu lado maravilhoso e menos maravilhoso, ter referência de outras comunidades de baixa renda, a Restinga não causava o mesmo espanto que os moradores da

cidade de Porto Alegre manifestavam quando era pronunciado que esta pesquisa seria realizada com um grupo de baixa renda de lá. Ficou evidente que o preconceito tomava conta do discurso de muitas pessoas, pois muitas delas não sabiam onde ficava ou sequer tinham ido alguma vez ao bairro. Muito do que se construía no imaginário dessas pessoas era baseado no que aparecia na mídia, que na maioria das vezes destacava o lado violento do local, ou na falta de conhecimento adequado ou falta de experiência com o local.

Por mais que o foco da pesquisa fosse o público de baixa renda, ficaria claro ao longo processo que o contexto não consistiria em uma variável passível de ser isolada, mas que significaria fazer uma seleção do que seria relevante dos aspectos contextuais, que pudessem influenciar e permear com questões culturais e sociais as pessoas a serem pesquisadas, o que realmente se configuraria em barreiras ou possibilidades para o desenvolvimento do grupo de artesanato e trabalhos manuais da Restinga

Como uma primeira etapa da pesquisa de campo, partiu-se para a realização de observações do contexto e contato com pessoas envolvidas com a realidade da Restinga que proporcionaram uma pesquisa inicial do tema e auxiliaram na estruturação da fase exploratória de entrevistas. Nesta primeira etapa, optou-se por não gravar as conversas para não intimidar as pessoas e deixá-las mais à vontade, sendo que, para auxiliar nas observações, foram realizados registros fotográficos, muitas vezes através de celular por ser mais discreto, e apontamentos das observações e comentários em diários de campo.

4.1.1. A primeira abordagem: Centro Infanto-Juvenil Monteiro Lobato

Por meio da indicação de estudantes de psicologia que colaboram com a Restinga, a pedagoga do Centro Educacional Monteiro Lobato foi apontada como uma informante-chave para iniciar o processo de aproximação e a etapa de pesquisa contextual. O Monteiro Lobato é entidade assistencial sem fins econômicos, que tem como mantenedora a Congregação Religiosa Murialdinas de São José²³, que está presente na Restinga desde 1972 e desenvolve atividades socioeducativas, prioritariamente com crianças e adolescentes da comunidade.

A entidade tem como objetivo trabalhar com crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade e oportunizar condições de desenvolvimento integral, baseando-se na “Educação do Coração”²⁴, no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e na Lei Orgânica de Assistência Social (LOAS), visando o exercício da cidadania, o desenvolvimento local e a construção da sociedade fraterna. O centro desenvolve atividades nas áreas de formação

²³ Para mais informações: <http://www.murialdinas.com.br>.

²⁴ Educação do Coração é o termo utilizado pela associação Murialdina para definir uma educação com amor e acolhimento.

humana e cristã, desenvolvimento intelectual, social e político, iniciação profissional, arte e cultura, recreação e esporte, higiene e saúde, alimentação e trabalhos manuais.

A instituição trabalha, ou como seus coordenadores preferem dizer, acolhe crianças em situação de risco devido a problemas com alcoolismo, drogas, violência, abuso sexual, abandono de incapaz. Seja um desses problemas ou todos juntos, oferecem atividades e alimentação para 200 crianças, apoiados por um valor de R\$5000,00 por mês. A instituição deveria atender 160 crianças, mas atendem mais 40 crianças.

“Onde comem quatro crianças, comem cinco.”

Pedagoga do Centro Infante Juvenil.

A palavra acolher, que ora tem o sentido de receber, ora o de ajudar, foi muito utilizada pela pedagoga e pela Irmã diretora da instituição durante os dois encontros realizados. Em várias outras situações, a palavra acolher aparece utilizada por instituições como a Rede de Assistência e seus participantes, por diretores de escola, por psicólogos e assistentes sociais que trabalham na região. É possível ver com frequência o ato de abraçar as crianças, os participantes de programas sociais e frequentadores de igrejas de diversos tipos. As palavras empoderamento e protagonismo também são bastante utilizadas, porém essas duas muito mais em discurso já que as instituições contatadas não têm como linha de trabalho a capacitação e o empreendedorismo, na maioria dos casos.

A pedagoga tem um vínculo forte com a Restinga, pois morou lá desde os quatro anos de idade, quando o pai foi transferido de Santa Catarina para Porto Alegre, até o dia do seu casamento, há cerca de 10 anos, mas se mudou para bem perto, na Av. Juca Batista. Sua sogra ainda mora na Restinga em um quarteirão próximo do Monteiro Lobato e é com ela que conta para cuidar da filha enquanto trabalha. A pedagoga teve outras oportunidades de trabalhar em colégios particulares fora da Restinga, mas preferiu continuar na instituição, pois acredita que há muito a fazer no local, e é o que a estimula a trabalhar.

Devido à sua forte conexão pessoal e profissional com a Restinga, e talvez por sua formação, a pedagoga possui conhecimento da cultura e da dinâmica do bairro em uma visão mais ampla e sistêmica da realidade e dos problemas. Percebe-se por sua fala a força e a união do bairro, ela aponta o esforço das pessoas que todos os dias lotam os ônibus para trabalharem em direção ao centro da cidade de Porto Alegre. Assinalou também as mudanças sociais que ocorreram nos últimos anos, falou dos desmatamentos que vêm acontecendo e de sua lembrança de infância de várias áreas com floresta onde se buscava lenha com o pai, apontou para o pouco cuidado que há no descarte e separação de resíduos, mencionou os 11 empreendimentos imobiliários que estão para se consolidar até 2012. A pedagoga demonstra uma preocupação com o impacto que esses movimentos podem causar e com uma questão velada de higienização

de Porto Alegre, sendo preparada para a Copa do Mundo e que reproduz o episódio da década de 60 quando antigos moradores das Vilas Theodora, Marítimos, Ilhota e Santa Luzia foram removidos para o bairro sem infraestrutura. A pedagoga manifestava a sensação que a Restinga estaria revivendo a mesma situação que houve no início de sua constituição, quando enviaram milhares de pessoas para lá sem nenhum planejamento e sem a infraestrutura necessária, só que, agora, em uma base de 160 mil moradores e seus problemas já existentes. São previstos mais 75 mil novos moradores, segundo as lideranças locais.

“A construtora Tenda coloca os tapumes para a gente não ver as árvores que estão cortando”
Pedagoga do Centro Infante Juvenil.

O grande envolvimento também apresenta um lado negativo, como menciona a Irmã Diretora do Centro, que fala que, por estarem muito envolvidos com os problemas locais, acabam não percebendo oportunidades, o que demonstra uma abertura para outros olhares e competências na solução dos problemas, ou dos muitos problemas. Em outras situações, se percebe facilidade de apontar os problemas, mas a dificuldade de enxergar oportunidades e propor soluções.

Apesar do foco da instituição nas crianças e adolescentes, seus profissionais sempre contextualizam e assinalam problemas nas áreas de saúde, educação, trabalho e infraestrutura da Restinga. A violência foi sempre o problema apontado como maior, inclusive pelo psicólogo da instituição, e que está muito relacionado com as drogas e a falta de opções, sejam culturais, sociais ou econômicas. Há muitas praças, mas poucas são cuidadas ou oferecem opção de lazer. Em algumas, se pode observar até a ocupação privada. O que ocorre com as praças na Restinga é o que Manzini (2008) aponta como a deterioração dos bens comuns, que, no caso das praças, ainda colaboravam com tempo lento e contemplativo, que o autor menciona como o tempo usado para “não fazer nada”, o que não significa que seja vazio ou sem significado (MANZINI, 2008, p.48), mas que servia para socialização e desenvolvimento de ideias. Durante o período de pesquisa não foi observada a roda de chimarrão, hábito muito comum entre os gaúchos, momento em que familiares ou amigos se reúnem para tomar um mate e, segundo as regras do ritual tradicional, conversar e trocar ideias.

“Tínhamos que pensar no que o pessoal poderia fazer das 0h às 6h”.
Psicólogo do Monteiro Lobato.

Embora direcionado ao atendimento de crianças e adolescentes, o Monteiro Lobato possui espaços propícios para capacitar os familiares das crianças e adolescentes atendidos, como também pessoas da comunidade. A instituição conta com salas de costura e padaria equipadas. Porém, segundo a pedagoga não havia muita procura pelo serviço mesmo sendo gratuito, e que para ela não está claro se era por falta de interesse ou por alguma questão de

comunicação inadequada para chamar atenção das pessoas. Os espaços e os equipamentos ficam ociosos em boa parte do tempo. Na instituição, há também um espaço adequado para montar uma horta, que era um dos projetos que a pedagoga gostaria de desenvolver para que as crianças cuidassem.

Os espaços oferecidos pela instituição poderiam ser usados além de para treinamento, pois, com sua infraestrutura apropriada, se configuraria em um contexto favorável no qual as pessoas poderiam compartilhar equipamentos, como apontado por Manzini (2005; 2008), mas também para desenvolver produtos e serviços combinados. Contudo, as soluções precisariam ser pensadas de forma sistêmica para gerar interesse e que tornasse a participação das pessoas estimulante. Sem interesse, participação e colaboração não há como desenvolver uma comunidade criativa ou qualquer tipo de inovação social.

A pedagoga mencionou que as crianças do Monteiro Lobato, apesar de uma série de problemas sociais e econômicos, possuem celulares, que há uma busca por fraldas descartáveis por parte de algumas mães que muitas vezes não conseguem propiciar ao menos uma refeição diária e de qualidade. Muitas vezes a instituição precisava fornecer alimentos fora dos dias de atendimento para garantir a nutrição das crianças. O processo de transformação que o Brasil vivencia revelou uma nova forma de comprar e consumir da população das classes baixas, e, com estes exemplos, parece que houve uma mudança de prioridades entre as necessidades básicas e os desejos das pessoas.

“Querem dinheiro para comprar fralda descartável e não têm nem o que comer. A gente se desdobra para que muitos deles tenham o que comer no fim de semana e feriado”.

Pedagoga do Centro Infante Jubenil Monteiro Lobato.

A Congregação Religiosa Murialdinas de São José, mantenedora do Monteiro Lobato, também realiza um trabalho com a Vila Bitá, uma das comunidades mais pobres da Restinga, é de lá que vem boa parte das crianças e adolescentes que são acolhidos no Monteiro Lobato. Além do trabalho de assistência, a instituição estava fazendo trabalho de resgate da história desta comunidade. Haveria uma grande oportunidade de se trabalhar várias questões com esta comunidade pelo olhar do design estratégico, porém, pela complexidade e por se tratar de um problema muito aberto, não se enquadrava nos objetivos deste trabalho, demandando outros tipos de recursos e tempo, que esta pesquisa não seria capaz de dar conta.

Especificamente com relação ao trabalho do Centro Infante Juvenil Monteiro Lobato, mencionou-se que os projetos culturais pensados para atender crianças e adolescentes não se sustentavam, em função das crianças e adolescentes se cansarem rápido das propostas. A pedagoga e o psicólogo mencionaram que as crianças e os adolescentes pedem, por exemplo,

oficina de grafite e hip hop, mas não querem participar do caminho do aprendizado. A cultura das ruas é muito forte e presente no cotidiano do bairro.

A instituição se preocupou com a evasão de diversas crianças e adolescentes do Monteiro Lobato, como também de outras instituições de assistência atraídas pelo Instituto Ronaldinho Gaúcho, localizado na Av. Cavallhada, com o sonho de serem jogadores de futebol. Os jogadores de futebol são os ídolos do local, além de Ronaldinho Gaúcho, Tinga, jogador do clube Internacional, cujo apelido é em função de ter nascido e ter sido criado na Restinga, é outro exemplo. O ex-jogador e técnico da seleção brasileira, Dunga, segundo alguns relatos, é o que mais contribuiu, apesar de não ter vínculo com o bairro, e é também o mais discreto e talvez não tão adorado como os outros dois jogadores.

O instituto Ronaldinho Gaúcho não tinha a vocação para assistência, assim, se as crianças e adolescentes não se enquadrassem no projeto, eram expulsas e depois não conseguiriam de volta as vagas nas instituições da Restinga. Com o fechamento do Instituto Ronaldinho Gaúcho, por não terem mais os recursos que eram repassados pela prefeitura de Porto Alegre e pelo Governo Federal, quase 800 crianças e adolescentes ficaram sem assistência. Do ano de 2007 a 2010, a verba destinada ao projeto compreendia o montante de cerca de R\$5 milhões para atender crianças e adolescentes em turno inverso ao horário da escola. Este valor corresponderia a mais de R\$1000,00 por criança por ano, ou R\$130,00 por mês, enquanto no Monteiro Lobato cada criança ou adolescente era atendido com atividades e com uma alimentação balanceada, com R\$25,00 por mês. Uma moradora informou que a única refeição que serviam às crianças e adolescentes no Instituto Ronaldo Gaúcho era pão com chimia²⁵ e refresco.

Ao associar a ideia da pedagoga do Monteiro Lobato de desenvolver um projeto de horta junto às crianças e adolescentes, com o fato de muitas pessoas terem uma alimentação inadequada que provoca a desnutrição ou que contribui com uma série de doenças crônicas, apontadas pela pesquisa do Hospital Moinhos, como, por exemplo, obesidade; e, por outro lado, pessoas que iniciam um processo de busca por alimentos mais saudáveis, mais frescos, com diminuição da pegada de carbono, valorizando a origem e a experiência, assim como a sustentabilidade e ética²⁶, pareceria adequado se pensar em um projeto de uma horta comunitária que resgatasse o vínculo entre o alimento e a natureza, cortado pela industrialização

²⁵ Chimia, chimíer ou schmier, do alemão *schmieren*, untar, lubrificar, borrar, sujar, é um doce de frutas em forma pastosa muito similar à geleia.

²⁶ Tendências apresentadas no Relatório Brasil Food Trend 2020. Disponível em <http://www.brazilfoodtrends.com.br/publicacao.html>.

(DÓRIA, 2009), e que promovesse, através da produção artesanal, alimento para uma população carente e experiência para uma população que busca algo diferente do produto anônimo e sem alma que a indústria alimentar cria (DÓRIA, 2009).

Ao mesmo tempo, não se percebeu o hábito dos moradores cultivarem alimentos em suas casas. Combinando este fato com as informações sobre a constituição do bairro, se poderia supor que, apesar dos primeiros moradores do bairro terem vindo do interior, onde trabalhavam na agricultura, o período que passaram nas vilas de Porto Alegre pode ter cortado o vínculo com esta atividade, o que precisaria ser investigado. Através da imersão no bairro, foi possível descobrir um terreno destinado a uma horta comunitária totalmente abandonada (Figuras 8 e 9, p. 74-75). O projeto foi iniciado durante o governo do PT, porém com a mudança de poder foi descontinuada a atividade. Não se sabe por quê o projeto não teve continuidade, se por falta de interesse ou se, apesar do interesse, a comunidade que participava do projeto não teve apoio. O fato é que, durante o período ativo da horta comunitária, muitos alimentos foram produzidos no local e divididos entre os participantes do projeto durante o período de produção. Um informante relatou que tentou por algumas vezes conduzir um projeto ligado à horta comunitária, mas não teve adesão. Este tema também seria algo de valor para ser investigado, mas que exigiria um entendimento histórico e cultural bem como uma abordagem diferente que fugiria do objetivo desta pesquisa.

Figura 8: Placa do projeto horta comunitária do programa do governo Fome Zero



Foto: M. Graúdo.

Figura 9: Horta comunitária abandonada



Foto: M. Graúdo.

Os dados levantados através do contato com o Monteiro Lobato e principalmente através das entrevistas com a pedagoga foram os que trouxeram uma perspectiva mais ampla do contexto e da dinâmica do bairro, se comparado com outras entrevistas e informantes. A visão da pedagoga não se limita a suas áreas de atuação, educação e assistência, ela demonstra conhecimento sobre vários outros assuntos e áreas. Possui uma compreensão da realidade em totalidades, como não foi percebido com os outros entrevistados e informantes. Articula diferentes assuntos e áreas, além de conhecer diversas pessoas na região, apesar de não ocupar posição de liderança ou posição política na comunidade, desta forma, fica mais nítido o sistema e sua complexidade. Seu interesse no bairro e seu desenvolvimento é genuíno. Não houve a escolha intencional da pedagoga para ser entrevistada, mas seu perfil e sua visão holística trouxeram informações completas e relevantes sobre o contexto complexo e sobre aspectos de sustentabilidade econômica, social e ambiental que envolvem a comunidade da Restinga.

Na entrevista da pedagoga, alguns elementos se destacam e podem contribuir no momento da projeção: o fato de surgirem 11 novos empreendimentos, trazendo 75 mil novos moradores para o bairro; as questões de sustentabilidade; o conceito de compartilhamento; e a necessidade de estimular as pessoas na participação de projetos, elevando sua postura ativa e colaborativa.

A Centro Infante Juvenil Monteiro Lobato faz parte da Rede de Assistência à Criança e ao Adolescente, que engloba entidades como o Conselho Tutelar, Escolas do bairro, Grupos de Assistência, Mulheres da Paz, entre outros, e promoveu o contato com a Rede e seu coordenador, o qual foi indicado como outro informante-chave e que desencadeou outros

contatos. Houve um entendimento da dinâmica do bairro e a visita a um projeto social de um bairro vizinho para haver comparação de propostas, contextos e resultados.

4.1.2. Análise contextual

O conhecimento sobre o contexto começava a se constituir. A dimensão do bairro, seus problemas, suas questões culturais e sociais, a participação nas reuniões da Rede e a convivência com seus participantes, bem como o contraponto com o projeto social do bairro vizinho apresentavam uma série de elementos inspiradores e poderiam servir como base para alguns caminhos projetuais. As informações detalhadas encontram-se no Anexo 1 e um resumo é exposto a seguir.

Em mais de 40 anos de existência do bairro, e apesar de algumas alterações significativas como o aumento populacional, não se verificaram movimentos empreendedores e inovadores para lidar com esta e outras transformações sociais. Não se percebeu o que Manzini (2008) aponta como mudanças radicais em escala local, que são as mudanças de comportamento que as comunidades criativas promovem e através das quais ocorrem as inovações sociais. Os movimentos apontados pelos informantes são movimentos de luta e cobrança por direitos. Como existem muitos projetos assistenciais e assistencialistas no bairro, se poderia levantar a proposição do quanto esta cultura poderia ser uma barreira para promover mudanças de comportamento e incentivar processos de inovação e empreendedorismo social.

Os projetos sociais observados na Restinga diferem da proposta do Núcleo Comunitário Cultural de Belém Novo Núcleo, que promove a capacitação de comunidades de baixa renda do bairro Belém Novo e cujos produtos e serviços, nos quais essas pessoas são capacitadas, acabam sendo absorvidos pelos moradores do condomínio Terra Ville. Outro ponto é que o projeto do NCCBN engloba diferentes atividades para atender diferentes idades e gêneros. Um aspecto importante do NCCBN é que o projeto é financiado pelos moradores do condomínio e parceiros e existe um forte trabalho de gestão para garantir a sustentabilidade do projeto. O bairro do Belém Novo possui índices de desenvolvimento humano baixos em algumas localidades e problemas de drogas e violência assim com a Restinga, contudo sua imagem é mais positiva e o bairro é muito associado ao condomínio Terra Ville.

As áreas de educação e saúde, que compõem o índice de desenvolvimento humano, só neste ano começam a receber investimentos de grande porte com a construção da escola técnica e do hospital que atenderá pacientes de todo o extremo sul da cidade. Percebe-se um entendimento claro, por parte das pessoas pesquisadas, de todo o sistema resultante do projeto do hospital, do efeito de sentido que provoca nelas e do entendimento dos benefícios sociais, econômicos e ambientais que o projeto traz para a comunidade.

Contudo, isto não significa a mudança imediata de um quadro de uma série de doenças e de baixa escolaridade. Na prevenção e tratamento de doenças²⁷ como sedentarismo, sobrepeso, obesidade e problemas bucais, os quais hoje tomam conta de mais de 50% da população acima de 20 anos, poderiam, por exemplo, ser trabalhados em conjunto com as áreas de nutrição e gastronomia, o que estimularia a organização de uma horta. A depressão, uma das doenças crônicas de maior frequência entre as mulheres, é justamente um dos responsáveis para que os trabalhos manuais entrem na vida das pessoas. A baixa escolaridade compromete a qualificação de boa parte dos moradores da Restinga e diminui suas oportunidades de empregabilidade e geração de renda. A área que mais qualificou e gerou empregos foi a área da construção civil, devido ao programa “Minha casa. Minha vida”, do governo federal, empregando e qualificando principalmente mulheres.

A pesquisa contextual apontou áreas que não se relacionam diretamente com o projeto proposto por este trabalho, mas oferece uma série de estímulos e um campo vasto para outros projetos de inovação social, porém que não são percebidos e capitalizados por seus moradores. Isto revela a necessidade de ambientes que estimulem o encontro, a troca de ideias e a criatividade. Mais diretamente ligado ao trabalho desta dissertação, há um ambiente propício e inspirador para o surgimento de comunidades criativas nesta comunidade. O projeto da ONG Guayí sobre economia solidária instigou em parte este caminho, promovendo reuniões e reflexões sobre o tema empreendedorismo.

4.1.3. Conhecendo o grupo de economia solidária

Ao longo das reuniões, foi possível observar as pessoas que estavam interessadas em montar o empreendimento solidário, analisar seus comportamentos, sua integração e comunicação com o grupo e o alinhamento com a proposta da ONG. Contudo, para entender seus pontos de vista, perceber suas dúvidas e desejos, foram necessários uma aproximação e o aprofundamento de muitas questões através de entrevistas individuais e em grupo, e depois uma dinâmica em grupo, considerando a realização de um workshop.

Ao expor a ideia desta pesquisa para o grupo, houve resistência de um participante que demonstrou que muitas universidades iam à Restinga e os pesquisavam como se fossem “ratos de laboratório”, ele fez um histórico de todos os projetos que foram conduzidos nos últimos anos e era visível sua mágoa com um projeto pessoal, no qual ele havia contado a história da Restinga, e esperava há anos que o projeto fosse aprovado para publicação, mas, como não era prioridade, ele deveria ser o último da fila. Falava de forma agressiva como a Restinga era vista

²⁷ Informações fornecidas pela pesquisa realizada pelo Hospital Moinhos de Ventos.

negativamente pelas pessoas que não eram moradoras do bairro. O psicólogo do Monteiro Lobato também havia mencionado por época da entrevista que não gostava da academia, pois os estudantes iam para lá faziam a pesquisa e não tinham compromisso com um projeto. Pelas pesquisas levantadas como conhecimento prévio para este trabalho, percebe-se a concentração de uma instituição de ensino realizando seus projetos na Restinga e pouco conhecimento de seus resultados pelos moradores ou participantes de instituições, ou sequer fazendo uso deste conhecimento adquirido. Estes fatos revelaram o cuidado e a responsabilidade que se deve ter ao pesquisar-se uma comunidade de baixa renda.

Embora tenha havido resistência deste participante, um grupo de mulheres se juntou, se mostrando interessado em ser escutado e em escutar o outro, em manter um diálogo, trocar ideias, ver outras possibilidades. Apesar da ideia inicial ter sido conduzir entrevistas individuais e em profundidade, por sugestão do próprio grupo foi realizada uma discussão em grupo com as mulheres artesãs. A conversa aconteceu na casa de uma delas e durou cerca de 4 horas. Das integrantes que se mostraram interessadas, cinco compareceram. A residência fica na 5ª unidade (Figuras 10 e 11, p. 78), local bastante pobre com ruas estreitas sem asfalto, esburacadas, com muito lixo e muitos carros desmanchados. A casa da artesã se destaca (Figura 12, p. 80), pois, apesar de ser uma casa de madeira bem humilde, é uma casa, enquanto as outras são casebres ou barracas. A casa chama atenção pelo tamanho da área que ocupa, e tudo na casa é bastante revelador desta artesã, que se sobressai por sua história de vida, suas experiências, seu produto diferenciado, suas ideias e colocações sobre diversos assuntos.

Figura 10: Região da realização do grupo de discussão



Foto: Retirada do Google Earth.

Figura 11: Vista do local onde aconteceu a discussão em grupo



Foto: M. Graúdo.

Figura 12: local de realização do grupo de discussão



Foto: M. Graúdo.

4.1.4. Conhecendo a anfitriã e seu contexto

Na entrada da casa da artesã que recebeu o grupo para a conversa, existe um pé de maracujá que faz sombra na garagem onde está estacionado um carro de modelo antigo que serve, além de transporte da família, como transporte dos materiais com os quais trabalham. Uma horta e um pomar, com uma variedade frutas, legumes, verduras e ervas, tomam conta de um quarto do terreno, o que é pouco comum para a região.

A artesã mora na casa com seu marido e um casal de filhos, e cada um possui seu quarto. O quarto do casal tem uma cama de madeira maciça, antiguidade doada que toma conta de quase toda área do quarto e pode ser visualizada da porta de entrada da casa. O quarto do menino expõe a bandeira do seu time, e o da menina um edredom rosa dá o toque de feminino ao espaço.

O banheiro pequeno foi adaptado para receber uma banheira doada e que ultrapassa a dimensão do cômodo. A sala é bem pequena e o fogão à lenha pode ser encontrado fora da casa. Eles cuidam para que na frente da sua casa nunca acumule lixo. A artesã e o marido têm cada um seu atelier, como eles mesmos denominam seus locais de trabalho. No atelier da artesã, há todo o tipo de material comprado e doado para produzir seus produtos, no atelier do marido, há muitos materiais doados e achados pelas ruas da cidade, de canos a cadeiras. Os eletrodomésticos são em maioria doados e consertados pelo marido da artesã. Cada coisa acumulada no atelier do marido terá um destino ou um significado, seja para uso da família ou para doar a alguém que esteja precisando.

O marido da artesã é bastante falante e contou rapidamente, antes de iniciar a discussão em grupo, que era do interior e que, apesar de ser o único filho homem, tinha que ajudar as irmãs nas tarefas da casa. Ele quem cuida da horta, pois adora plantas, inclusive das orquídeas que ocupam um espaço do terreno (Figura 13, p. 81). Trabalhou muitos anos fazendo cortinas e desenvolveu a técnica da marcenaria, aprendeu recentemente a fazer marchetaria e estudou quando jovem para ser piloto de avião. Ele não faz parte do grupo de economia solidária por não concordar com a forma como o grupo trabalha e como algumas coisas são impostas, o que não pode ser considerado o mesmo motivo para outros homens não aderirem ao projeto. A participação masculina no projeto de economia solidária não é grande e o participante mais frequente é um morador antigo do bairro e figura ligada à área cultural, que mais aparece como informante-chave dos trabalhos acadêmicos conduzidos no bairro. Não fica claro o papel dos homens na vida das participantes do grupo, com exceção da artesã que recebeu o grupo para a discussão e de outra participante da economia solidária que falou que se separou depois de 40 anos de casada, mas ainda cuidava do marido por ser alcólatra²⁸, as mulheres não mencionam ter maridos ou companheiros, contudo os filhos sempre tomam prioridade nas falas das mulheres.

Figura 13: Variedade de legumes, frutas, erva da casa da artesã

²⁸ O consumo de risco de bebidas alcoólicas na região é mais frequente entre os homens (16%) do que entre as mulheres (4%), de acordo com o relatório desenvolvido pelo Hospital Moinhos de Vento.



Foto: M. Graúdo.

Figura 14: Detalhes da residência da artesã que recebeu o grupo



Foto: M. Graúdo.

4.1.5. A discussão em grupo

A reunião com as artesãs aconteceu ao redor da mesa do atelier da artesã que recebeu o grupo e que ofereceu suco de limão e de maracujá feito com as frutas colhidas do seu pomar e que acompanhou a torta levada pela pesquisadora. A proposta era conduzir uma conversa descontraída e que todos se sentissem à vontade para falar. As participantes que normalmente não falavam ou dormiam durante as reuniões da ONG participaram bastante durante toda a discussão.

As entrevistadas são moradoras recentes da Restinga, de 5 a 15 anos, e a maioria foi morar no bairro por contingências ou por alguma questão de doença de família que as fizesse mudar para o bairro. Elas já tinham algum parente no local, que as incentivava a mudar, e o bairro oferecia condições de obter moradia mais barata ou custos mais adequados às suas restrições financeiras. A Restinga não era seu lugar preferido e, no começo, se assustavam muito com os problemas de violência que com o tempo não eram notórios apenas da Restinga, mas que passaram a ser problemas de outros bairros ou cidades da região metropolitana de Porto Alegre. Uma das entrevistadas mencionou que seu neto acabou se envolvendo com drogas e foi atingido durante um conflito, o que o deixou paraplégico. A maioria mora na região chamada Restinga Velha, onde se concentram os problemas de violência do bairro, local onde havia sido instalada uma unidade móvel da Brigada Militar²⁹.

“A primeira noite que eu passei aqui, eu não dormi. A gente tinha montado uma lona para dormir e havia uma boca de fumo na frente aqui de casa.”
Artesã que recebeu o grupo para discussão

“Antes a gente escutava falar de violência só na Restinga. Hoje a gente escuta sobre violência em Cachoeirinha, Canoas, Guaíba e menos aqui.”
Artesã

Por um estudo conduzido no bairro, se poderia pensar que a população do bairro fosse formada apenas dos primeiros moradores e seus ascendentes que foram obrigados a se mudar para a Restinga, contudo a partir das entrevistas conduzidas neste projeto se pôde perceber que outras duas tipologias de moradores eram reveladas, aquela que por contingências teve de optar pela Restinga para morar, e também foi possível identificar pessoas que escolheram morar na Restinga por acreditarem no seu crescimento e em suas oportunidades. Seria necessário um aprofundamento desses perfis para afirmar; entretanto, algumas evidências indicaram que, dependendo do perfil, a forma de se desenvolver e encarar as oportunidades era diferente. Entre aqueles que optaram por morar na Restinga, havia a busca por fazer algo diferente, como foi o caso de uma senhora que trabalhava com confecção de roupas de coral e roupas de religiões da matriz africana. Foi a forma que ela descobriu para se diferenciar, e toda a família (incluindo

²⁹ A Brigada Militar do Rio Grande do Sul corresponde à Polícia Militar dos outros estados.

sete filhos, genros, noras e netos) acabava colaborando ou iniciando empreendimentos de forma inovadora a partir desse estímulo, se considerando inovar como fazer algo novo e diferente. Uma das filhas costurava calças estilo saruel para crianças, a outra aproveitava papelão para fazer caixas para guardar coisas de bebê, um filho era marceneiro, o outro, eletricitista, e todos colaboravam entre si. Sua casa servia como uma espécie de creche, pois os netos ficavam ali enquanto os pais trabalhavam. As atividades organizadas no mesmo espaço, apesar de coletivas e colaborativas, tinham um sentido privado, pois realizadas principalmente pelos membros da família.

Algumas das entrevistadas tinham vindo do interior do estado do RS e lá aprenderam algumas técnicas com as quais trabalham hoje ou tiveram acesso a novas técnicas como forma de trabalho terapêutico no tratamento de casos de depressão³⁰. A anfitriã mencionou que desde pequena a arte fazia parte da sua vida e que fugia para assistir as aulas de artes que eram dadas apenas para as crianças mais velhas no colégio de freiras onde estudou. De tanto que ela insistiu, as freiras desistiram de expulsá-la da sala de aula. Ela trabalhou em banco, porém mais tarde foi trabalhar em uma empresa de brindes, onde aprendeu várias técnicas como, por exemplo, a serigrafia. Depois, descobriu as mandalas e ficou apaixonada pelo significado e pelo colorido das peças. Hoje, trabalha com mandalas, mas ampliou seus produtos para oratórios (Figura 15, p. 84), pois percebeu que quando explicava o sentido das mandalas algumas pessoas não queriam compra-las, porque havia restrição por algumas linhas religiosas. Esta é a única artesã que expõe no Brique da Redenção, feira que acontece todos os domingos no Parque Farroupilha onde são expostos e comercializados diferentes tipos de artesanatos escolhidos de acordo com a técnica, acabamento, diferenciação, entre outros critérios, por uma comissão para garantir sua qualidade.

“Sempre fui apaixonada por tecidos. Aprendi a costurar escondida. Eu tinha que tomar conta da comida, mas deixava a panela no fogo baixo e ia mexer na máquina de costura. Aprendi a fazer cestos também.”
Artesã

“Aprendi a fazer fuxico no grupo de tratamento da depressão. Fiz uma flor para o cabelo da minha filha e as amigas dela gostaram e quiseram comprar”.
Artesã

Segundo Ribeiro (1983, apud MELLO et al., 2011), o artesanato tem grande importância no fator econômico e empregatício das famílias de baixa renda dos países em desenvolvimento, isto se dá por ser uma atividade manual, tornando-a mais viável, em curto

³⁰ Depressão foi identificada em maiores proporções entre mulheres do que entre homens (22% e 9%, respectivamente), sendo um pouco mais prevalente entre indivíduos acima de 40 anos de idade, segundo o relatório de pesquisa do Hospital Moinhos de Vento.

prazo, e de baixo custo. De acordo com o Sebrae³¹ existem, no Brasil, cerca de 8,5 milhões de pessoas trabalhando com artesanato e que, segundo uma projeção do Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao Empreendedor, revela que esse mercado movimentará R\$ 52 bilhões por ano³².

Figura 15: Trabalhos desenvolvidos pela artesã



Foto: M. Graúdo.

As artesãs apontaram várias técnicas: tricô, crochê, costura, fuxico, pintura em tecido, cestaria com palha, cestaria com jornal, bonecos de meia de seda, trabalhos em madeira, trabalhos em E.V.A.³³. Para se aprimorarem em técnicas ou desenvolverem seus negócios, buscam cursos, contudo muitos são pagos, o que se torna um limitador para elas. Alguns cursos, apesar de serem gratuitos, mantêm linguagem e conteúdo pouco adequados às suas realidades.

“Aqueles consultores do Sebrae, enchem o quadro de fórmulas e eu não entendo nada”
Artesã

“Aquele coordenador da Guayí fala e eu não sei aonde ele quer chegar”
Artesã

Elas também mencionam que muitas instituições na Restinga promovem cursos, entretanto, se alguém não faz parte da instituição, não pode participar dos cursos. Voltam à questão das “panelinhas”, que para se conseguir algo é preciso fazer parte de algum grupo. Percebe-se também que, pelos seus relatos, os modelos de curso utilizados são fechados e não estimulam a criatividade, ensinam de forma a reproduzir e não a criar algo. Também questionam a rigidez de algumas instituições e métodos. Elas escolheram trabalhar de forma autônoma para não se subordinarem a chefes e a horários, assim, parece difícil lidar com regras impostas.

Algumas das críticas das artesãs com relação às instituições e ONGs estão em linha com o estudo publicado em 2000 “Voices of poor – Can anyone hear us?”, liderado por Deepa Narayan, no qual foram escutados mais 60mil homens e mulheres pobres de 60 países, que

³¹ Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

³² Folha de São Paulo – Oportunidade – 19 de Março de 2012.

³³ E.V.A = Ethil Vinil Acetat ou, em português: Etileno Acetato de Vinila, um polímero, espécie de plástico com o qual se produzem peças decorativas ou funcionais.

revelou que o papel das organizações não governamentais era limitado em suas vidas, forçando os pobres a depender primeiramente de sua própria rede informal para ajudá-los. O estudo revela que, às vezes, as ONGs recebem avaliações positivas sendo consideradas as únicas instituições em que confiam e salvam suas vidas, contudo os pobres pesquisados revelavam que além de serem grosseiros e enérgicos, os membros das ONGs não são bons ouvintes, que consideram algumas ONGs irrelevantes, interesseiras, limitadas em seu alcance e, inclusive, corruptas. Associações informais e redes podem até ajudá-los a sobreviver, mas eles têm uma função defensiva e não transformativa, fazendo pouco para tirar os pobres da pobreza.

As artesãs são mais focadas em produtos que serviços, sendo que poucas artesãs têm noção do sentido do seu trabalho, significados, para quem vendem, onde poderiam vender. Seu mundo é a Restinga, raramente saem do local, possuem poucas referências ou participam de redes ou comunidades nas quais possam trocar ideias e se atualizarem, isto se reflete nos trabalhos que possuem pouca diferenciação e inovação, seja de produto, processo ou venda. Pela lista de presença das reuniões, se pôde perceber que algumas não têm e-mail ou acesso à internet (Figura 16, p. 86), contudo, a posse de celular é comum, muitas vezes são clientes de mais de uma operadora de telefonia móvel, prática regular para a redução de custos em função de descontos em ligações e torpedos entre as mesmas operadoras.

Figura 16: As artesãs que fazem parte do Projeto da Guayí não possuem e-mail mas todas possuem celular

Nome dos(as) Participantes	Fones	Email	Orgão/Entidade
M. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
M. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
M. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]
F. [Handwritten Name]	[Handwritten Phone]		[Handwritten Organization]

Foto: M. Graúdo.

A anfitriã se destaca por ser mais articulada, questionadora, não só por possuir ensino médio completo, mas por sua experiência de vida e outras referências, o fato de ter que sair da Restinga para expor no Brique da Redenção faz com que tenha contato com outras pessoas e outros artistas. Com isso, percebe-se uma postura mais crítica, visão de competitividade e inovação, está sempre em busca de atualização e questionando seu trabalho, quer ajudar as outras a enxergarem suas capacidades e competências. Apesar de não serem tão críticas, as

outras artesãs também percebem que é necessário mudar e se capacitarem, demonstram uma vontade de progredir, mas não sabem como e quem poderia ajudá-las.

“Querida produzir algo que fosse exportado”

Artesã

“A comunicação é a alma do negócio, sem comunicar a gente não chega muito longe”.

Artesã

Figura 17: A artesã anfitriã usa vários tipos de materiais e referências em seus trabalhos



Foto: M. Graúdo.

A partir do grupo de artesanato pesquisado, pareceria o caminho mais simples optar pela participação do designer, colaborando para agregar valor aos produtos de forma a torná-los mais competitivos, porém, como menciona Zurlo (2010), o Design Estratégico é um fenômeno complexo que se confronta com fenômenos complexos, e tentar interpretá-lo significa não ceder a intenções simplificadoras. Há uma combinação de contexto e objeto de pesquisa que revela uma série de questões e problemas, que estrategicamente a solução de valorizar apenas os produtos seria limitadora do desenvolvimento deste grupo.

Não se pode pensar apenas em produtos, pois criação, produção e venda envolvem um sistema e questões mais complexas. As artesãs trabalham, em sua maioria, de forma individual e em suas casas, nem sempre dispendo de recursos como, por exemplo, máquinas ou ferramentas específicas que promovam um produto de qualidade. Boa parte de sua renda vem da venda de produtos com pouca diferenciação e com algumas limitações técnicas, em grande parte das vezes, para compradores do próprio bairro. As vendas acontecem por indicação e em algumas pequenas feiras. Possuem poucos recursos para a compra de materiais e também pouco acesso a matérias, devido à carência de ofertas do bairro. Elas têm o hábito de trabalhar com materiais doados e descartados. Como seus recursos financeiros são limitados, não podem participar de cursos que promovam sua melhor capacitação e estimulem sua criatividade, assim, se sujeitam a copiar o que é oferecido em revistas ou reproduzir o que é ensinado em cursos gratuitos. De todo modo, se percebe uma vontade de investir, empreender, mudar de vida.

O caminho o qual se mostrou o mais propício foi o que se configuraria como um sistema habilitante, mas que deveria considerar uma mínima participação das pessoas que fariam uso desta solução. Desta maneira, o grupo foi convidado a participar de forma a levantar elementos que contribuíssem para o desenho de plataforma que habilitasse o empreendimento do grupo

de baixa renda estudado. Para tal, foi organizado um workshop. Sua dinâmica e resultados são apresentados a seguir.

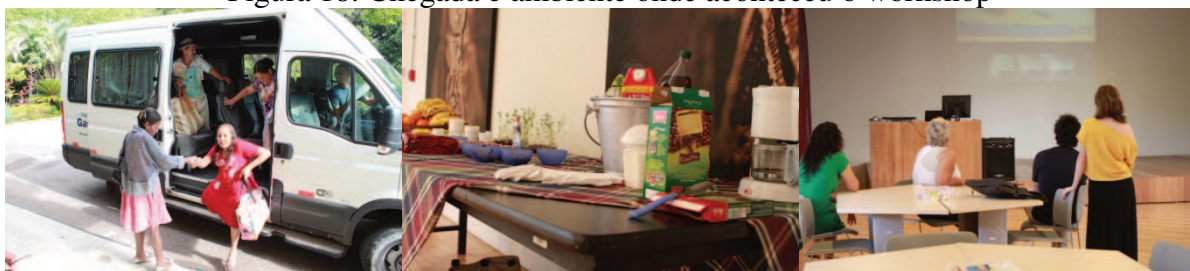
4.2 Workshop

Para evitar a palavra workshop, foi utilizado o nome oficina de ideias para, assim, estimular a participação do grupo com ideias e sugestões para levantar elementos que contribuíssem para o desenho de plataforma que habilitasse o empreendimento do grupo de baixa renda.

Houve um período intenso de planejamento e preparação do workshop, com a construção de um briefing para os colaboradores; o pensamento de uma agenda para o dia do evento e que promovesse o levantamento das informações importantes para o projeto; a seleção do perfil de pessoas que pudessem colaborar no workshop e que fosse adequado à dinâmica e ao perfil do grupo de artesanato da Restinga. A seleção do material de estímulo exigiu uma pesquisa na internet e observações sobre o tema tricô e crochê e suas possíveis aplicações. A escolha do tricô e do crochê para apresentar diferentes ideias e contextos de aplicação foi feita uma vez que são as técnicas mais utilizadas pelo o grupo de artesanato da Restinga, contudo estão limitadas a barras de pano de prato ou algumas peças tradicionais de roupa tais como sapatinhos de bebê. A partir de uma pesquisa feita na internet, foram levantadas diferentes utilizações das técnicas e se pôde perceber uma forte tendência do tricô e do crochê e suas diferentes manifestações, ultrapassando barreiras e paradigmas. A pesquisa foi suportada por questionamentos de diferentes usos, usuários, formas e contextos. Anterior aos produtos em suas diferentes manifestações, o método de pesquisa seria importante para ajudá-los na busca por referências e estímulos à criação, para isso, um computador e acesso à internet facilitariam essa busca.

A participação no workshop de cinco das dez pessoas que confirmaram a presença representou uma grande conquista, pois isto envolveu confiança, se tratou de tirá-los de suas zonas de conforto e se sentirem seguros. Os participantes chegaram cedo e trouxeram com eles seus trabalhos (Figura 18, p. 88).

Figura 18: Chegada e ambiente onde aconteceu o workshop



Fotos: M. Graúdo.

Em um primeiro momento, se tentou separá-los em dois grupos, entretanto, percebeu-se certo desconforto. Eles saíram dos grupos para uma mesa comum, para mostrarem e falarem sobre seus trabalhos e ali se mantiveram, até o final do workshop, ao redor da mesa como um único grupo (Figura19, p. 88).

Figura 19: Grupo reunido e apresentando seus trabalhos



Fotos: M. Graúdo.

A artesã que produz as mandalas foi a primeira a apresentar suas criações (Figura 20, p. 89) e contar uma história sobre seus produtos. Ela é a única que sustenta uma narrativa sobre seu trabalho e seu significado, além de ter identidade. As demais falam apenas dos produtos e não se percebe um diferencial nos trabalhos apresentados, mesmo assim consideram seus trabalhos artesanato e se sentiram ofendidas quando um determinado órgão classificou os trabalhos como terapia, o que teria uma conotação de passatempo. A palavra artesanato também carrega a palavra arte, o que as faz sentir mais valorizadas.

“Terapia? Como Terapia? Eu sempre fiz esse trabalho e me sustento com ele.”
Artesã

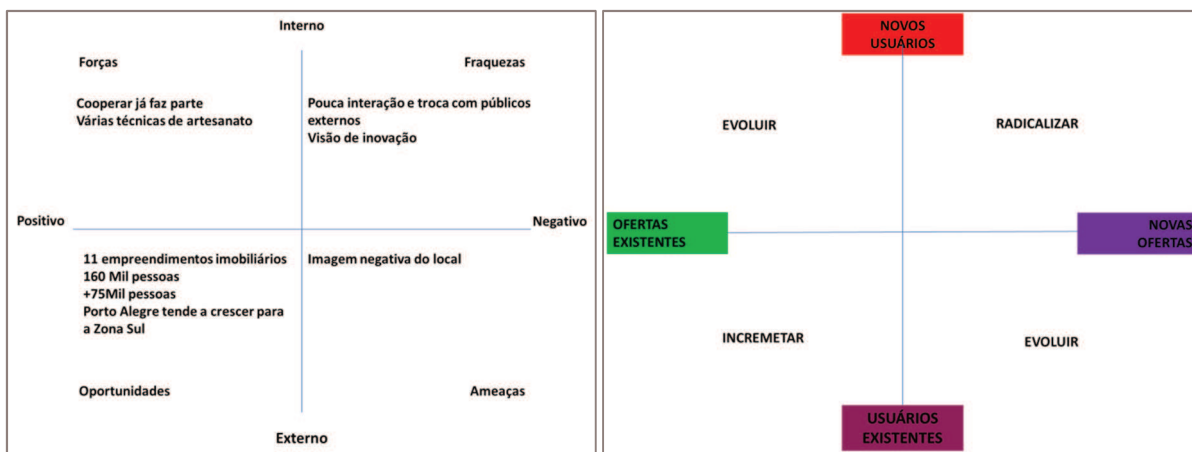
Figura 20: Exemplos dos trabalhos apresentados



Foto: M. Graúdo.

Após a apresentação dos trabalhos de cada artesã (Figura 20, p. 89), foi realizado uma espécie de *brainstorm* com o foco no negócio que estavam sendo estimuladas a montar, e, para isso, o grupo foi convidado a pensar sobre os recursos que tinham e que não tinham, o que poderiam trocar e o que precisavam aprender para que seu empreendimento fosse estabelecido. O objetivo era levantar diferentes elementos que colaborassem na construção de caminhos projetuais. A proposta fugiu à ideia inicial de se fazer uma análise SWOT que permitisse a compreensão da organização em seu contexto e negócio, a partir da identificação de forças e fraquezas da organização e oportunidades e ameaças com relação ao mercado, contudo a análise não pareceu adequada à dinâmica do grupo, além de que eles ainda não se enxergavam como organização, tampouco tinham noção de competitividade e de oportunidades. Tidd, Bessant e Pavitt consideram a análise SWOT uma prática racional e linear que se foca no concorrente e que pode sugerir estratégias com grande comprometimento de recursos para estabelecer uma vantagem competitiva frente a ele. Esta ferramenta é utilizada com frequência na administração, mas, junto às complexidades enfrentadas pelo design, pode ser um limitador de ideias e inovações. A pesquisadora chegou a fazer um exercício individual (Figura 21, p. 90), a partir da análise do material das observações e entrevistas, o qual vislumbrava uma série de oportunidades e que levou a outro cenário bem diferente do que foi revelado a partir do exercício proposto ao grupo. Se outra combinação de grupo fizesse o mesmo exercício, provavelmente o cenário teria outra configuração. Isto revela que processos coletivos são mais ricos e o envolvimento de pessoas ligadas diretamente ao problema traz outras perspectivas e amplia a discussão.

Figura 21: Exercício inicial feito pela pesquisadora a partir da análise SWOT



Fonte: Elaborado pela autora e adaptado de IDEO's Human Centered Design Toolkit.

O exercício proposto foi bastante produtivo e revelador de uma série de aspectos com relação a consumo, posse, uso e compartilhamento. Primeiro, houve uma grande dificuldade de mencionarem o que tinham, pois, “ter” ainda está associado a possuir bens tangíveis e menos a aspectos intangíveis tais como saberes e atitudes. Outro ponto: “ter” significa propriedade, e a ideia de uso comum ou acesso ainda é difícil de ser assimilada por alguns. Uma artesã insistia que, no começo, poderia fazer uso de uma máquina de costura disponibilizada de forma coletiva, contudo depois ela gostaria de adquirir a sua própria máquina.

Estamos falando de uma classe que teve recentemente, no Brasil, seu caminho facilitado para consumo e que deixa de ter apenas necessidades para manifestar desejos e demandas. Comprar é uma forma de se encontrar e de encontrar seu lugar no mundo (BENSON, 2000, apud CAMPBELL, 2006), uma atividade pela qual as pessoas descobrem quem elas são e que fornece comprovação básica de sua existência (CAMPBELL, 2006, p. 54). Os objetos adquiridos servem para mediar as relações sociais, conferir status, construir identidades e estabelecer fronteiras entre grupos e pessoas (BARBOSA & CAMPBELL, 2006). Consumir, para este público, é ter o direito à identidade e a se sentir parte de um grupo ao qual antes não pertencia. Renunciar ao consumo seria abster-se de uma etapa pela qual esperam há tempo e pela qual são instigados pelas campanhas de produtos e serviços.

Enquanto isso, em países desenvolvidos, a ideia de bem-estar fundamentada em produtos começa a se tornar insustentável e uma nova proposta baseada no acesso aparece em oposição à ideia de posse. Surge o conceito de consumo colaborativo, que possibilita o acesso a bens e serviços sem que haja necessariamente a obtenção de um produto ou pagamento pelo acesso. Neste processo, são consideradas ações como compartilhar, emprestar, alugar ou trocar, em substituição ao ato de comprar. Os sistemas de serviços de produtos, os mercados de redistribuição e os estilos de vida colaborativos estão relacionados com a desmaterialização, com a redução e com a reutilização de produtos, com menos uso e com a busca por fontes

alternativas como a participação em grupo (BOTSMAN & ROGERS, 2011, p. 156). Estes processos surgem estimulados pelas recentes crises econômicas, pela preocupação com a sustentabilidade ambiental, social e econômica, e facilitados pelo acesso à internet e pelos relacionamentos em rede.

Pelos relatos dos participantes do grupo e pelos movimentos de consumo ocorridos nos últimos tempos nas classes baixas, parece haver uma dissonância entre o momento da classe baixa e a tendência mundial de consumo colaborativo, pois pelo que foi mencionado pelos participantes do grupo de economia solidária, para eles o consumo colaborativo soa como uma contingência e não uma convicção, o que pode comprometer a adesão ao projeto de economia solidária, que justamente defende o compartilhamento e a troca de bens, serviços e saberes.

Outro aspecto que passa pelo ato de compartilhar ou pela colaboração é a confiança. Segundo Manzini (2008), organizações colaborativas são baseadas em relações colaborativas e na confiança mútua, nas quais produtos e serviços nascem da existência e da qualidade das relações interpessoais entre os envolvidos (CIPOLLA, 2004, apud MANZINI 2008). Conforme mencionado por uma participante, os pobres sempre ajudaram uns aos outros e a solidariedade sempre foi uma condição que moveu as relações sociais entre os pobres, porém solidariedade é diferente de confiança. A relação deste grupo foi estabelecida a partir do interesse na verba que seria disponibilizada pelo governo para montarem um negócio juntos, até então muitos nem se conheciam e, a partir deste momento, deveriam assumir compromissos e responsabilidades juntos, compartilhar interesses e deveres para constituir o grupo de economia solidaria. Se tratando do contexto e da história do bairro, a desconfiança é uma característica forte das pessoas da Restinga e conflitante com um dos princípios das organizações colaborativas que é a confiança.

Por alguns momentos o quadrante “o que temos” (Figura 22, p. 92) ficou com poucas palavras associadas e foram precisos alguns estímulos para que conseguissem pensar em coisas que podiam ter ou dar acesso; só então começaram a falar, contudo foi mais fácil mencionarem o que não tinham e o que precisavam aprender, revelando suas carências e limitações para constituírem sua organização. Pareceu difícil visualizarem oportunidades, já que isto tem a ver com pensar no futuro, longo prazo, abstrair, e eles demonstraram necessidade de coisas imediatas e concretas. Também esta dificuldade se associa a autoestima baixa (Quadro 4, p. 93).

O exercício de *brainstorm* não foi apenas uma chuva de ideias que coloca de forma livre o que vem à mente, sem críticas e reflexões, houve um debate, e cada palavra colocada vinha seguida de uma explicação. Quando agrupadas, algumas palavras como “fazer coisas práticas”,

“novas aplicações das técnicas”, “fazer coisas diferentes do que já existe no mercado”, “padrão de qualidade”, “diferenciação”, “fazer coisas diferentes” traduziam a necessidade deles se tornarem mais competitivos e inovadores, e que precisavam de “referências”, “estímulos”, “desenvolver a criatividade”, e de “conhecimento” para que isso acontecesse, contudo sozinhos não conseguiriam. Acreditam que o designer pode ajudá-los nessa tarefa, mas por associarem a palavra design à forma e à estética limitam sua contribuição apenas à valorização de seus produtos.

“Eu sou pescador, então eu vim aqui atrás de um peixe. O peixe é o designer que pode me ajudar a fazer as coisas melhores.”
Artesão

Figura 22: Exercício sobre os recursos disponíveis e ausentes; o quadrante “o que temos” ainda sem muitas palavras associadas



Foto: F. Fialho.

Figura 23: Exercício de recursos disponíveis e ausentes. Quadro final



Foto: M. Graúdo.

Quadro 4: Exercício de recursos disponíveis e ausentes; palavras levantadas

O que eu preciso aprender/trocar	O que eu posso ensinar/ trocar	O que não temos	O que temos
Música	acesso a internet	Recursos	ânimo
fazer coisas práticas	modificação da imagem do bairro	identidade	medo
Retorno a longo prazo	recursos da região	cooperação	cor
Novas aplicações das técnicas	sei fazer crochê	valorização do trabalho de artesanato considerado como terapia	incubadora
Fazer rede de pesca	sei fazer trico	oportunidades deficientes físico	semana da restinga
Referências	sei pilotar	Falta uma linguagem	acolhimento
Estímulos	Marchetaria	reconhecimento	diversidade religiosa
estabelecer uma estrutura organizacional	pintura em madeira	material	prazer
Fazer coisas diferentes do que já existe no mercado	reaproveitar materiais	rede	satisfação
Acesso à internet	comprar	identidade do grupo	lan house
Preciso desenvolver a criatividade	customizar	comunicação	ocupação privatização de espaços públicos
conhecimento	trabalho em madeira	estrutura	temos o Morro de São Pedro
Dignidade	tenho atelier	acesso maior a cursos / técnicas	determinação
Padrão de qualidade	bolsa	atividade de lazer	temos figura
Preciso de material para trabalhar	tapete	espaço para comercialização	temos resíduo de produção
Fazer parte dos caminhos rurais	niqueleira	responsabilidade	força de vontade
Computador	oratório		insistência
Captação resíduos da escola de sanção	porta chaves	comprometimento	empresa de ônibus
Diferenciação	trabalhos em EVA	acesso a materiais	criatividade
Logística	flores de meia de seda		temos "gato"
Auto estima	pintura em tecido		natureza
Reciclar	Minha filha faz publicidade, pode ajudar na comunicação		praças
Vontade	fuxico		ideias
Fazer coisas diferentes	sabão		figueiras
oportunidade	artesanato		distrito industrial
prazer	tenho uma horta		mão de obra
Falta mobilizar as outras pessoas	sei pescar		disposição
reconhecimento dos valores da restinga			materiais disponíveis: cordas, linha, madeira, sementes, couro, micanças, alumínio, tinta, tecido

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 24: Todos os participantes possuíam celular



Foto: M. Graúdo.

Figura 25: Dinâmica em grupo

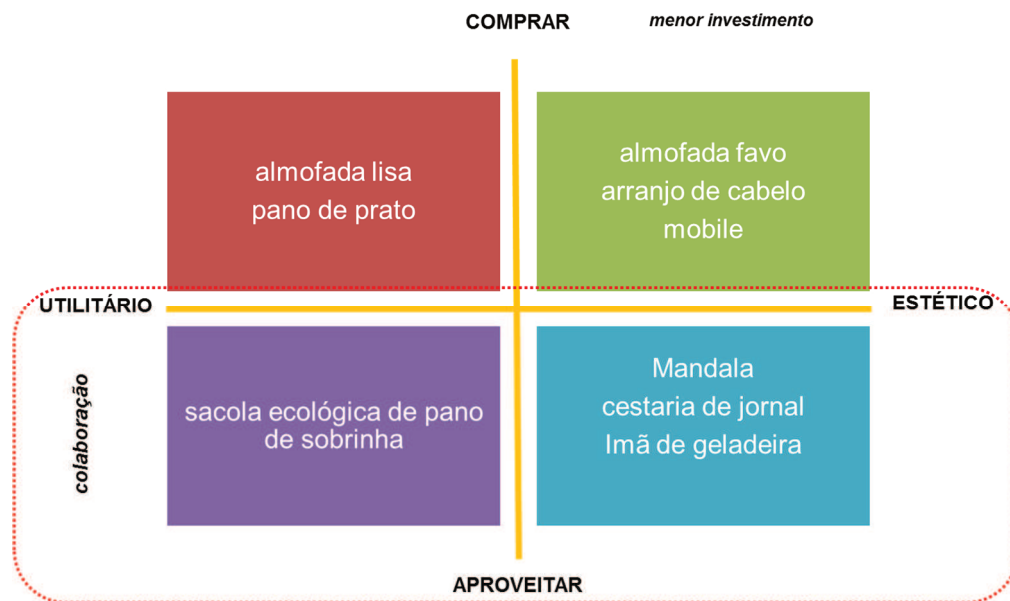


Foto: F. Fialho.

A partir do exercício de *brainstorm*, no qual foram levantados de uma forma mais livre os recursos disponíveis e necessários para que o empreendimento fosse constituído, houve uma análise do conteúdo das palavras levantadas em contraposição às reflexões geradas durante o exercício, e assim partiu-se para a construção do gráfico de polaridades (Figura 26, p. 95) que contribuiria para a construção do cenário. O gráfico foi construído considerando os eixos Comprar–Aproveitar e Utilitário–Estético, mostrando que seu negócio poderia ser construído através de produtos que fossem feitos de materiais comprados ou de materiais aproveitados, entretanto, o sentido era que houvesse o menor custo na produção das peças e que transitariam entre produtos utilitários tais como um pano de prato ou estético como uma bijuteria.

O gráfico de polaridades serviu também para terem a noção de posicionamento de seus produtos e para poderem pensar em novos itens foram apresentados. Alguns exemplos de diferentes utilizações do tricô e crochê, de produtos combinando diferentes técnicas e que deram a ideia de que poderiam trabalhar com uma técnica complementando a outra, e por fim, foram mostrados produtos que eram feitos de resíduos, porém que continham um senso estético.

Figura 26: Gráfico de polaridades: construído



Fonte: Elaborado pelo grupo.

Um aprendizado junto ao grupo de artesanato e trabalhos manuais da Restinga é que ideias apresentadas em formato de *powerpoint* (Apêndice 8) ficam muito abstratas, como se não existissem ou fossem muito distantes das suas realidades, há uma necessidade de tocar, de sentir, de observar, que ficou nítida assim que duas camisetas (Figura 27, p. 96), utilizando diferentes técnicas, foram apresentadas. Houve reações positivas, e passaram algum tempo observando e tocando as peças, tentando entender como eram feitas.

“Nossa! Que coisa linda!”

Artesã

Foi enfatizado que todas aquelas técnicas eram de domínio deles, e que apenas alguém pensou em juntá-las de forma diferente a exemplo do biscuit que normalmente é utilizado em objetos e foi aplicado à uma camiseta. As peças que mais chamaram atenção foram as que utilizavam resíduos (Figura 29, p. 97), pois os materiais reutilizáveis estariam mais acessíveis para eles, representando uma oportunidade mais concreta de trabalho. As peças de artesanato reutilizando materiais têm atraído o interesse de um público que se preocupa com questões do meio ambiente e buscam peças exclusivas que vêm agregando requinte e sofisticação, assim como peças feitas à mão que remetem a cuidado, carinho, retorno a um passado em que os

produtos não eram feitos de forma padronizada e em série. Associado a isso, alguns desses produtos são feitos por comunidades carentes, o que agrega valor social ao produto, atraindo maior interesse de pessoas que buscam comprar de forma consciente e responsável. Contudo este público não tem sido atingido com os trabalhos realizados pelo grupo, que basicamente vende para os moradores da Restinga ou em feiras da região.

Figura 27: Exemplos apresentados de combinações de técnicas com as quais os participantes trabalhavam



Fotos: M. Graúdo.

Figura 28: Detalhes das técnicas utilizadas nas camisetas



Fotos: M. Graúdo.

Figura 29: Exemplos apresentados de produtos estéticos que aproveitavam materiais



Foto: M. Graúdo.

Foi mencionado que muitas daquelas criações devem ter sido precedidas das palavras “E se...”, que têm o poder de quebrar as amarras de modelos confortáveis e que desafiam o pensamento a imaginar proposições intrigantes e de difícil execução (OSTERWALDER & PIGNEUR, 2011). Porém, ousar e correr risco, para este público, não é tarefa fácil, uma vez que há muitos medos e inseguranças com relação às suas capacidades.

O grupo decidiu por focar nos quadrantes inferiores que consideravam o aproveitamento de materiais para a criação de produtos, independente se para fins utilitários ou estéticos, pois isto envolveria um menor investimento e seria mais provável de acontecer, apesar de necessária a colaboração de outras pessoas. A visão deste cenário ampliou sua percepção de todo o sistema que poderia estar envolvido nesta proposta, e verbalizaram outras oportunidades que normalmente não visualizavam, se compararmos com os processos conduzidos pela ONG e com as falas das entrevistas em profundidade.

Figura 30: Trabalho do grupo em pensar tudo que poderia estar envolvido no cenário proposto



Foto: M. Graúdo.

A construção de uma narrativa ou uma história sobre o cenário poderia ajudar, contudo não foi necessário algum estímulo já que rapidamente começaram a visualizar as necessidades (Figura 30, p. 98) e, a sugerir, algumas ações como, por exemplo, realizar uma pesquisa junto às empresas da região sobre o descarte dos resíduos e seu destino, para com isso saberem com que tipos de materiais poderiam contar e com que frequência. As questões expostas giraram em torno de conexão, compartilhamento, colaboração, comunicação (Figura 31, p. 99). A grande preocupação do grupo de artesanato é com espaço físico para a concentração do grupo de forma contínua e estruturada. Uma das participantes deu a ideia de um ônibus que serviria como espaço de trabalho e uma forma itinerante de expor os trabalhos.

Figura 31: Áreas que precisam ser trabalhadas para que a organização se estabeleça



Fonte: elaborado pela autora a partir do exercício em grupo.

A partir da análise do grupo, do seu contexto, das necessidades levantadas baseadas na visualização de um cenário imaginável, houve uma reflexão sobre todos os aspectos e informações para a proposição de um projeto que pareceu adequado ao conjunto pesquisado e que é exposto a seguir. Um que precisa ser destacado, com relação aos exercícios conduzidos durante o workshop, foi a importância de se ter um espaço para discutir sobre os problemas e o quanto isto estimula os envolvidos nos problemas a trazerem propostas e soluções.

4.3 Proposta de solução

Esta pesquisa teve foco em uma comunidade de baixa renda da zona sul de Porto Alegre que apresentava um baixo índice de desenvolvimento humano e que, apesar de ações em algumas áreas sociais, ainda precisava realizar progressos para melhorar suas condições e promover o desenvolvimento do local. Para entender como o Design Estratégico poderia colaborar com este desenvolvimento, houve a aproximação junto a um grupo de artesãs que estava montando um empreendimento solidário, e sobre este grupo se lançou o olhar do Design Estratégico para perceber sua dinâmica, suas características e seu contexto.

A partir da observação e da análise, foi possível verificar quais características credenciam ou potencializam o grupo como uma comunidade criativa que busca soluções para seus problemas. Ou se, através de ferramentas utilizadas pelo Design Estratégico, o grupo seria estimulado a pensar nos seus problemas e a levantar elementos necessários para a construção de uma solução que colaborasse na sua capacitação, no seu desenvolvimento e na sua sustentabilidade. Também se verificou quais as premissas embasariam caminhos projetuais

mais adequados ao contexto e no desenvolvimento de sistemas habilitantes como solução ao problema enfrentado.

Entender o problema exige esforço, cuidado ativo e constante, e rigor, seguindo um método na hora de pesquisar e no momento da análise das informações levantadas. Também requer sensibilidade, e consideráveis doses de reflexão e habilidade para propor uma solução ou, devido ao caráter aberto do processo de projeto, uma infinidade de soluções. O problema aqui exposto não se trata de uma fórmula ou uma equação matemática na qual a solução é um resultado que está estabelecido e é único, ou que se opera de forma a obter o valor das incógnitas. Uma equação matemática é algo muitas vezes complicado, contudo diferente de relações sociais que são caracterizadas como complexas, conforme menciona Frascara (2002). A equação que se enfrenta nesta pesquisa, para se propor soluções para o problema, envolve pessoas e suas relações sociais e, ao ponto que pessoas são envolvidas em uma equação, o problema se torna complexo (FRASCARA, 2002). Com um grau de complexidade maior por se tratar de uma comunidade de baixa renda com suas limitações e seus problemas cotidianos, sendo que a natureza de cada problema pode sugerir um espectro de disciplinas específicas para confrontá-lo (FRASCARA, 2002) e que ainda pode admitir diferentes soluções. Porém, como aponta Manzini (2008), pensar em soluções promove uma abordagem sistêmica, o que traz vantagens sociais e ambientais.

A solução projetual proposta ao final deste trabalho se baseou nas observações, informações e aprendizados revelados através de todas as etapas desta pesquisa, e que também considerou muitos aspectos propostos pelas pessoas envolvidas no grupo pesquisado, durante o workshop. Houve também uma pesquisa de casos que contribuíssem com o projeto e servissem como referências. Buscaram-se tendências e manifestações que pudessem ser adaptadas à realidade local ou servissem como exemplos, mas que não reduzissem ou limitassem as ideias. Através da análise do contexto do grupo, de seus relacionamentos, de suas forças e fraquezas, do entendimento de suas barreiras, motivações e oportunidades, procurou-se uma forma de facilitar o processo de constituição do grupo, seu processo criativo e colaborativo, e seu caminho para a inovação. A sugestão aqui apresentada se trata de uma análise e de interpretação da pesquisadora, que foge à realidade coletiva e colaborativa do design. Esta proposta ainda precisaria ser validada e testada junto ao grupo para que possa ser implantada ou sirva de inspiração para outra proposta e de preferência com a participação dos atores envolvidos para que venha a satisfazer plenamente suas necessidades.

Esta proposta fica entre a prática de projetar para as pessoas e projetar com as pessoas, já que teve o envolvimento do grupo em boa parte do processo de pesquisa e considerou muitos

elementos sugeridos pelo próprio grupo, contudo não houve participação do grupo no desenho do projeto. Não se caracterizando assim como uma postura totalmente passiva, também não sendo uma participação completamente ativa e longe do grupo ter controle total do processo, ou seja, no qual a solução é projetada pelo grupo.

Antes de apresentar a solução proposta, são oferecidas as premissas que orientaram a lógica do caminho sugerido e que podem servir como base para a projeção de outras soluções, sistemas ou experiências para o grupo estudado. De acordo com Manzini (2008), antes de iniciar um processo de design, algumas considerações fundamentais devem ser feitas, e estabelecidas orientações e diretrizes capazes de guiar escolhas de design em direção a soluções que, com base no conhecimento e na experiência, mostrem ter maior chance de sucesso, isto é, que sejam soluções sustentáveis.

4.3.1. Premissas

Para Manzini (2008), apesar de a criatividade e as atitudes colaborativas não poderem ser impostas, e as comunidades criativas não poderem ser planejadas por completo, algo poderia ser feito para promover seu nascimento e auxiliar sua existência. Manzini (2008) sugere que para isso se faria necessário identificar e gerar elementos materiais e imateriais de forma a fomentar iniciativas criativas do grupo. Também seriam indispensáveis as intervenções com diferentes tipos de suporte; tolerância para aceitar o que não se encaixa em normas e regras; romper padrões estabelecidos; desenvolver soluções habilitantes na busca por propostas inovadoras.

O grupo de artesanato da Restinga se formou não por iniciativa dos participantes, mas apoiado pela ONG que tinha como objetivo ajudar o grupo a montar um empreendimento na linha da economia solidária e que trouxesse melhorias de suas condições de geração de renda e colaborasse com a diminuição da violência. O grupo de artesanato foi motivado principalmente pela quantia em reais que seria disponibilizada pelo governo para sua constituição, mas, para a liberação da verba, um modelo de negócio deveria ser projetado. O procedimento da ONG seguia um método, mas não considerava como princípios a orientação para o futuro, o estímulo de ideias de diferentes modelos de negócio, não considerava olhares transdisciplinares ou o desenvolvimento de condições e soluções inovadoras que tornassem o empreendimento competitivo e sustentável a longo prazo. Contudo, apesar do modelo da ONG não ser orientado para a inovação, a instituição promoveu dois importantes movimentos na comunidade: a reunião do grupo gerando a discussão sobre o tema economia solidária e a introdução de um conceito de assistência no qual seus participantes passavam a ser responsáveis pelos resultados do projeto e não mais meros receptores dos benefícios.

Dadas essas condições de intervenção de cima para baixo, com a orientação partindo da ONG para o grupo de artesanato e trabalhos manuais, este poderia não ser classificado como uma comunidade criativa. Segundo a literatura, uma comunidade criativa é aquela caracterizada por pessoas que se unem de forma espontânea e colaborativa, criando, aprimorando e gerenciando soluções inovadoras para novos modos de vida (MERONI, 2007, apud MANZINI 2008), muitas vezes reorganizando elementos já existentes em novas e significativas combinações. Havia também uma dúvida, pois os exemplos apresentados por Jégou e Manzini (2008) para comunidades criativas e colaborativas se baseavam em estudos conduzidos em países de economia industrial consolidada, que já haviam alcançado um patamar no processo de economia do conhecimento mais avançado, bem diferente do caso estudado neste trabalho e seu contexto. Mesmo os exemplos apontados por Manzini (2008), como o clube de compras e o compartilhamento de carros, revelavam um perfil diferente do grupo de artesanato da Restinga, já que ambos envolviam pessoas de classe média alta. Contudo, olhando os exemplos estudados pelo CCSL (2007) no Brasil, fica claro que o conceito de comunidade criativa pesquisado na Europa é diferente em países emergentes. No Brasil, Índia e China, os casos têm a ver, por vezes, com a melhoria da condição de vida de pessoas pobres de áreas rurais ou favelas, e, em alguns casos, sua criação influenciada por intervenções de cima para baixo, como observado no exemplo que fez parte deste estudo. Desta forma, mesmo que seu significado e motivações sejam diferentes das encontradas na Europa, as ideias sobre as quais se baseiam seriam as mesmas, tendo em comum a colaboração, o empreendedorismo e a promoção do valor social (CCSL, 2007).

Ainda que motivados pela proposta de investimento e incentivados a empreender por uma organização externa, alguns pontos facilitavam a formação de uma comunidade criativa. A ONG incentiva a autogestão e protagonismo dos envolvidos, a partir do momento que o grupo de artesanato da Restinga se reuniu e que tem como princípios básicos a união e a colaboração, seus participantes começaram a se mobilizar, a se organizar e a criar algo novo para seu contexto. Quando estimulados também pela lógica do Design Estratégico, como observado no exercício do cenário durante o workshop, pensam em novas possibilidades e novas formas de realizar seu trabalho a partir dos recursos disponíveis e através de uma atitude colaborativa. Assim, podemos dizer que há potencial para se tornarem uma comunidade criativa.

Ao observar e investigar o grupo de artesanato da Restinga, foram identificadas características e atitudes que conferiam potencial para que o grupo se tornasse uma comunidade criativa, contudo ainda seria necessário gerar um contexto inspirador e que promovesse ideias,

ações e empreendimentos criativos. O método do Design Estratégico e suas ferramentas utilizadas durante o processo de pesquisa se mostraram estimulantes de modo a instigar a capacidade criadora e ampliar as visões do grupo sobre possibilidades de soluções para seus problemas.

Manzini (2008) menciona também que, para uma comunidade criativa se desenvolver, é preciso que haja a ação direta dos participantes, sua capacidade e vontade de agir. Foi justamente o observado em um determinado período, no qual o grupo de artesanato começou a desconfiar da liberação da verba para o projeto. Como já estavam se reunindo e se mobilizando para a construção do empreendimento, o grupo continuava unido e buscando outras possibilidades, se baseando menos na certeza da verba para ajudá-los. Os participantes disseram que tinham vontade e disposição para agir, contudo eles levantaram uma série de capacitações e elementos que faltavam para que isso acontecesse de forma plena.

Apesar das características apresentadas pelo grupo, que indicavam seu potencial para se transformar em uma comunidade criativa, verificaram-se duas fragilidades da comunidade ligadas a aspectos importantes para o processo de inovação: conhecimento e sustentabilidade.

Em um ambiente de baixa escolaridade, no qual há poucos estímulos na busca por informação, poucas interações, além de baixa autoestima, estimular a busca, a geração e a gestão do conhecimento torna-se indispensável para o grupo como forma de se desenvolver e estar capacitado dentro de uma sociedade cada vez mais competitiva. Para que o conhecimento tácito se torne coletivo e que mais práticas de conhecimento explícito sejam desenvolvidas, é importante promover a integração, interação e conexão, de forma a ocorrer colaboração, compartilhamento e socialização de informações neste processo. A formação de redes internas e externas facilitaria este processo, ou como uma artesã mencionou, promover “a mandala de amigos”.

Baseado no grupo estudado neste trabalho, para que a baixa renda adquira conhecimento, a forma presencial seria preferível devido ao seu processo cognitivo. Torna-se importante mobilizar as pessoas a participarem do processo, mas também é preciso considerar a resistência de algumas pessoas se aproximarem da comunidade e não haver custo de deslocamento dos participantes do grupo.

Manzini (2008) menciona que intervenções externas podem colocar em risco o equilíbrio de comunidades criativas. No caso pesquisado, o grupo ainda não tinha domínio de si e uma completa integração, desta forma, as intervenções precisariam promover maneiras de colaborar para que o grupo buscasse equilíbrio, se estabelecesse como organização, começasse a desenvolver o negócio de forma criativa e sustentável, além de construir sua identidade. O

grupo de artesanato possui uma expectativa grande nas intervenções externas, acreditando que as pessoas de fora têm muito mais informação e capacidade para ajudá-los que eles próprios. Assim, para melhorar a autoconfiança seria preciso assumir uma postura ativa, participativa e colaborativa com maior controle do processo.

Ao invés de intervenções que trazem o significado de autoridade e muitas vezes geram dependência, e com o objetivo de ampliar o protagonismo do grupo, consistiria em algo necessário ao seu desenvolvimento estimular interações de diferentes tipos no sentido de desenvolver relações e ações de reciprocidade entre os membros do grupo e entre outras pessoas e grupos diferentes, assim a proposta deveria considerar menos intervenções de cima para baixo e mais interações de baixo para cima e entre pares para troca de informações sobre temas e assuntos de interesse comum, formando uma comunidade de prática.

Pode parecer que as interações e as soluções são de responsabilidade exclusiva dos designers, pois como Manzini (2008) demonstra que a razão de ser do design é melhorar a qualidade do mundo e lidar com as interações de pessoas com objetos, mais que qualquer um, os designers poderiam ser parte da solução dos problemas. Já Frascara (2002) expõe que, se antes o design era entendido como a interação das pessoas com os objetos, agora será necessário desenvolver um melhor entendimento do design como interação de pessoas com pessoas. Trata-se de um mecanismo complexo, entretanto fundamental para a existência em longo prazo ou para o surgimento de comunidades criativas, o que envolve outros atores, com suas competências e habilidades.

Em um contexto onde se percebe pouca consciência ecológica, o descarte inadequado de materiais, a utilização de dois a três celulares por pessoa, a visão da comunidade como consumidores e um aumento significativo da população, o aspecto de sustentabilidade precisa ser considerado de forma ampla, em dimensões sociais, econômicas e ambientais. Incentivar a preservação do meio ambiente; o aproveitamento de materiais descartados pela indústria e pela comunidade, como proposto no cenário possível desenhado pelo grupo; incentivar o compartilhamento, o empréstimo e a troca em substituição ao ato de comprar, são algumas formas de colaborar com este aspecto e ainda gerar menor custo para o grupo. O ato de projetar, produzir, consumir e descartar deve ser um ato de cidadania por meio do qual todos os envolvidos no processo podem contribuir, e, considerando a proporção da comunidade da Restinga, qualquer ação de sustentabilidade terá um grande impacto.

De tal modo, um caminho projetual adequado ao contexto e ao grupo, seria aquele em que se estimulasse e facilitasse as interações, que promovesse o fortalecimento das qualidades relacionais e do conhecimento, valorizando as competências individuais; fatores

fundamentais para estabelecer a participação direta e ativa de todos os atores envolvidos. Porém, como se trata de relações humanas com diferentes aspectos, torna-se importante abarcar uma gama de disciplinas com olhares e experiências diversos. E ainda seria necessário promover o interesse e a acessibilidade ao grupo e à comunidade, já que o bairro possui uma população maior que muitos municípios e as pessoas externas possuem resistência em frequentar o bairro, dada sua imagem negativa devido aos problemas de violência ou devido à longa distância da região com maior densidade demográfica da cidade.

Ao observar e tentar entender a realidade complexa do grupo de baixa renda que utiliza o artesanato e trabalhos manuais para gerar renda dentro do contexto do bairro Restinga, e ainda com o estímulo de um cenário imaginável, verificou-se uma série de elementos que faltavam e barreiras para iniciarem seu processo de organização e criação de seu empreendimento. Observou-se, também, um conjunto de elementos que poderiam ser reorganizados e possibilidades para construírem seu negócio, evoluindo de forma criativa, inovadora e sustentável.

Partindo-se do fato de que o grupo tem como princípios básicos a união e a colaboração, que são aspectos fundamentais para a constituição das comunidades criativas, além de apresentarem postura participativa e vontade de agir na busca de soluções para seus problemas, foram consideradas as seguintes premissas como base para os caminhos projetuais (Quadro 5, p.105-106):

Quadro 5: Premissas para o desenvolvimento de projetos de Design Estratégico no contexto pesquisado

Problema	Premissa	Solução/Soluções	Benefício
Poucos recursos financeiros	Ações, soluções devem envolver o menor custo	Fazer uso do que está disponível Criar moedas de troca Banco de horas Utilizar serviços gratuitos	Menor investimento /gastos
Deficiência como empreendedores	Estimular as pessoas na participação de projetos e depender menos de terceiros Empoderamento	Projetos que utilizem as competências e habilidades de cada um	Troca de saberes Capacitação
Falta de recursos/ equipamentos/ materiais	Compartilhar	Utilização de espaços e equipamentos comuns	Sustentabilidade Socialização
Isolamento /distanciamento	Facilitar acesso	Redes de relacionamento reais e virtuais	Troca de conhecimento

			Busca por conhecimento Socialização
Imagem negativa do local	Promover integração	Eventos inusitados e participativos Dar mais colorido ao local	Socialização
Espaços públicos degradados	Resgate e estímulo ao uso de bens comuns	Reuniões públicas	Socialização Troca de ideias Troca de conhecimento Visibilidade do projeto Sustentabilidade

Fonte: elaborado pela autora.

Algumas premissas se alinham com aspectos considerados por Manzini (2008) no processo de transição à sustentabilidade. O autor aponta que esta transição será um processo de aprendizagem no qual as pessoas viverão melhor consumindo menos e promovendo o reestabelecimento da qualidade do ambiente físico e social (Manzini, 2008). Para o design de uma solução rumo à sustentabilidade, certas considerações fundamentais devem ser feitas antes de começar um adequado processo de projeção, são “indicações gerais e sugestões específicas capazes de guiar escolhas de design rumo a soluções que, com base no conhecimento e na experiência, pareçam ter maior chance de sucesso, ou seja, soluções sustentáveis” (Manzini, 2008). Assim, deve-se pensar antes de fazer, ter consciência das implicações gerais do projeto; promover a variedade; proteger e desenvolver a diversidade como sinônimo de sustentabilidade; valorizar produtos locais e reduzir a necessidade de novos, compartilhar instrumentos e equipamentos; fortalecer as pessoas, estimular sua participação e as capacidades individuais; desenvolver sistemas habilitantes e redes.

Há uma grande complexidade do contexto e do grupo que se refletiu nas etapas de pesquisa e que ainda exigiria uma continuidade do trabalho para que todo o processo de Design Estratégico fosse aplicado. A realidade encontrada demandou grande investimento de tempo para se chegar à comunidade, obter sua aceitação, realizar a pesquisa contextual, além de um trabalho grande de análise, crítica e reflexão sobre os dados. Desta forma, não se trataria apenas de aplicar um modelo e esperar como resultado um projeto estruturado e executado em pouco tempo. A pesquisa pré-projetual é uma etapa densa e rica de informações, de modo a qualificar os resultados intermediários (Celaschi, 2006). Resultados desta etapa precisam ser interpretados por diferentes olhares, competências e formações, com o envolvimento dos principais interessados, o grupo de artesanato, de maneira a criar conceitos e dar materialidade aos mesmos.

Sendo assim, a proposta apresentada a seguir se refere a um projeto que propõe bases para a projeção de soluções que se orientaram a partir das premissas levantadas. Dada esta complexidade, as bases propostas podem facilitar a continuidade do projeto, bem como a projeção e a execução de soluções futuras com maior probabilidade de se adequar às necessidades do grupo e do contexto, de forma a promover seu desenvolvimento.

Neste sentido, a proposição de um caminho que pareceu adequado ao conjunto pesquisado que envolve esta situação procurou deslocar o foco do produto para o sistema e no qual o design poderia contribuir de forma estratégica na projeção de um contexto favorável e que habilitasse o grupo de artesanato da Restinga. Algo que o tornasse capaz de compartilhar equipamentos e saberes, acessasse e buscasse informações, referências e conhecimento, além de conectar com colaboradores, clientes e fornecedores, de modo a se desenvolver de forma criativa e sustentável.

4.3.2. Projeto

A proposta aqui apresentada parte das premissas que surgiram da análise e tem como objetivo criar um contexto favorável e criativo para que o grupo de artesanato se desenvolva como uma comunidade criativa na busca de soluções inovadoras para seus problemas. Trata-se de uma proposição teórica, que sugere algumas bases de projeção de um sistema habilitante e que ainda deveria ser testada junto ao grupo estudado e principalmente estimulá-lo a projetar soluções que sejam mais adequadas para sua realidade. Ao mesmo tempo, considera ações que facilmente poderiam ser implantadas no curto prazo, de forma a contribuir com o desenvolvimento do grupo de artesanato e trabalhos manuais da Restinga.

A ideia considerou realizar ações de forma sequencial ao longo do tempo para fortalecer alguns aspectos e facilitar o processo de aprendizagem do grupo (Figura 32, p. 108). Em um primeiro momento, seriam incentivadas as ações de compartilhamento entre o grupo. Depois, estimuladas as ações de busca e acesso ao conhecimento, se estabeleceria um processo de colaboração, em termos de conhecimento, capacitação e materiais, para a produção. Logo após, se faria necessário o estabelecimento de um posicionamento e de um fortalecimento das redes e das interações com os diferentes *stakeholders*. A partir desta etapa, seria possível projetar uma solução habilitante que promovesse a acessibilidade, a eficácia e a replicabilidade do grupo.

Figura 32: Processo de ações



Fonte: Elaborado pela autora.

4.3.2.1. Compartilhar

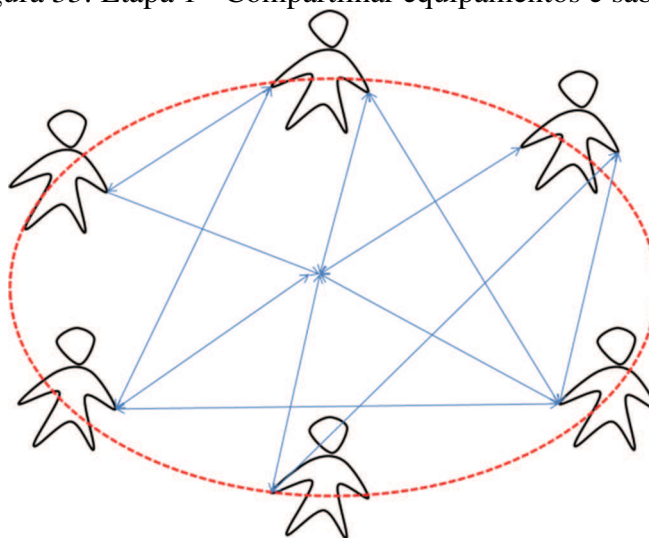
O grupo não possui ainda um local estabelecido para suas atividades, o que, segundo seus participantes, é algo importante para consolidar o negócio, se estabelecer fisicamente e construir a identidade do grupo e que revela a aceitação do conceito de compartilhar e da visão que passa de individual a coletiva. Como visto no workshop que mostrou uma série de questões com relação a consumo, posse, uso e compartilhamento, a ideia de posse significa propriedade, e alguns tinham dificuldade de assimilar o conceito de uso comum ou acesso, já que para eles comprar e possuir era uma forma de se posicionar, construir identidades e comprovar sua existência, como aponta Campbell (2006).

Por ocasião das reuniões do grupo, da entrevista em profundidade e do workshop que não aconteceram sempre no mesmo local, observou-se que ideias surgiam e um aprendizado era gerado a partir desses encontros. Assim, é importante promover a reunião do grupo e que eles possam compartilhar os elementos materiais e imateriais necessários para seu desenvolvimento. Isto promove alguns aspectos apontados por Manzini (2006), como a transição rumo à sustentabilidade, que requer descontinuidades sistêmicas nas quais se consome menos, se utilizam menos recursos e se demandam menos produtos, ao invés de cada participante ter um equipamento que, em boa parte do tempo, fica ocioso. Outro aspecto

fundamental é a socialização, que traz o fortalecimento das pessoas com sua participação, estimula suas capacidades e reforça o tecido social (MANZINI, 2006). Ou, como Giddens (2012) revela que, através das rotinas de interação, vai-se conferindo estrutura e forma àquilo que é realizado. Assim, o que se faz necessário para construir a identidade do grupo e fortalecê-lo de dentro para fora é estabelecer rotinas e encontros.

Dada esta situação, enquanto os participantes do grupo de artesanato ainda não possuem um local onde o projeto possa se estabelecer fisicamente, outra forma de promover a concentração do grupo de maneira contínua e estruturada é manter os equipamentos de uso comum nas casas de cada participante, organizados por algum tipo de logística ou similaridade de processos. Isto contribui para reforçar o relacionamento e aumentar a confiança entre eles. O grupo pode considerar uma agenda e horas de uso de cada equipamento pelos componentes do grupo. Reuniões para troca de ideias e saberes entre os participantes, podem ser feitas no Centro de Assistência da Restinga, local já bastante frequentado pela comunidade, ou ainda promover as reuniões a cada período na casa de um dos participantes, ou mesmo nas praças do bairro. Assim como no grupo de discussão, no qual a anfitriã ofereceu sucos feitos a partir de frutas de seu pomar, sugere-se o incentivo do plantio de árvores frutíferas nas casas dos participantes para que fossem estimulados a contribuir com o meio ambiente e reduzir os custos da recepção do grupo. O ato de promover as reuniões nas praças, com os sucos sendo oferecidos, pode atrair outros participantes e colaboradores, além de gerar um resgate dos bens comuns.

Figura 33: Etapa 1 - Compartilhar equipamentos e saberes



Fonte: elaborado pela autora.

4.3.2.2. Acessar

Durante o exercício de *brainstorm* realizado no *workshop*, surgiram palavras tais como “fazer coisas práticas”, “novas aplicações das técnicas”, “fazer coisas diferentes do que já existe no mercado”, “padrão de qualidade”, “diferenciação”, “fazer coisas diferentes” que, quando agrupadas, traduziam a necessidade do grupo se tornar mais competitivo e inovador. Para que isso ocorresse, o grupo revelou que precisava de “referências”, “estímulos”, “desenvolver a criatividade” e de “conhecimento”, contudo, sozinhos não conseguiriam. Apenas uma participante disse que entrava nas lojas “chiques” para ver o que era vendido e comparar com os produtos que produzia, as demais, além de não transitarem por algumas regiões da cidade, não se sentiam à vontade de fazer o mesmo. O grupo de artesanato possui baixa autoestima e acredita que as pessoas de fora têm muito mais informação e capacidade para ajudá-los do que eles próprios. Devido às restrições orçamentárias e o preconceito com relação ao bairro, os participantes nem têm acesso a cursos ou materiais de qualidade, nem há disponibilidade de colaboradores capacitados e dispostos a ensinar gratuitamente no local.

Um primeiro passo com relação a ter referências pode ser dado de maneira simples, sem constrangimentos e promovendo a ação direta dos participantes. Aproveitando a forte tendência do “D.I.Y.”³⁴, sigla para *Do It Yourself*, em português, “Faça você mesmo”, e sua popularidade devido a fatores como:

- A recente crise econômica que promoveu a busca por alternativas de consumo e ter acesso a bens feitos pelas próprias pessoas com materiais acessíveis, de baixo custo, mas com impacto estético.
- O incentivo ao consumo consciente que estimula as pessoas a pensar e agir de maneira sustentável, valorizando produtos locais ou feitos por elas mesmas.
- A satisfação de realizar projetos fáceis e de resultado rápido.
- A busca por produtos exclusivos e personalizados como forma de diferenciação e de autoexpressão em um mercado de massa.

Tudo isto faz com que uma série de referências de produtos ou técnicas utilizadas pelos participantes do grupo esteja disponível na internet.

O isolamento e a falta de acesso à informação, referências e conhecimento podem ser sanados tendo como ferramenta habilitante um computador e acesso à internet, através do que se podem fazer buscas, tendo uma lista de palavras-chave em português e também em inglês para orientar a procura (ex.: artesanato, *craft*, D.I.Y., faça você mesmo). Assim como há uma lista de palavras-chave, pode haver uma lista de sites que vêm chamando a atenção com

³⁴ Relatório preparado pelo portal de pesquisa de tendências WGSN.

propostas de produtos artesanais e que aproveitam materiais recicláveis. Seguem alguns exemplos:

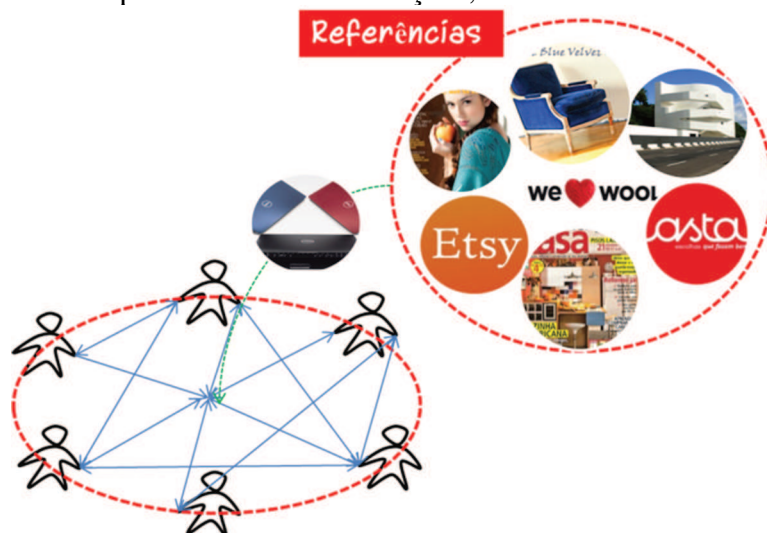
- Bem simples: <http://www.bemsimples.com>
- Casamenteiras: <http://casamenteiras.com.br/>
- Reciclar: Ajuda quem sabe (facebook)
- Casa de colorir: <http://www.casadecolorir.com.br/>
- Lu Gastal: <http://www.lugastal.com.br/>
- Clube do Pano by Lu Gastal: <http://clubedopanologastal.blogspot.com/>
- Mana Bernardes: <http://manabernardes.com/>
- Rede Asta: <http://www.asta.org.br/>
- Senai Cetiqt: <http://www.cetiqt.senai.br/>
- Meu Móvel de Madeira: <http://www.meumoveldemadeira.com.br/>
- Blue Velvet Chair: <http://bluevelvetchair.blogspot.com.br/>
- GNT: <http://gnt.globo.com/casa-e-decoracao/>
- Etsy: <http://www.etsy.com/>
- Cool hunting: <http://www.coolhunting.com>
- We love wool: <http://www.fashionbyfeelings.com/?source=planting#/find>
- A pair & a spare : <http://www.apair-andaspire.blogspot.com.br/>
- Runway DIY: <http://runwaydiy.com/>
- Glitter & Glue: <http://glitternglue.com/>
- P.S. I made this: <http://psimadethis.com/>

A proposta de acesso e pesquisa a esses sites não é um incentivo à cópia de produtos, mas que isso sirva de inspiração, auxilie no caminho e no posicionamento do empreendimento, promova mais confiança ao grupo e incentive algumas ousadias. Ao mesmo tempo, esta tendência do “faça você mesmo” demonstra a valorização de produtos que o grupo tem potencial de produzir a partir das técnicas já utilizadas.

Outra proposta é a organização de visitas a museus, aproveitando que os museus (MARGS, Fundação IBERÊ) em Porto Alegre são gratuitos, essas visitas podem ocorrer no dia do passe livre, quando se tem acesso gratuito aos ônibus, de modo que não haja gastos no deslocamento. Assim como museus que são gratuitos, há várias bibliotecas em instituições de ensino e centros culturais que dão acesso ao seu acervo à população. Na Restinga, há uma biblioteca pública dentro do CECORES/CRAS e pode ser pesquisado como se dá a aquisição de livros para a comunidade. Alguns exemplos de bibliotecas públicas e privadas:

- Biblioteca Pública do Estado do RS - Porto Alegre
- Biblioteca Pública Municipal Josué Guimarães – Restinga
- Biblioteca do Goethe-Institut Porto Alegre
- Biblioteca do Instituto Cervantes de Porto Alegre
- Biblioteca Central Irmão José Otão – PUCRS
- Biblioteca da SMED
- Biblioteca de Arquitetura e Artes – UFRGS

Figura 34: Etapa 2 - Acessar informações, referências e conhecimentos



Fonte: elaborado pela autora.

4.3.2.3. Colaborar

A dinâmica do workshop foi uma prova de que ao se juntarem olhares, experiências e vivências diferentes, durante o debate sobre um determinado tema, há um estímulo para se pensar em novas ideias, para revelar ideias individuais que encontram eco em outros exemplos. O grupo possui muitas ideias, mas também muitas dúvidas e muitas vezes precisam de suporte, contudo seus participantes, melhor que qualquer um, sabem das suas realidades, de seus problemas e dificuldades.

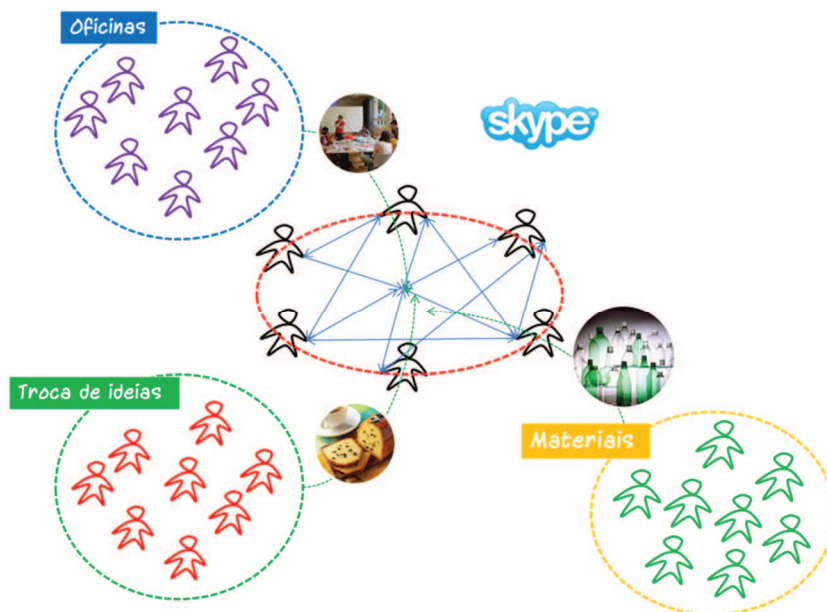
Como mencionado anteriormente, a inovação é uma questão de conhecimento e de criar novas possibilidades por meio da combinação de diferentes conjuntos de conhecimento, sejam eles tácitos ou explícitos (TIDD, PAVITT & BESSANT, 2008). Assim como nas empresas nas quais os conhecimentos não estão restritos às fronteiras de seus domínios, nas organizações sociais ocorre o mesmo, sendo necessário um fluxo de conhecimento, no qual os recursos transitam no limite entre a organização e seu exterior. A procura e o compartilhamento de conhecimento através das redes de conhecimento informal ou as chamadas Comunidades de Práticas, cuja formação está baseada em interesses comuns e vínculos sociais informais de indivíduos com competências heterogêneas (BETTIOL & SEDITA, 2011), são consideradas extremamente importantes para aprendizados e inovação.

Para o desenvolvimento do grupo, a formação de redes que geram relações não hierárquicas precisa ser estimulada e fortalecida em suas conexões.

Isto se revela também como uma forma de estimular o acesso ao conhecimento através do diálogo com comunidades de prática, a busca por colaboradores que se identifiquem com a causa e possam compartilhar seus saberes capacitando o grupo e que se mobilizem fornecendo materiais que possam ser usados na confecção de produtos. Aproveitando a facilidade dos tempos atuais de estabelecer conexões e formar redes, este movimento pode promover o apoio necessário para troca de ideias com organizações similares, oficinas de capacitação e a coleta de materiais recicláveis. Ainda será preciso pensar em uma forma de não haver custos na logística e no armazenamento dos materiais doados, o que foi uma das preocupações levantadas pelo grupo. Considerando as questões de distância, tempo ou mesmo a imagem violenta da Restinga, se pode usar o Skype® como uma ferramenta habilitante e promover encontros virtuais para a troca de ideias e capacitações.

Durante as reuniões presenciais, vale estimular o oferecimento de bolos feitos pelos participantes como forma de agradecimento pela colaboração, mas também como o símbolo de repartir e compartilhar ideias. Esta ideia foi inspirada pela ocasião das discussões em grupo, quando a pesquisadora, em forma de agradecimento pela participação, ofereceu um bolo para o grupo, inspirado na organização Pie Lab (<http://pielab.org/>), que é uma loja de tortas que se propõe a reunir comunidades e se baseia na ideia de que coisas simples como uma torta e uma conversa podem aproximar pessoas, estimulando ideias, e essas ideias, associadas ao design, podem promover mudanças positivas para a sociedade. Preparar tortas e bolos pode estimular também a participação de outro grupo que estava planejando criar um empreendimento ligado à culinária. "Reparte" foi o nome escolhido pelos participantes para o grupo de artesanato e trabalhos manuais, que significa Restinga Pontos de Arte.

Figura 35: Etapa 3 - Sistema de colaboração – conhecimento, capacitação e materiais



Fonte: elaborado pela autora.

4.3.2.4. Posicionar

Zurlo (2010) se refere a posicionamento como uma identidade clara, que é eficaz na diferenciação, de forma a atrair e interessar os outros, onde há tanto a definição de uma filosofia própria e interna da organização, quanto a necessidade de se encontrar um posicionamento distintivo e vantajoso no ambiente externo.

O grupo não tinha uma ideia clara de posicionamento, o exercício de cenário deu a orientação de um caminho, de uma oportunidade, que era trabalhar com o aproveitamento de materiais, de forma a produzir produtos estéticos ou utilitários, todavia, ainda precisaria ser desenvolvido o trabalho de uma identidade e proposição de valores claros, que pudessem atrair e fizessem sentido para um determinado público e, principalmente, para o próprio grupo. Seria preciso trabalhar em todos os elementos da cadeia de valor que sustentam esse posicionamento, onde o Design Estratégico pode contribuir, também.

Através do workshop, foram levantadas algumas possibilidades como, por exemplo, o grupo de artesanato e trabalhos manuais se associar a um grupo de profissionais da área da gastronomia, setor que assume cada vez mais importância no cenário econômico, atraindo vários estudantes para universidades³⁵ e estimulando a abertura de restaurantes. Baseado nesta

³⁵ Na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), o curso de gastronomia desbancou o de medicina, tradicionalmente o mais concorrido no vestibular. Foram mais de 115 candidatos por vaga. Hoje, 96 instituições de Ensino Superior oferecem o curso de gastronomia no Brasil. Há dez anos, eram quatro. Bom Dia Brasil – 25/02/2012. Disponível em <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2011/02/setor-de-gastronomia-tem-vestibular-mais-disputados-do-que-medicina.html> . Acesso em Janeiro de 2012.

proposta, o grupo pode pensar em produzir produtos de decoração para restaurantes como jogos americanos, roupas e utensílios para os chefes de cozinha (Figura 36, p. 115), aplicando as técnicas mais frequentes entre o grupo. Ao mesmo tempo, os restaurantes e chefes que participassem do projeto estariam se beneficiando da associação da imagem com o desenvolvimento social do grupo. Podendo assinar: “Este restaurante colabora com o projeto Reparte”.

Figura 36: Exemplos de roupas e acessórios que poderiam ser produzidos para chefes de cozinha pelo grupo de artesanato e trabalhos manuais



Foto: imagem disponível na internet: <http://www.companhiadouniforme.com.br/gastronomia.html>.

Como menciona Manzini (2008), há vários casos exemplares de que algo já foi feito e que podem servir de modelo. Existem, desta forma, alguns modelos de negócio que podem inspirar o projeto, como o caso da Rede Asta (<http://www.asta.org.br/>) (Figura 37, p. 116), em que se mostra um modelo inovador e justo diante de modelos que sempre exploraram os artesãos. A ASTA é um negócio social que promove redes e trabalha para transformar a vida de grupos de artesãos do Estado do Rio de Janeiro. Esta organização inovou na forma de vender

seus produtos através de conselheiras que assemelham as consultoras de empresas de cosméticos que vendem de porta em porta e acreditam na proposta dos produtos. Hoje, o faturamento da Asta se compõe da seguinte forma: 50% vem de brindes criados para empresas, 40% do que é comercializado pelas conselheiras, e 10% pela internet. A organização inovou também no modelo de distribuição dos lucros: 50% para os artesãos, 28% para a coordenação do projeto e 22% para as conselheiras. A aposta em consumidores conscientes e empresas cada vez mais responsáveis se mostram adequadas ao grupo de artesanato e trabalhos manuais da Restinga. O modelo de negócio da Asta é exemplo de visão sistêmica que contribui para o grupo de artesanato pensar em todos os aspectos envolvidos no negócio.

Figura 37: Modelo de negócio Rede ASTA



Fonte: <http://www.asta.org.br/>.

Há outros exemplos de modelos de negócio que utilizam a internet como plataforma de venda de produtos artesanais (Figura 38, p. 116), alguns poderiam ser utilizados pelo grupo de artesanato como, por exemplo, o Solidarium e o Elo 7. Valeria, inclusive, que uma página fosse criada no Facebook para a divulgação de produtos e ações do grupo.

Figura 38: Referências de venda pela internet



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos logos dos negócios.

4.3.2.5. Solução habilitante

Solução habilitante é um sistema de produtos, serviços e comunicação, o que mais for preciso para que as comunidades criativas se desenvolvam (MANZINI, 2008). Manzini (2008) menciona que a solução habilitante pode colaborar com dois recursos que são percebidos como escassos hoje em dia, mas fundamentais para a difusão das organizações colaborativas que são dedicação e tempo. Através da solução habilitante, as organizações podem se tornar mais acessíveis e mais eficazes, potencializando a relação entre resultados e esforços individuais e coletivos, além de mais atraentes, de forma a motivar a participação ativa das pessoas (MANZINI, 2008). Apesar de cada caso exigir uma solução específica, Manzini aponta que uma estratégia de comunicação motivante e o desenvolvimento de modelos de negócio estimulantes são algumas diretrizes gerais para atrair o envolvimento de potenciais participantes.

Assim, mesmo não existindo ainda um posicionamento para o grupo ou um modelo de negócio estruturado, seria importante chamar a atenção das pessoas para o bairro onde o grupo está localizado, contribuir para mudar a imagem do local e chamar a atenção para o projeto. Desta forma, uma experiência foi pensada para atrair o público e mobilizar sua participação e colaboração.

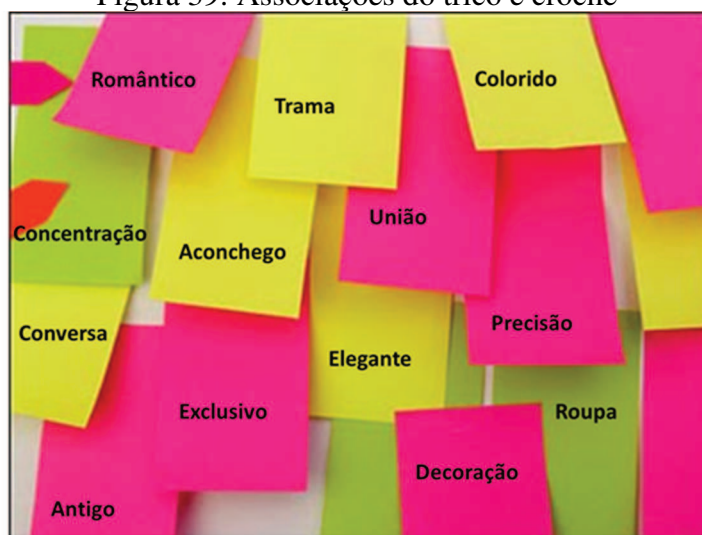
A experiência se inspirou em movimentos que vêm ocorrendo na Europa, *Yarn Bombing* e *Knit the city*, em que há interferência em monumentos e mobiliário urbano utilizando o tricô e o crochê como material de expressão. Seria algo como tricotar a cidade. *Yarn*, em inglês, significa contar uma história, um conto, uma narrativa, fio. Poderia se associar ao ditado “quem conta um conto, aumenta um ponto”, e também à frequente associação que se faz ao termo tricotar como conversa, fofoca. A inspiração também veio do movimento que ocorre em junho

e se chama “Dia internacional de tricotar em público/nas ruas” (*worldwide knit in public*), que ocorre em vários países. Então a experiência partiu das técnicas que são muito utilizadas pelas artesãs, o tricô e o crochê, e mesclou essas duas manifestações, sendo descrita a seguir.

4.3.2.5.1. Experiência

O tricô e o crochê carregam uma série de significados e associações (Figura 39, p. 118), e muitas delas se alinham com os conceitos que estão inseridos no processo de constituição das comunidades criativas.

Figura 39: Associações do tricô e crochê



Fonte: elaborado pela autora.

A proposta desta experiência é promover uma ação que carregue os significados associados ao tricô e ao crochê, e que seja uma maneira de chamar atenção, atrair colaboradores, dar visibilidade para o projeto de formação do grupo de artesanato e que melhore a imagem do local.

Através de redes sociais, será possível mobilizar pessoas que possam contribuir na confecção de algumas peças planas em tricô e crochê, e participar do dia do tricotando em público, que aconteceria nas ruas e praças da Restinga. As peças confeccionadas servirão para decorar um ônibus exclusivo (Figura 40, p. 118), que fará o transporte das pessoas de um trajeto, por exemplo, do Parque Farroupilha até a Restinga.

Figura 40: Ideia de intervenção no ônibus Restinga –
Baseado projeto da artista Virpi Vesanen-Laukkanen em Vantaa, na Finlândia



Fonte: <http://revistacasaejardim.globo.com/Revista/Common/0,,ERT305730-16802,00.html>.

No dia do evento, uma série de atividades será organizada de forma a promover a união das pessoas, a socialização e o resgate dos bens comuns como as praças (Figura 41, p. 119).

Figura 41: Mulheres de diferentes gerações tricotando no evento Worldwide knit in public



Fonte: <http://www.oartesanato.com/443/o-dia-mundial-de-tricotar-em-publico>.

Para envolver os jovens, a proposta é, a partir das peças confeccionadas, haver intervenções em monumentos, árvore e postes, de forma segura (Figura 42, p. 119), atividade que se assemelha a um grafite, a uma "pichação do bem", feita com peças de tricô e crochê. Isto

traria cor, alegria, e humor ao bairro, tão marcado por uma imagem negativa associada à violência.

Figura 42: Exemplos de intervenção realizados por movimentos como Knit the City, Tricotadeiras do Porto e Yarn bombing



Fonte: imagens retiradas da internet.

Também é possível pensar em outras interferências divertidas, que trazem humor e leveza para o local (Figura 43, p. 120).

Figura 43: Figueira da Restinga e Interferência realizada na cidade de Dresden



Fonte: Foto da autora e Real street art in Germany.

Tricotar é um ato de concentração, mas pode ser associado a diferentes estilos de música, como clássica, chorinho, bossa nova ou milongas. No bairro, há projetos ligados à música, conduzidos com jovens, podendo haver uma apresentação no dia do evento.

Finalmente, como o evento serve para divulgar o projeto e os produtos, conforme sugerido por uma artesã, é possível utilizar um ônibus como canal de comercialização dos produtos do grupo (Figura 44, p. 120). Para isso é importante contar com a parceria da empresa de ônibus local.

Figura 44: Exemplo de ônibus utilizado em Portland/OR, EUA para comercialização de produtos



Fonte: The Cool Hunting (<http://www.coolhunting.com/style/lodekka.php>).

As proposições apresentadas nesta sessão procuraram considerar um sistema que habilite o grupo e crie um contexto propício para se desenvolver de forma criativa e sustentável. Um sistema habilitante considera que são necessárias algumas ferramentas habilitantes, que por sua vez estão inseridas em um ambiente projetado de forma a capacitar o grupo a desenvolver e posicionar seu negócio de forma a oferecer um sistema produto sustentável e criativo.

4.4 Diálogo com a teoria

Esta dissertação teve como norteador a teoria de Ezio Manzini de comunidades criativas e o olhar do Design Estratégico como entendedor social e articulador do diálogo projetual para a inovação social, colaborando na elaboração de soluções e sistemas habilitantes, de forma a construir futuros sustentáveis para um grupo de baixa renda da zona sul de Porto Alegre. Neste momento, se faz necessário assinalar e discutir alguns pontos não tratados pela teoria, mas que foram vivenciados no processo de pesquisa, análise e projeção, como forma de contribuição.

4.4.1. Design Estratégico

Para se abordar a teoria de Design Estratégico foram utilizadas as referências de Zurlo³⁶, Celaschi³⁷ e Deserti³⁸, e para entender como se daria a transposição do campo teórico e empresarial ao contexto social considerado por Manzini³⁹. Ao se comparar as obras dos autores referenciados (Figura 45, p. 122), verificou-se que todos consideram um contexto complexo. Contudo, não se faz uma descrição do grau de complexidade envolvido em diferentes naturezas,

³⁶ ZURLO, F. Design Estratégico, in AA. VV., Gli spazi e Le arti, volume IV, Opera XXI Secolo, Editore Enciclopedia Treccani, Roma 2010.

³⁷ CELASCHI, F. Dentro al Progetto: appunti di merceologia contemporanea. In: F. CELASCHI; A. DESERTI, Design e Innovazione. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci. 2006

³⁸ DESERTI, A. Intorno al progetto: concretizzare l'innovazione. In: F. CELASCHI; A. DESERTI, Design e Innovazione. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci. 2006.

³⁹ MANZINI, E. Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas, e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. Cadernos do Grupo de Altos Estudos; v.1.

mas pelo que foi verificado no contexto pesquisado, o qual envolve relações sociais em uma comunidade de baixa renda, há outro tipo de complexidade que não a mencionada por Celaschi e Deserti e que se tentou representar aplicando uma gradação para o vermelho no campo “contexto complexo” (Figura 45, p. 122).

Todos os autores também consideram a cultura de projeto, sendo que as habilidades, conceituadas por Zurlo, de ver, prever e fazer ver são mais facilmente associadas às etapas dos processos propostos por Celaschi e Deserti, na busca por soluções para problemas, com algumas superposições de etapas e habilidades (Figura 45, p. 122), de acordo com o que é descrito por cada autor. Por exemplo, a habilidade de ver, apontada por Zurlo, se alinha (em vermelho, na figura 45, 122) com pesquisa do problema e pesquisa contextual dos modelos propostos respectivamente por Celaschi e Deserti.

O processo de pesquisa se apoiou nos conceitos de Zurlo, Celaschi e Deserti e de que maneira o Design Estratégico observa fenômenos complexos, lida e traz soluções para um problema, no caso deste trabalho, do campo social. Esta transferência do Design Estratégico do campo teórico e empresarial para o campo social não está elucidada na obra de Manzini, usada como referência teórica desta dissertação. Na obra de Manzini, se aborda a questão do Design Estratégico de forma pouco esclarecedora de seus processos, modos de operar e fazer, como observado nos trechos extraídos da obra de referência: “Projetar soluções sustentáveis significa definir um resultado e conceber os sistemas de artefatos necessários para atingi-lo” (MANZINI, 2008, p. 36); “Design para a sustentabilidade [...] em primeiro lugar, buscar uma abordagem estratégica do design; em segundo lugar, levar seriamente em consideração os critérios de sustentabilidade” (MANZINI, 2008, p. 36); “Design para a sustentabilidade deve ser interpretado como uma atividade de design cujo objetivo é encorajar a inovação radical orientada para a sustentabilidade, ou seja, conduzir o desenvolvimento dos sistemas sociotécnicos em direção ao baixo uso dos materiais e da energia e a um alto potencial regenerativo”. (MANZINI, 2008, p. 36); e, por último

Efetivamente, para se tomar esse rumo [sustentabilidade], precisamos usar uma abordagem de design estratégico (e ferramentas de design estratégico). Dessa forma, a fim de chegar ao design para a sustentabilidade, entendido como design estratégico para a sustentabilidade é necessário trabalhar através do design estratégico e de suas características, objetivos e modos de operação. Ou seja, conceber e desenvolver novas (e sustentáveis) soluções e, a fim de implantá-las, colaborar na construção das apropriadas parcerias (ou seja, criar as condições para a reunião dos vários atores necessários para a obtenção dos resultados desejados). (MANZINI, COLLINA, EVANS 2004, apud MANZINI, 2008, p.36 e 37)

Figura 45: Comparação entre modelos



Fonte: elaborado pela autora.

O design amplia seu campo de atuação e surge dentro do campo social, porém não se percebe um diálogo, nas referências utilizadas, entre os modelos aplicados nas empresas e os modelos usados nas áreas sociais. Não há uma conversa entre os modelos propostos por Celaschi, Deserti ou mesmo Zurlo com o que é proposto por Manzini. Assim como não está claro que tipo de procedimentos e ferramentas são utilizados por Manzini no processo de identificação das comunidades criativas e no processo de desenvolvimento de plataformas, soluções ou sistemas habilitantes. Nesta dissertação, a seleção e a utilização de ferramentas para esta identificação ficaram a critério da pesquisadora, pois o autor não explicita ou sugere formas de abordar as comunidades criativas e como trabalhar em processos de co-criação de maneira a gerar soluções habilitantes. Foram utilizadas ferramentas comumente aplicadas em workshops de design, mas que precisaram sofrer algumas adaptações de linguagem e dinâmica, para melhor entendimento dos objetivos com o grupo.

4.4.2. Baixa renda

Propôs-se a utilização do Design Estratégico para entender o problema de uma comunidade de baixa renda e como este poderia colaborar com o desenvolvimento de um sistema habilitante. Porém, durante o processo de pesquisa e proposta de projeto, ao se aplicarem modelo e ferramentas utilizados mais frequentemente em contextos e públicos diferentes do pesquisado, verificou-se que não foi possível uma aplicação direta. Em um contexto mais complexo, que é o social e de baixa renda, foram necessárias adaptações apontadas na sessão de análise, mas que precisam ser validadas em outros estudos. Também são sugeridos alguns aprofundamentos nas considerações finais.

4.4.3. Inovação social

Os autores utilizados nesta dissertação para a abordagem do tema inovação social criticam as informações insuficientes e a falta de sistemática na área de inovação social, o Design Estratégico pode colaborar neste sentido, promovendo e orientando processos de inovação social de forma sistêmica e estratégica, mas nas referências utilizadas não se explora este aspecto e se abordam apenas avaliações qualitativas do processo.

Percebe-se, também, que os autores abordados no tema inovação social esperam, além da gestão de processos, inovações em escala, enquanto os autores de design para inovação social abordam casos de escala bem menores, avaliando sua possibilidade de aplicação em escalas maiores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta investigação era levantar elementos que colaborassem para a projeção de um sistema que habilitasse um grupo de artesanato de uma comunidade de baixa renda da zona sul de Porto Alegre e melhorasse suas condições de desenvolvimento de forma sustentável e criativa, usando o olhar do Design Estratégico e tomando como base a teoria de Manzini de comunidades criativas e sistemas habilitantes. Como o processo de pesquisa teve uma abordagem qualitativa, os resultados não são conclusivos, nem podem ser usados para se fazer generalizações sobre o tema. Assim, o que se apresenta a seguir são resultados, reflexões e sugestões de ampliação do estudo e propostas de estudos futuros.

5.1. Resultados

Lidar com contextos complexos e projetar para ou com a baixa renda não se trata de tarefa simples e tampouco mecânica. A combinação do processo utilizado, o contexto e o grupo pesquisado possibilitaram que o projeto de design, que se propunha a criar um sistema habilitante, chegasse até antes da etapa de construção de cenários no modelo proposto por Deserti (em amarelo na Figura 46, p. 125).

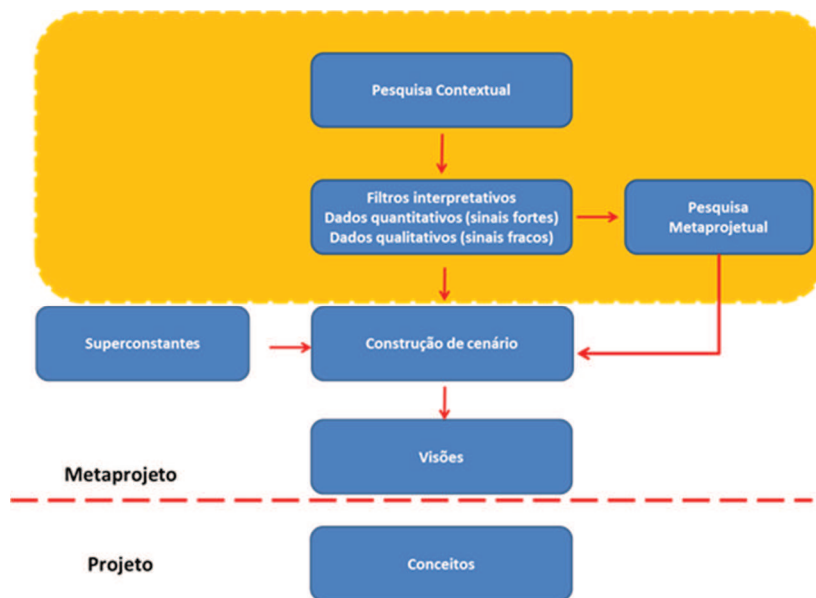
O grupo de artesanato envolvido no processo não foi capaz de projetar soluções, e não se pode dizer que por incapacidade, contudo, ficou claro que o grupo, melhor que qualquer pessoa, conhece sua realidade, seus problemas e as possibilidades de solucioná-los. A maior parte do que foi proposto como base para projeção foi apontado pelo próprio grupo de artesanato. As ferramentas de design utilizadas, a convivência e a confiança facilitaram o resultado desse processo. É necessário que o design esteja presente de forma contínua, sistêmica e colaborativa, sendo possível desenvolver novos estudos e projetos para agregar conhecimento sobre o tema e para a área.

À pesquisadora coube apenas organizar alguns elementos e levantar alguns exemplos que pudessem concretizar as ideias que facilitassem o entendimento do grupo. A análise dos dados e a reflexão sobre as informações e evidências proporcionadas pela pesquisa permitiram a construção de premissas que servirão como base para dar continuidade ao processo de projeção. Trabalhou-se com premissas de empoderamento, compartilhamento, criação de redes, envolvimento de menor custo e resgate dos bens comuns como aspectos relevantes na hora da projeção, os quais não se focam em produtos, mas em sistemas.

Como as bases para a solução projetual se fundamentou na análise e interpretação individual, ainda precisaria ser validada pelo grupo, mas com certeza serviria como estímulo a projetar soluções que satisfizessem plenamente suas necessidades, porém o que se configurou

como solução se relacionava perfeitamente com o conceito de sistema habilitante desenvolvido por Manzini (2008).

Figura 46: Em amarelo, posição atingida pelo projeto desta dissertação



Fonte: Elaborado pela autora, com base no modelo de Deserti (2006).

5.2. Reflexões

“A pesquisa deve ser entendida como uma ocasião única para fazer alguns exercícios que servirão por toda a vida.”

Miriam Goldenberg

Os resultados alcançados mostram que, na situação pesquisada, o design pode ser deslocado de um posicionamento de forma e função, associado a um gênio criador, para um posicionamento no qual pode ser encarado como um agente de transformação social, no qual assume postura responsável e ética, em que não se projetam mais coisas e sim sistemas e ambientes propícios para desenvolvimentos sociais, principalmente de pessoas menos favorecidas, e que essas pessoas são parte importante das soluções, nas quais se projeta para e com elas. Esta visão não fica clara para todos, e alguns ainda insistem em associar design a estética, sendo necessário desenvolver mais projetos para que os conceitos fiquem mais concretos e possam ser assimilados.

No caso estudado, a possibilidade de se mudar o mundo para melhor, de forma justa e criativa, depende menos de artefatos e mais de atitudes, de algumas organizações de elementos disponíveis e da projeção de sistemas.

Baseado neste estudo, o design pode fortalecer seu papel de agente de transformação social, contudo, dadas a complexidade e as dimensões de problemas envolvidos no segmento de baixa renda, é necessário que o design esteja presente de forma contínua, sistêmica e

colaborativa, sendo possível desenvolver novos estudos e projetos para agregar conhecimento sobre o tema e para a área.

Em um ambiente onde há uma valorização de ações assistenciais e em alguns casos assistencialistas, a lógica do Design Estratégico parece ser uma forma de estimular ideias, colaborar com a criatividade, incentivar a participação e protagonismo do grupo de baixa renda em processos de empreendedorismo, podendo ser uma parceria interessante a ser utilizada por organizações governamentais e não governamentais em processos junto a grupos de baixa renda.

Mesmo se tratando de um dos bairros mais violentos de Porto Alegre, a violência não é a única questão que existe no local; se, ao invés de ver apenas o problema, passar-se a olhá-lo de forma diferente, será possível perceber um mar de possibilidades que favorecem o olhar e as capacidades do design de projetar e trazer soluções. Dada a complexidade do contexto, o design não é milagroso, mas pode fazer parte de boa parte das soluções.

O objetivo deste trabalho era acadêmico, mas quem sabe possa, por menor e mais humilde que seja, um dia servir como contribuição para o desenvolvimento social.

5.3. Sugestões para estudos futuros

“Não tenho dúvidas. Quando os cientistas compreenderem que pertencem ao mesmo clube que os caçadores, pescadores e detetives, descobrirão que seu trabalho é muito mais excitante do que pode parecer. Além disso, poderão ganhar uma dose extra de sabedoria, paciência e humildade, caçando, pescando, quando não lendo aventuras de Sherlock Holmes.”

Rubem Alves

A expectativa era ter atingido o objetivo geral e responder aos objetivos específicos estabelecidos para esta pesquisa. Por vezes, mesmo que se delimitasse ao máximo possível o problema de pesquisa, dada sua complexidade, este sempre parecia maior e ousado na perspectiva acadêmica e, ao mesmo tempo, pequeno do ponto de vista social para dar conta dos problemas revelados a partir da realidade vivenciada com os entrevistados e no contexto pesquisado. Conforme evoluía, no processo de pesquisa e com a lógica do Design Estratégico colocada em prática, delimitava-se o problema, contudo surgiam mais oportunidades e um vasto caminho de pesquisas não só na área do design como também em outras. Sem dúvida, outros olhares e competências transdisciplinares poderão pensar em soluções mais sistêmicas e eficientes. A partir desse limite e dos resultados obtidos, com certeza, esta contribuição é muito pequena, tanto na perspectiva acadêmica, como na social, mas ficará como uma pequena seminal. Dessa forma, há sugestões de alguns caminhos que poderão ser explorados, desenvolvidos e aprofundados em futuros estudos.

5.3.1. Sobre o público

De uma forma mais geral, com relação ao público abordado, é notório que o processo de pesquisa da baixa renda é recente no Brasil e no mundo. Apesar de já existirem trabalhos mais antigos nas áreas das ciências sociais, saúde e educação, esta parcela da população começou a ter maior destaque a partir das modificações econômicas ocorridas, há pouco mais de uma década, em mercados emergentes como China, Índia e Brasil, e que transformaram a baixa renda em consumidores e potenciais consumidores. Até então, tradicionais centros de pesquisa acadêmica dos Estados Unidos e Europa, onde se produz grande parte do conhecimento teórico, não encaravam este segmento para fins de pesquisa, visto que apenas uma pequena proporção deste público localizava-se em seus territórios. Com a manifestação do fenômeno dos mercados emergentes e sua numerosa população, pesquisas na área de Administração, Marketing e Economia, focando, por exemplo, o comportamento de consumo, estratégia, competitividade ou linhas de crédito, são realizadas nesses países e começam a construir novos conhecimentos sobre este público.

Ao contrário dos países desenvolvidos, o Brasil possui ainda uma grande parcela da população composta de pessoas da baixa renda, apesar das melhorias constantes que o país vem apresentando em sua economia, mas pouca tradição de pesquisa acadêmica, se comparada aos centros de excelência. As universidades brasileiras iniciam a discussão de uma agenda local, composta de assuntos específicos relativos à realidade da baixa renda brasileira, pesquisas são realizadas na cidade do Rio de Janeiro e no Nordeste do Brasil, onde a baixa renda é mais visível; em São Paulo, onde este segmento se concentra na periferia da cidade; no estado de Minas Gerais, com foco no Norte do estado e no Vale do Jequitinhonha, e em Porto Alegre, onde a parcela pobre está mais afastada e menos visível. Algumas dessas pesquisas foram usadas como referências e encontram-se listadas neste material.

Contudo, dada a dimensão da baixa renda brasileira e no mundo, suas dinâmicas e os desafios que a cada dia se apresentam, as universidades ainda podem ampliar suas pesquisas com relação a este público e contribuir para seu desenvolvimento.

5.3.2. Sobre a abordagem

Um banco de referências começa a ser montado, entretanto ainda há algumas questões metodológicas que precisam ser discutidas, repensadas e pesquisadas. Se por um lado temos a tradição em pesquisas vindas dos Estados Unidos e Europa, por outro temos um público de baixa renda para o qual esses métodos importados não foram construídos.

A abordagem de inspiração etnográfica geralmente é a mais utilizada quando se deseja pesquisar a baixa renda, o que implica estar presente no local onde o público de interesse vive,

trabalha ou se diverte. Chegar a este público exige preparo, demanda tempo e dedicação. No caso da pesquisa desta dissertação, para chegar ao bairro onde os pesquisados moravam e constituíam seus negócios, estudou-se o mapa do local e como seria a circulação no bairro e o acesso e saída por diferentes vias, o que foi muito facilitado pelas ferramentas Google Maps⁴⁰ e Google Earth⁴¹, que ajudaram na antecipada exploração do local e na otimização do tempo. Porém, esta lógica não poderia ser aplicada caso se conduzisse a pesquisa em uma favela, seja do Rio de Janeiro ou de Porto Alegre, pois sua geografia e dinâmica exigem outras abordagens e preparações. Houve também a colaboração de moradores locais nos momentos de exploração do ambiente, apresentando o bairro e suas peculiaridades, o que não se tratou de uma forma de autorização para transitar no local como em alguns casos nos quais códigos de conduta, mesmo que informais, devem ser respeitados para a realização de pesquisas.

Também houve uma pesquisa nos bancos digitais por trabalhos acadêmicos realizados no local, para captar o olhar do pesquisador, seus aprendizados e recomendações. Alguns eram carregados de emoção e preconceito, exacerbando aspectos como violência, criminalidade e tráfico de drogas como se só existissem essas questões. Utilizaram-se, então, as estatísticas disponíveis sobre a população para dar embasamento e desfazer certos mitos. Além disso, diferentes visões e depoimentos sobre o local foram confrontados. Muito dos estranhamentos pode gerar preconceitos ou análises equivocadas. Com relação aos registros, nem sempre fotos tiradas com câmeras e gravações são recomendadas logo no início do processo, para evitar intimidação e desconfiança. Até desfazer dúvidas e ganhar confiança, foram utilizadas observações e o registro em diário de campo. Os locais visitados e as expressões importantes eram registrados no diário, e, sempre que possível havia uma volta, para registrar através de câmera fotográfica ou da câmera do celular, por ser mais discreta. No caso de registro fotográfico das pessoas e de suas casas, sempre se pedia autorização para fotografar.

No processo de pesquisa e com contato com trabalhos das ONGs, percebe-se que algumas organizações levantam informações históricas e relatos dos moradores toda vez que iniciavam algum projeto, quando boa parte da história e da narrativa dos moradores já estava disponível em dissertações e teses sobre o local e não se construía um novo conhecimento, além de muitas vezes repetirem entrevistas com figuras emblemáticas do local. O conhecimento acadêmico não tem voltado para a comunidade, que desconhece os resultados das pesquisas. Locais também importantes para a disseminação do conhecimento, como escolas, redes de assistência ou associação de moradores não recebem uma cópia ou ficam sabendo de muitos

⁴⁰ <http://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR&tab=wj>.

⁴¹ <http://www.google.com/earth/index.html>.

dos trabalhos conduzidos sobre sua comunidade. Fala-se muito dos medos e das inseguranças dos locais de baixa renda, mas pouco dos medos do público de baixa renda. No caso do público pesquisado neste trabalho, há muita desconfiança com relação às pessoas de fora da comunidade que tentam se aproximar, pois há relatos de várias situações nas quais foram enganados, haja vista a própria história de ocupação da Restinga, na qual prometeram-se vários recursos para que as pessoas fossem transferidas para o bairro, mas, apesar da mudança, a promessa não foi cumprida.

Assim, como exposto neste trabalho, muitos pesquisadores dividem suas experiências e seus aprendizados, já as empresas privadas, que têm investido muito em pesquisas com a baixa renda, por questão de sigilo e vantagens competitivas, acabam não divulgando suas experiências, ou as fazem em editoriais ou apresentações restritas. Desta forma, uma contribuição importante seria levantar, em trabalhos realizados com a baixa renda, as experiências, as recomendações, as dificuldades, as técnicas de abordagem, os protocolos utilizados e consolidar essas informações, formando um documento único, uma espécie de guia, que facilitasse o acesso e a abordagem dos integrantes da baixa renda de forma mais rápida, correta e que construísse e disseminasse o conhecimento.

5.3.3. Sobre métodos e ferramentas

Outro aspecto, ainda importante, se refere à capacidade de ler, interpretar, compreender e abstrair das pessoas de baixa renda. Os entrevistados e pessoas contatadas ao longo dessa pesquisa não eram analfabetos e mencionavam que se revoltavam com as pessoas que já pressupunham que eles não sabiam ler ou escrever. Contudo, devido à baixa escolaridade, mesmo com a capacidade de ler e escrever, se percebia uma dificuldade de entender determinados conceitos, fossem eles concretos ou abstratos, tangíveis ou intangíveis, captar certas ideias e abstrair, sendo que, por vezes, o silêncio tomava conta em algumas situações nas quais não havia o entendimento de uma linguagem ou dificuldade de se expressarem.

A começar pela necessidade de explicação do tema design estratégico. Se por experiência já era difícil explicar o conceito para pessoas cuja formação superava os 15 anos de instrução, para pessoas com menor escolaridade não foi diferente, foi preciso utilizar palavras, exemplos concretos sobre o assunto, contar histórias para deixar claro que não se sairia dali com algum produto desenhado, como uma cadeira, por exemplo. Depois, foi necessário estruturar as perguntas de forma a tranquilizá-los para responder, e, muitas vezes, havia a checagem do entendimento da sentença. Por vezes, checavam se o que era dito ou respondido por eles havia sido entendido.

Durante as reuniões dos grupos da economia solidária, nos quais as informações eram transmitidas através do uso da palavra oral ou escrita, muitas pessoas ficavam em silêncio, com todos sentados em cadeiras dispostas em círculo, escutando um representante da ONG. Ao contrário, durante as conversas informais, no grupo de discussão e no próprio workshop, essas mesmas pessoas se sentiram à vontade para falar, expressar suas ideias, sem medo de expor suas dúvidas, o que era facilitado pelas reuniões feitas ao redor de uma mesa que reunia de 6 a 10 pessoas, similares às conversas de cozinha muito comuns entre este público, mas nas quais escutava-se mais do que se falava. Ficar na posição de destaque e serem escutados, também, era algo que às vezes os incomodava, pois estavam mais acostumados a ouvir que falar, esperando alguma orientação ou sugestão.

Através da linguagem e de um ambiente no qual se sentiam acolhidos e que lhes trazia conforto e segurança, era possível manter um diálogo, porém o processo de abstração ainda era difícil. Para falarem de seus trabalhos, precisavam trazê-los e mostrá-los, não havia um processo criativo, mas sim uma reprodução do que era ensinado em cursos ou visto em revistas. Isto implicava trabalhos sem diferenciação ou inovação. A dificuldade de abstrair também não facilitava com que eles pensassem em suas técnicas aplicadas de outra forma, por exemplo, usar biscuit não na forma de objetos, mas como apliques em camisetas em combinação com crochê ou porque o crochê só serve para fazer barras de panos de prato. Para mostrar que isso era possível, foi necessário apresentar exemplos reais e concretos, o uso de imagens ajudava pouco, pois eles precisavam tocar, examinar, comparar com seus produtos. Isto também revelava que o processo de informação e aprendizagem deveria se basear menos em palavras e mais em exemplos e oficinas. Consequentemente, essa fragilidade em abstrair acarretava uma dificuldade em gerar ideias e projetá-las, justamente o que se espera de uma atividade de design e inovação, e que ainda dificultava o processo de co-criação.

Assim, seria útil conduzir pesquisas, junto a este mesmo grupo ou similar, que desenvolvessem instrumentos que facilitassem o diálogo, que promovesse a codificação e a decodificação das informações, que facilitassem e estimulassem a abstração, o pensamento, a imaginação, que compreendessem os aspectos fortes e fracos envolvidos no processo cognitivo, que valorizassem suas ideias, e gerassem outras novas, que fomentassem os caminhos de criação e inovação, e que os tornasse mais participativos e protagonistas neste processo. Instrumentos que utilizassem linguagens adequadas e formatos diferenciados, por exemplo, por que não desenvolver um jogo que os ajudasse a pensar de forma lúdica, mas ao mesmo tempo lhes impusesse regras e tarefas a serem cumpridas? Portanto, o desenvolvimento de ferramentas e métodos que facilitassem seus processos de aprendizagem.

5.3.4. Sobre outros problemas locais

Baseado na experiência do convívio com a comunidade e agentes de assistência local, vivenciando a dinâmica do bairro da Restinga, e baseado nos relatos dos moradores, outras questões que não puderam ser abordadas por esta pesquisa apresentam-se com propostas importantes para serem aprofundadas em pesquisas futuras.

Tendo como contexto um bairro que hoje é habitado oficialmente por 80 mil moradores, mas que, devido às irregularidades, pode chegar a 160 mil, e que, além disso, com as construções de onze novos empreendimentos imobiliários, receberá cerca de 75 mil novos moradores, pode-se pensar nas consequências e no impacto social deste movimento, bem como soluções para lidar com este cenário.

Dado o panorama, há oportunidades de desenvolver projetos que tragam soluções inovadoras, como produtos, serviços e experiências em diversas áreas:

- Na área de mobilidade urbana e que ofereçam as condições necessárias para o deslocamento das pessoas de forma segura, saudável, sustentável e inovadora. Hoje, por exemplo, já existem ciclovias no local, mas será que foram pensadas de forma sistêmica? Será que estimulam o uso de bicicletas em todas as situações? Será que há um convívio harmônico com outros meios de transporte?
- Na área de saúde, no que diz respeito à manutenção do bem-estar e na prevenção e tratamentos de doenças, que deem conta de questões como sedentarismo, sobrepeso, obesidade e problemas bucais, os quais hoje tomam conta de mais de 50% da população acima de 20 anos, que poderiam ser trabalhados em conjunto com a área de nutrição e gastronomia. Ou de como lidar melhor com doenças crônicas como hipertensão arterial, diabete, asma ou bronquite e depressão, entre algumas questões abordadas mais profundamente no relatório técnico de pesquisa realizado pela Associação Hospital Moinhos de Vento como diagnóstico de saúde das comunidades da Restinga e Extremo Sul.
- Inclusive, se poderia pensar em como resgatar e desenvolver um projeto de horta comunitária que considerasse de forma sistêmica as questões de cultivo, produção, distribuição, alimentação dos necessitados, comercialização e experiência para pessoas que buscam produtos diferenciados e o impacto sobre a saúde e o bem-estar dos moradores do bairro.
- Na área de educação, na qual há desafios enormes não só na Restinga, mas em todo o Brasil, foi apontado que era necessária maior integração entre as 19 escolas do bairro, reforço escolar e um maior comprometimento das escolas com a comunidade, mas como

pensar também um maior comprometimento da comunidade com as escolas? Como auxiliar na construção da educação baseada nos pilares propostos pela Unesco – aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a ser e aprender a conviver –, considerando a realidade do bairro Restinga.

- Na área de energia, em uma perspectiva técnica que precisa atender uma demanda da população atual e de uma população futura, visto que o aumento de consumo de energia é considerado um dos indicadores de desenvolvimento, mas também na qual a sustentabilidade se torna cada vez mais importante. E através de uma visão cultural, já que há o uso inadequado e irregular de energia em algumas localidades do bairro, que põem em risco a qualidade de vida das pessoas, o funcionamento da indústria local e o desenvolvimento de novos negócios.

- Na área de cultura, pois não foram projetadas soluções para a falta de opção local ou acesso a opções existentes. Também na área de lazer, que hoje conta com vários espaços públicos, mas que precisam ganhar sentido.

- Na área de gestão ambiental, dando conta da melhor utilização de recursos naturais, recuperação de áreas degradadas, conservação e preservação da biodiversidade, reciclagem ou reuso das matérias-primas e a redução do impacto ambiental, visando satisfazer as necessidades das gerações atuais, sem comprometer as necessidades das gerações futuras.

- Na área de identidade territorial, existem possibilidades de se pensar estratégias de design para valorização do bairro Restinga, que hoje sofre preconceito dos não moradores e, ao mesmo tempo, percebe-se uma diferenciação entre Restinga Nova e Restinga Velha.

Enfim, o contexto pesquisado da baixa renda apresenta-se como um espaço cheio de oportunidades para que o designer exerça seu papel estratégico e de entendedor social, projetando de forma criativa, responsável e inovadora soluções de produtos, serviços e experiências que promovam o bem-estar da comunidade atual e futura.

5.3.5. Sobre outras formas de dar continuidade ou aplicar esta pesquisa

Primeiro, o trabalho teve como objetivo levantar elementos para a projeção de um sistema habilitante, a proposta foi desenhada pela pesquisadora e ainda deveria ser validado junto ao grupo e talvez servisse como estímulo para outra proposta. A partir deste ponto, outra pesquisa poderia ser conduzida verificando os ajustes, a validação ou uma nova proposta, considerando a visão do grupo de artesanato frente à proposta apresentada.

Na exposição dos aprendizados desta pesquisa para outro grupo de designers, quais seriam as soluções projetuais levantadas e qual a reação do grupo a estas propostas? Como, a

partir dos aprendizados obtidos, se poderia mobilizar e promover a inserção dos jovens e dos homens?

Outra forma de se continuar este trabalho é a partir da implantação do projeto, verificando como ocorre o processo de aprendizado do grupo, como se dá a influência em outros grupos e qual o impacto no desenvolvimento da comunidade. Utilizando o mesmo método aplicado a outro grupo, verificar quais seriam os elementos necessários para seu desenvolvimento e se estes se configurariam iguais aos do grupo de artesanato.

REFERÊNCIAS

APRESENTAÇÃO Instituto Data Popular – **O Mercado da Base da Pirâmide** – Constatações, provocações e reflexões sobre o mercado popular no Brasil. Janeiro 2008.

ABRACICLO - Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares – Dados do setor - <http://abraciclo.com.br/>. Acesso em 15/01/2012.

ATLAS do desenvolvimento humano da Região Metropolitana de Porto Alegre. Disponível em http://www.pnud.org.br/publicacoes/atlas_portoalegre/index.php. Acesso em: 23/08 2010.

BARBOSA, L. & CAMPBELL, C. (Organizadores). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BESSANT, J., PAVITT, K. E TIDD, J. **Gestão da Inovação**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BETTIOL, M., & SEDITA, S. R. **The role of community of practice in developing creative industry projects**. International Journal of Project Management 29 (2001) 468-479.

BJÖRK, J.; MAGNUSSON, M. **Where Do Good Innovation Ideas Come From?** Exploring the Influence of Network Connectivity on Innovation Idea Quality. Journal of Product Innovation Management. 2009.

BORJA de MOZOTA, B.; KLÖPSCH, C.; COSTA, F.C.X. **Gestão do Design**: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BOTSMAN, R & ROGERS, R. **O que é meu é seu**: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CALDEIRA, **Teresa do Rio Pires. Cidade de muros**: crime, segregação e cidadania em São Paulo. São Paulo: Editora 34/EDUSP, 2000. 1a edição 2000, 2a edição 2003, 2008.

CARDOSO, Rafael. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo: Editora Blucher, 2008.

CASTILHOS. R. **Subindo o morro**: consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares. Dissertação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2007.

CELASCHI, F. **Dentro al Progetto**: appunti di merceologia contemporanea. In: F. CELASCHI; A. DESERTI. **Design e Innovazione**. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2006.

CHESBROUGH, H. W. **The era of open innovation** – MIT Sloan management review, 2003.

CREATIVE communities for sustainable lifestyles (CCSL) – task force on sustainable consumption and production, Swedish Ministry of Environment, 2007.

CRESPO, A.P.A; GUROVITZ. E. **A pobreza como um fenômeno multidimensional**. FGV-EAESP. RAE-eletrônica, Volume 1, Número 2, jul-dez/2002.

DE MORAES, D. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

DELL'ERA, C.; VERGANTI R. **Collaborative Strategies in Design-intensive Industries: Knowledge Diversity and Innovation**. Long Range Planning. 2009.

DENNY K. L. Ho, D.K.L.; LEE, Y. C. **The Quality of Design Participation: Intersubjectivity in Design Practice**. International Journal of Design, Vol.6, No.1, 2012.

DESERTI, A. **Intorno al progetto: concretizzare l'innovazione**. In: F. CELASCHI; A. DESERTI. **Design e Innovazione**. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci. 2006.

DHANARAJ, C.; PARKHE, A. 2006. **Orchestrating innovation networks**. The Academy of Management Review, 31(3):659-669.

DIAGNÓSTICO de saúde das comunidades Restinga/Extremo-sul - Relatório técnico de pesquisa. Porto Alegre/RS. Junho 2010.

DÓRIA, C. A. **A culinária materialista: Construção racional do alimento e do prazer gastronômico**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

EMERGING user demands for sustainable solution - EMUDE. **Creative communities: Towards active welfare and a distributed economy**. 2006.

ENGLER, R. de C. **Design participativo: uma experiência no Vale do Jequitinhonha**. Barbacena, MG: EdUEMG, 2010.

FLUSSER, V. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRASCARA, J. **Design and Social Sciences: making connections**. New York: Taylor & Francis. 2002.

Folha.Com – **Classe média soma 50% da população e domina poder de compra, diz FGV**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/796928-classe-media-soma-50-da-populacao-e-domina-poder-de-compra-diz-fgv.shtml>. Acesso em: 10/09/ 2010.

GAMALHO, N. P. **A produção da periferia: das representações do espaço ao espaço das representações no bairro Restinga**. Dissertação. 159 p.: il. Orientação Prof. Dr. Álvaro Luiz Heidrich. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Geociências. Programa de Pós-Graduação em Geografia, Porto Alegre, RS. 2009.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas** – 1 ed. reimpr. – Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIDDENS, A. **Sociologia**. 6. Ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

HOWALDT, J. & SCHWARZ, M. **Social Innovation: Concepts, research fields and international trends**. IMO international monitoring, 2010.

HIRUNYAWIPADA, T.; BEYERLEIN, M.; BLANKSON, C. **Cross-functional integration as a knowledge transformation mechanism: Implications for new product development**. Industrial Marketing Management. 2010.

HOSPITAL Moinhos de Vento. Disponível em: http://www.hospitalmoinhos.org.br/content/responsabilidade_social/restinga.aspx. Acesso em: 17/06/2011.

INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 10/05/2011.

IDEO's Human Centered Design Toolkit - **An innovation guide for social enterprises and NGOs worldwide**. Disponível em: <http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>. Acesso em: 17/06/2011.

JÉGOU, F.; MANZINI, E. **Collaborative Services: Social innovation and design for sustainability**. Milano: Edizioni POLI.design. First Edition: November 2008. Disponível em: http://81.246.16.10/videos/publications/collaborative_services.pdf.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Tradução: Ailton Bonfim Brandão. São Paulo: Atlas, 1998.

KRUCKEN, Lia. **Design e Território: Valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LEADBEATER, C. **Personalization through participation: A new script for public services**. London: Demos, 2004.

MAIA de AGUIAR, C. Cidade Afora - **O cotidiano do bairro Restinga, zona sul de Porto Alegre**. Reportagem realizada em setembro de 2007. <http://www6.ufrgs.br/ensinodareportagem/cidades/restinga.html>. Acesso: 12/06/2011.

MALHOTRA, N. **Pesquisa em Marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas, e novas redes projetuais**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. Cadernos do Grupo de Altos Estudos; v.1.

MANZINI, E.. **Design, social innovation and sustainable ways of living: Creative communities and diffused social enterprise in the transition towards a sustainable network society**. ISDS. August-September 2007.

MANZINI, E.. **Creative communities and enabling platforms**. An introduction to a promising line of research and actions on sustainable production and consumption. In: D. Doyle Taking responsibility, Hedmark University College Publishing, Allkopi, Norvegia, 2005

MANZINI, E.. **Design, social innovation and sustainable ways of living**. Creative communities and diffused social enterprise in the transition towards a sustainable network society. DIS-Indaco, Politecnico di Milano. August-September 2007

MANZINI, E., JEGOU, F. **Sustainable everyday**. Scenarios of Urban Life. Milão: Edizioni Ambiente, 2003.

MARTINS, G.de A. & THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2009.

MELLO,C. IDE; GOMES, C. M.; PICHLERA, R. F. **Design para inovação social: união entre universidade e sociedade**. Anais do 8º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto – CBGDP 2011. 12 a 14 de setembro. Porto Alegre/RS
Mercados pouco explorados: descobrindo a Classe C. The Boston Consulting Group, Inc. Março de 2002.

MERONI, A. **Creative communities: People inventing sustainable ways of living**. Milano: Edizioni POLI.design. First Edition: January 2007.

MINISTÉRIO do Desenvolvimento Social e Combate à Fome - **Plano Brasil Sem Miséria**. Disponível em: <http://www.brasilemmiseria.gov.br/noticia/brasil-assume-o-desafio-de-acabar-com-a-miseria/>. Acesso em: 02/06/2011.

MOULAERT, F.; **Social innovation, governance and community building**. Luxembourg: European commission, 2005.

MULGAN, G.; TUCKER, S.; SANDERS, B. **Social Innovation: What It Is, Why It Matters and How It Can Be Accelerated**. London: The Young Foundation, 2007.

NARAYAN, D. **Voices of the poor - Can anyone hear us?** Washington, D.C.: The World Bank, Oxford University Press, 2000.

NIELSEN. Disponível em: http://www.acnielsen.com.br/news/Releases_2011.shtml. Acesso em: 02/06/2011.

NUSSBAUM, M. & Sen, A. (eds.). **The Quality of Life**. Oxford: Oxford University Press,, 1993.

NORMAN, D. **Design emocional – Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

OBSERVATÓRIO da cidade de Porto Alegre. <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/observatorio> . Acesso em: 10/05/2011.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Sistemas, organizações e métodos: uma abordagem gerencial**. São Paulo, 2002.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation** – Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

PHILLS Jr, J.A.; DEIGLMEIER, K, & MILLER, D. T. **Rediscovering social innovation** – Stanford Social Innovation Review – Fall 2008 – Stanford Graduate School of Business.

PRAHALAD, C.K. **A riqueza na base da Pirâmide**: erradicando a pobreza com o lucro. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Revista Época Negócios – **A Classe Média que Você Precisa Conhecer** – Ano 3 / Novembro 2009 – Nº 33.

Revista Veja - **A Classe Dominante** – Com 86 milhões de brasileiros, a classe C torna-se a maior do país. Saiba como esse fenômeno populacional e de mercado vai revolucionar o Brasil. Ed. 2054. Ano 41. Nº 13. 2 de abril de 2008.

REVISTA Exame - **O Novo Consumidor Brasileiro**. Ed 916. Vol 42. Nº 7. 23 de abril de 2008.

ROCHA, A. da; Silva, J. F. da. **Consumo na base da pirâmide**: estudos brasileiros. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

RODRIGUES, T. T. **Lazer e vigilância**: uma análise ex-port de um semi experimento em segurança pública. Poro Alegre, 2005. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

SEN, Amartya. N. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SILVA, C. E. L.; LIMA, G. B. A; CARDOSO, R., NARCISO, R.B. **Inovação sustentável**: uma revisão bibliográfica. VI Congresso Nacional de Excelência em Gestão: Energia, Inovação, Tecnologia e Complexidade para a Gestão Sustentável. Niterói, RJ, Brasil, 5, 6 e 7 de agosto de 2010.

THACKARA, J. **Plano B**: O design e as alternativas viáveis em um mundo complexo. São Paulo: Versar, 2008.

TONINI, H.; Barcos. M. **Educação e turismo**: políticas públicas e formação de cidadãos no bairro Restinga (Porto Alegre-RS). III Seminário de Pesquisa Interdisciplinar: A primeira década novo milênio: sociedade, instituições e inovações. Universidade do Sul de Santa Catarina, SC, Brasil, 9, 10 e 11 de maio de 2011.

VISOCKY O’Grady, J. & Visocky O’Grady, K. **A Designer's Research Manual**: Succeed in Design by Knowing Your Clients and What They Really Need. Design Field Guide. 2006.

WHITNEY, P. & KELKAR, A. **Designing for the base of the pyramid**. Design Management Review , vol. 15, nº4. Design Management Institute. 2004.

ZAMBIONI, V. **Construção social do espaço, identidades e territórios em processos de remoção**: o caso do bairro Restinga. Dissertação. 188 p.: il. Orientação Prof. Dr. Carlos Ribeiro Furtado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura, Programa de Pós-graduação em Planejamento Urbano e Regional, Porto Alegre, RS. 2009.

ZURLO, F. Design Estratégico, in AA. VV., Gli spazi e Le arti, volume IV, Opera XXI Secolo, Editore Enciclopédia Treccani, Roma 2010.

APÊNDICES

Apêndice A: Pesquisa Contextual

Caminhando pelo bairro

Como o critério de seleção da localidade de baixa renda foi o Índice de Desenvolvimento Humano, que considera as áreas de saúde, educação e geração de renda na sua composição, houve a observação do contexto com relação a essas áreas e outras que também se traduzissem em desenvolvimento e bem-estar.

A Restinga se transformou em bairro na década de 90⁴² e, quase 20 anos depois, começou a receber empreendimentos de grande porte como o Hospital Moinho de Ventos (Imagem 4) e a Escola Técnica (Imagem 5), atendendo as áreas de saúde e educação.

O projeto do hospital atenderá não só a Restinga, mas também toda a área do Extremo Sul de Porto Alegre. O projeto é bastante elogiado, pelas pessoas contatadas nesta pesquisa, por seu caráter mais abrangente e pelo cuidado com a sustentabilidade social, econômica e ambiental. Os aspectos que mais se destacam são o emprego das pessoas locais nas obras, a capacitação das pessoas para trabalharem no hospital e a quantidade e qualidade dos serviços que o hospital terá, além da quantidade de pessoas que irá atender. Percebe-se um entendimento claro por parte das pessoas pesquisadas de todo o projeto desde o início do planejamento, investigação, construção e comunicação, entendido como um sistema mais equilibrado e justo.

Com relação à área da educação, a Restinga conta hoje com 19 escolas, contudo, conforme mencionado por alguns informantes, ainda faltariam escolas infantis e do ensino médio. As escolas infantis, bem como creches, seriam importantes para dar condições às mães das crianças trabalharem, pois, hoje, muitas ficam em casa por falta de opção de onde deixar seus filhos ou se sujeitam a cuidados não adequados às crianças. O Instituto Federal do Rio Grande do Sul – Campus Restinga viria suprir parte desta necessidade, o qual atenderá cerca de 1500 estudantes e oferecerá vários cursos do ensino médio técnico integrado: informática, eletrônica, edificações, telecomunicações, turismo, administração, manutenção e suporte para informática. A escola técnica e o hospital estão localizados na área destinada ao Distrito Industrial.

Imagem: Obras do Hospital Moinhos de Vento – Restinga e Extremo Sul

⁴² Bairro criado por lei: http://www2.portoalegre.rs.gov.br/spm/default.php?p_secao=129.



Foto: M. Graúdo.

Imagem: Obras do Campus da Escola Técnica na Restinga



Foto: M. Graúdo.

As atividades econômicas da Restinga estão concentradas em comércio de bairro, varejos alimentares e comércios informais. Houve uma tentativa de desenvolver o bairro como uma área industrial até 2001, mas, apesar da disponibilidade de uma extensa área designada para o distrito industrial, isto não se consolidou. Na área indicada para o polo industrial, há poucas empresas, inclusive do segmento moveleiro, que foi outra tentativa de desenvolvimento econômico. De acordo com a Secretaria da Indústria e Comércio, na área industrial encontram-se 28 empresas que geram 500 empregos diretos e, na área moveleira, 6 empresas que geram 35 empregos diretos, o que significa menos de 1% da população do bairro sendo empregada. No Distrito Industrial, também está instalado o Estúdio Multimeios da Restinga, que tem como proposta a comunicação como um instrumento de inclusão e de transformação social,

capacitando os jovens para o mercado de trabalho, mas não foi possível verificar se a proposta inicial de capacitação e de servir de espaço cultural estava sendo posta em prática. Ao transitar pelo local, a percepção é que há menos empresas do que o número oficial e o movimento de pessoas é reduzido no distrito industrial. A própria criação da Restinga tinha como objetivo a implantação de polos industriais, entre os anos 60 e 70, para se aproveitar da população transferida para lá com mão de obra nas indústrias previstas na época.

Imagem: Exemplos de comércio do bairro da Restinga



Fotos: M. Graúdo.

Na área do trabalho, se percebe um fluxo desproporcional de pessoas que saem e entram todos os dias na região para trabalhar e que aproveitam muito pouco do bairro por falta de opções de emprego. O próprio Centro Infante Juvenil Monteiro Lobato gostaria de contratar pessoas do bairro, mas há problemas em selecionar profissionais capacitados e por isso acabam optando por pessoas de fora que atendam à qualificação exigida. Segundo relato dos informantes, a empresa que mais tem empregado pessoas da Restinga é a lavanderia Ecoclean, localizada no Bairro do Lami, também na região do extremo sul de Porto Alegre, empresa dedicada e especializada na higienização e reparo têxtil de hospitais e clínicas.

Segundo as informações do relatório técnico de pesquisa realizada para diagnóstico de saúde pelo Hospital Moinhos de Vento, dos 1666 domicílios incluídos no estudo, ou 4573 moradores entrevistados, o que representaria a população da Restinga e do extremo sul, tem-se 58% da população com no máximo oito anos de escolaridade formal, o que compromete a qualificação e as possibilidades de melhores oportunidades de emprego.

O programa Minha Casa Minha Vida⁴³, que está na região, propiciou a capacitação de profissionais na construção civil, principalmente de mulheres. No Rio Grande do Sul, várias prefeituras, com o apoio do Governo Federal – através da Secretaria de Políticas para as Mulheres –, se uniram para criar um programa de formação profissional para mulheres na construção civil: Mulheres Construindo Autonomia na Construção Civil. A Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio - SMIC tem oferecido cursos para esta área e tem atraído muitas pessoas, pois paga acima da média, se comparado com outras atividades econômicas. Informações do Ministério do Trabalho e Emprego mostram que, somente no intervalo entre 2007 e 2009, o número de mulheres contratadas nas empresas da construção cresceu 44,5%. Em 2007, o número de pessoas contratadas nas empresas do setor era de 1.674.483 profissionais. Deste universo, 119.538 eram mulheres (equivalente a 7,14% do total)⁴⁴.

Imagem: Empreendimento do programa minha Casa Minha Vida localizado na Restinga Velha



Foto: M. Graúdo.

Imagem: Residencial Ana Paula – Programa Minha Casa Minha Vida

⁴³ Minha Casa Minha Vida é um programa do Governo Federal, em parceria com estados, municípios, empreendedores e movimentos sociais, que tem como objetivo construir dois milhões de habitações para a população, priorizando famílias com renda bruta de até R\$ 1.600,00, mas que também abrange famílias com renda de até R\$ 5.000,00.

⁴⁴ Câmara Brasileira da Indústria da Construção.



Foto: M. Graúdo.

Imagem: Fachada do Residencial Ana Paula – Programa Minha Casa Minha Vida



Foto: M. Graúdo.

Apesar das restrições econômicas da população local, é importante observar a instalação de uma grande concessionária de motocicletas e lojas de diferentes operadoras de celulares. As duas categorias foram algumas das que mais cresceram no Brasil nos últimos anos e que têm direcionado suas estratégias para as classes baixas. Segundo a Abraciclo – Associação Brasileira de Fabricantes de Motocicletas, só no ano de 2011, foram vendidas cerca de 2 milhões de motocicletas novas e, de acordo com dados da Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações –, o número de celulares no Brasil atingiu a marca de 210 milhões de aparelhos em março de 2011, o que supera o número de habitantes do país. Com linhas de crédito facilitadas e prestações menores que os gastos mensais com passagem de ônibus, muitas pessoas de baixa renda optaram pela aquisição de motos como meio de transporte. De acordo

com especialistas, as motocicletas são bastante poluentes e um meio de transporte que expõe seu condutor a mais riscos no trânsito.

Imagem: Concessionária de motocicletas – Bairro Restinga



Foto: Jaime Nazário. Disponível em: <http://sobremotos.solupress.com/news/article.asp?articleid=4968>.

Imagem: Lojas de operadoras de celular



Foto: M. Graúdo.

Na linha de ver a população da Restinga como potenciais consumidores de produtos e serviços, é de se estranhar que apenas a Caixa Econômica Federal e o Banrisul conduzam suas operações financeiras no bairro, já que bancos como Santander e Bradesco têm apostado em comunidades de baixa renda para crescer, incluindo a ampliação de microcrédito.

O transporte urbano foi uma das conquistas da comunidade, entretanto ainda é restrito a poucas linhas de ônibus. Houve um relato de que, por época da exigência de melhoria da qualidade dos ônibus, ocorreu fechamento de uma das vias e ateou-se fogo em um dos veículos.

O evento foi exposto como uma forma de chamar a atenção dos responsáveis e não como um ato de vandalismo. Em outras situações, pode-se perceber questões que não eram vistas como amorais. Ao se caminhar pelas ruas de algumas áreas bem mais pobres, foi possível avistar uma série de carros desmanchados e expostos em frente às casas. Há muitos motoristas que dirigem sem carteira, e muitos carros com as documentações irregulares.

Um caso visível é a ocorrência de ligações clandestinas nas redes de distribuição de eletricidade e as fraudes nos medidores, os conhecidos “gatos” ou “macacos”. A prática é aparente em algumas áreas e mencionada de forma natural, não sendo vista por alguns como algo ilegal ou percebida como algo que ponha em risco quem promove o ato ou faz uso da prática. Alguns moradores contatados não percebem a necessidade e o benefício que uma instalação elétrica adequada e legal tem para que seus equipamentos funcionem perfeitamente e para que desenvolvam seus negócios de forma segura e produtiva. Não está claro se a empresa responsável pela distribuição de energia na Restinga possui algum programa de conscientização e medidas de eficiência energética como os que vêm sendo aplicados por muitas concessionárias que atuam em comunidades de baixa renda, por exemplo, como reformas das instalações elétricas internas, substituição de lâmpadas incandescentes por lâmpadas fluorescentes compactas e cursos de conscientização e utilização racional de energia.

Alguns aspectos da Restinga chamam atenção. A região não é tão arborizada se comparada a outras áreas de Porto Alegre e ainda houve muito desmatamento, mas há algumas figueiras seculares e bastante imponentes. Há muito lixo nas ruas e praças. Existe uma ciclovia no local, enquanto nas áreas nobres de Porto Alegre esta facilidade ainda não existe. Outro ponto, apesar de uma população de tamanho expressivo, é que não há muitas opções de lazer e cultura, sendo deficitária em termos de equipamentos públicos desportivos e de recreação, também não existem cinemas ou teatros. O CECORES - Centro de Comunidade Restinga oferece atividades sistemáticas como dança, futsal, vôlei, entre outras, mas parece não atender plenamente aos desejos da comunidade. Neste local, funciona o CRAS – Centro de Referência de Atendimento Social, considerado realmente uma referência para a comunidade. Nele, há várias reuniões de algumas ONGs, orientações e serviços de atendimento à comunidade e ofertas de emprego.

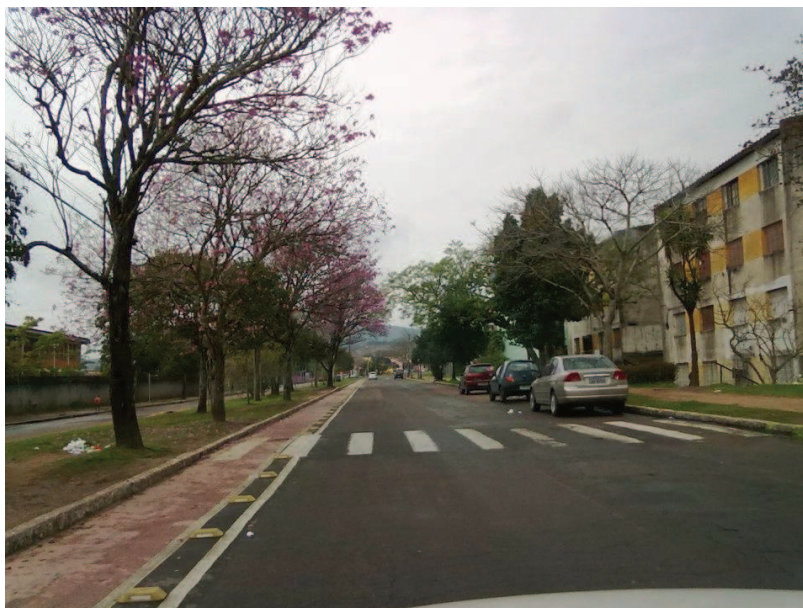


Foto: M. Graúdo.

Imagem: Figueira da Restinga



Foto: M. Graúdo.

Imagem: CECORES/ CRAS Restinga



Foto: M. Graúdo.

A escola de samba Estado Maior da Restinga, apesar de ser um ícone do bairro, tricampeã do Carnaval de Porto Alegre, não conta com a adesão de muitos dos informantes e

moradores do bairro nas atividades da escola de samba. Alguns não se sentem à vontade ou seguros de participarem dos ensaios e dão a entender que não concordam com a forma da agremiação trabalhar.

Pelo levantamento da Secretaria de Segurança Pública através da Delegacia de Homicídios e Desaparecidos da Capital do Estado do Rio Grande do Sul, a Restinga é considerada um dos três bairros mais violentos da capital gaúcha, sendo que as crianças e adolescentes constituem o público mais vulnerável a este problema. Apesar da preocupação real, também se percebe uma supervalorização da violência, pois há muita dificuldade de se ver o lado positivo da comunidade e dos resultados dos trabalhos que são feitos, não se consegue, por exemplo, numerar quantas crianças foram poupadas das situações violentas, todavia, sempre se fala das que foram vítimas. Há vários projetos do Pronasci - Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania, na região, que patrocina diferentes organizações sem fins lucrativos que colaboram com o órgão na articulação de políticas de segurança com ações sociais de forma a priorizar as ações preventivas à violência. Um dos projetos desenvolvidos é o Mulheres da Paz, que capacita lideranças femininas para se aproximarem de jovens em situação de risco infracional ou criminal e encaminhá-los aos programas sociais e educacionais do Pronasci. Durante o período de observações do contexto e entrevistas, ocorreram alguns episódios ligados à violência e que foram relatados pelos informantes, porém em momento algum foi possível ver ou perceber acontecimentos parecidos.

O contexto observado demonstra uma complexidade social muito semelhante à de outras comunidades de baixa renda, com seus problemas e suas dinâmicas muito parecidos, contudo algumas características se destacam na Restinga. A desconfiança é uma característica forte entre os moradores, talvez pelo passado no qual foram enganados com promessas de melhoria de vida, quando transferidos para o bairro, para se conseguir aproximação e conquistar a confiança é algo que demanda tempo e sensibilidade nas relações, entretanto, depois que a confiança é conquistada, os moradores têm muito prazer em receber para conversas e se sentem à vontade de falar.

Outra questão que vários informantes mencionaram é o fato do bairro possuir uma variedade de lideranças e cada uma com seus interesses próprios, falam muito em “panelinhas” e que para se conseguir algo é preciso fazer parte de uma delas. A expressão “panelinha” tem conotação pejorativa e normalmente é usada por aqueles que se sentem excluídos, traídos ou marginalizados dentro de uma comunidade ou organização. Esta questão põe em dúvida o valor de união que sempre se ressalta ao se falar da Restinga. A união ocorria normalmente em

situações nas quais a comunidade cobrava algo de alguém ou de alguma instituição, principalmente do governo.

Na busca por entender o baixo IDH-M da Restinga, considerando as áreas de educação, saúde e geração de renda, verificou-se que o bairro possui algumas fragilidades na área de educação, não só pelo número insuficiente de escolas e creches, mas também pela baixa escolaridade e qualificação de boa parte de seus moradores, o que conseqüentemente diminui suas oportunidades de empregabilidade e geração de renda. Este aspecto pode comprometer também o futuro da comunidade em uma sociedade que valoriza cada vez mais o conhecimento e que é componente importante para o desenvolvimento, inovação e sustentabilidade. Não que o conhecimento se baseie apenas em uma educação formal, porém esta educação formal facilitaria a busca por informação, o entendimento de conceitos, teorias, ideias, procedimentos e o processo de aprendizagem.

Os movimentos que foram percebidos em termos de qualificação ficam por conta do programa Minha Casa Minha Vida, que proporcionou a capacitação de profissionais na construção civil e o projeto do Hospital da Restinga formando profissionais na área de saúde. Na verdade, o Hospital é uma solução que tem uma abordagem sistêmica, pois além de trazer serviço à população, promove a capacitação da comunidade, todo o uso de recursos é pensado em termos de sustentabilidade, a comunicação do projeto é feita de forma eficiente, já que a comunidade fala do projeto de maneira natural e espontânea e enxerga os benefícios, que vão além do serviço de saúde oferecido, facilitando o entendimento da proposta de valor, promovendo o que Zurlo (2010) chama de efeito de sentido, na comunidade.

O entusiasmo provocado nas classes baixas e média pelo maior poder de compra, e nas indústrias pelo aumento da produção de bens de consumo para atender as necessidades dessas classes, remete ao pensamento de Flusser (2007) sobre objetos que são necessários para se progredir, mas que, ao mesmo tempo, obstruem o progresso. Na ótica da cultura do consumo, quanto maior a necessidade dos objetos, maior o seu consumo, objetos esses que, depois de consumidos, são descartados. Assim, cada vez mais recursos naturais, materiais e energia são usados, e mais lixo é gerado para atender as demandas da sociedade de consumo em um planeta de recursos e espaço finitos. A ideia de bem-estar baseada em coisas conduz a um consumo insustentável (MANZINI, 2008). Percebe-se um foco grande na comunidade de baixa renda da Restinga como potenciais consumidores, porém pouco se verifica em termos de sustentabilidade e em bem-estar baseado em menos coisas e mais pessoas (THACKARA, 2008). O quanto se pode pensar em bem-estar sustentável se baseando menos em produtos e mais em acessos, em bens comuns e capacidades (MANZINI, 2008). O quanto se pode mudar

a perspectiva dos objetos para os resultados promovidos por eles. (MANZINI, 2008). O quanto as comunidades criativas podem contribuir para o desenvolvimento de uma economia do conhecimento e para a sustentabilidade do local.

Núcleo Comunitário Cultural de Belém Novo

Com o objetivo de ter outra referência de trabalho social na mesma região sul de Porto Alegre, foi indicado o trabalho do Núcleo Comunitário Cultural de Belém Novo, pelos moradores do Terra Ville, um condomínio fechado e da classe alta, como um projeto importante conduzido com a baixa renda da região.

Imagem: Banner do site do NCCBN



Foto: Disponível em: <http://nccbelem.org.br/>.

O bairro do Belém Novo fica localizado a menos de 10 km da Restinga e é conhecido pelo condomínio residencial fechado Terra Ville, construído por volta do ano 2000 e que abriga em seus 170 hectares moradores da classe alta de Porto Alegre, mas que, devido ao seu alto padrão e condições sociais, econômicas e de infraestrutura favoráveis, acaba por camuflar a realidade da comunidade de baixa renda do bairro. Só estão disponíveis os Índices de Desenvolvimento Humano para duas comunidades do bairro Belém Novo, e estes se assemelham aos índices da Restinga.

Nas últimas décadas, houve um grande desenvolvimento do que Caldeira (2003) chama de enclaves fortificados que, segundo a autora, são grandes condomínios fechados das classes sociais mais altas, conjuntos de escritórios, prédios de apartamentos, shopping centers, escolas, hospitais, centros de lazer que vêm mudando o panorama das grandes metrópoles, seu padrão de segregação espacial e o caráter de espaço público até então capaz de gerar interações comuns entre as classes.

A palavra enclave vem do latim *inclavatus* e significa fechado. Um enclave é um território totalmente cercado por uma região estrangeira. Todos os enclaves fortificados possuem características semelhantes, como demarcação física, isolamento por muros e grades,

sistemas de monitoramento de segurança; são propriedades privadas para uso coletivo, dão ênfase ao valor do que é restrito e privado, desvalorizando o que é público e aberto na cidade. Assim, um enclave fortificado defende seus habitantes do estrangeiro e do estranho, poupando-os de contratemplos e adversidades.

Motivados pelo tema violência, presente no cotidiano das grandes cidades e sustentado pelo discurso do medo, as tais fortificações criaram um novo modelo de segregação espacial e transformaram a maneira de morar, consumir, trabalhar e se divertir; alteraram a qualidade de vida e o modo de se relacionar das pessoas nos grandes centros urbanos, provocando o deslocamento das classes mais altas e reforçando a exclusão social, a discriminação, os preconceitos de classe e raça, a estigmatização e um olhar cada vez mais diferenciado e negativo para as classes mais pobres e vulneráveis da sociedade (CALDEIRA, 2003).

Ao se instalar em enclaves fortificados, seus habitantes cultivam um relacionamento de negação e ruptura com o resto da cidade, gerando uma distância cada vez maior do que se pode chamar de um modelo ideal de cidade, de um espaço público moderno e democrático, o espaço das cidades modernas, com circulação livre, primazia e abertura de ruas, uso espontâneo de praças e ruas e encontros impessoais (BAUMAN, 2001, p. 127). Para Caldeira (2003, p. 307), esses espaços públicos promovem interações entre pessoas que são forçadas a confrontar seus anonimatos e os dos outros com base na cidadania e, assim, conhecer e respeitar os direitos iguais do outro. Portanto, uma cidade de muros reproduz desigualdade, isolamento e fragmentação, corrói a cidadania e se opõe a quaisquer possibilidades democráticas. Os enclaves fortificados conferem também status aos que lá vivem. A construção de símbolos de status é um processo que elabora diferenças sociais e cria meios para a afirmação de distâncias e desigualdades sociais. Os enclaves, com suas barreiras físicas e artifícios de distanciamento, são literais na sua criação de separação. Muros, grades, sistemas de segurança são manifestações explícitas da necessidade de afastamento e isolamento do diferente, do que gera desconfiança e insegurança.

Por outro lado, os bairros pobres, com casas improvisadas e favelas, apresentam uma estética que não transmite segurança para aqueles que vivem nos enclaves fortificados, afastando-os. Desta forma, provoca um tipo de segregação por parte das classes mais altas, pois não há evidências de segurança para este segmento da população, tornando assim a segregação, tanto social quanto espacial, uma característica das cidades contemporâneas, com regras que organizam o espaço urbano com padrões básicos de diferenciação social e de separação.

Foi justamente após um conflito que um líder comunitário chamou atenção ao fato de que esta separação não poderia continuar no Belém Novo e que, se nada fosse feito, os

moradores de condomínio ficariam reféns de seus próprios muros. Assim, o NCCBN - Núcleo Comunitário Cultural de Belém Novo surgiu da necessidade de aproximação da Brigada Militar com a comunidade de Belém Novo, sendo que, no ano de 2001, a Brigada Militar deu início às reuniões comunitárias com os moradores do Loteamento Chapéu do Sol, comunidade formada inicialmente para abrigar 700 famílias transferidas de outras áreas de Porto Alegre, consideradas de risco. As reuniões primeiramente abordavam assuntos de segurança pública, sendo que, a partir do estabelecimento de uma relação de confiança, foram evoluindo para outros assuntos de interesse, como saúde, educação, lazer, transporte, saneamento básico, entre outros.

O Núcleo funciona em terreno cedido pelo Terra Ville Empreendimentos, os principais mantenedores são os próprios condôminos, que contribuem mensalmente com um percentual da taxa do condomínio para a manutenção do projeto, e o espaço físico foi sendo construído para abrigar atividades que suprissem algumas carências de organização básica relativa à estrutura familiar e ao contexto social. Além do Terra Ville, conta com a parceria da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Segurança Urbana, da Quality INN Consultoria, do Senac e da Gerdau.

As atividades do Núcleo de Belém Novo começaram na forma de trabalho informal no ano de 2002, através do grupo de voluntários, coordenados pela Brigada Militar, servindo um “sopão comunitário” toda sexta-feira. A atividade cresceu, e outras pessoas se aproximaram para realizar trabalhos voluntários. Em agosto de 2004, foi transformada em entidade jurídica. O Núcleo atende quase 1000 pessoas de diferentes faixas etárias, com atividades culturais como Ballet, Jazz, Street Dance, Capoeira, Ginástica relacional, Violão, Teatro, Kildo (defesa pessoal) e atividades que desenvolvem a trabalhabilidade e a geração de renda, com cursos de estofador, de confecção de almofada e biscuit, curso de manicure, cabelereira e maquiagem, e há também aulas de reforço de português e matemática, bem como aulas de informática. Introduziram um curso de qualificação de empregadas domésticas, que são absorvidas pelas residências no próprio Terra Ville. Com o aumento de atividades e atendimentos, foi necessário ampliar as instalações, porém não obtiveram autorização para construírem no local disponível, foi quando tiveram a ideia de fazer uma casa de madeira que é considerada como um espaço provisório muito comum para o estoque de materiais em obras e é lá que os cursos são conduzidos há alguns anos. Em 2006, em reconhecimento ao trabalho conduzido, o NCCBN foi escolhido para receber o Prêmio Direitos Humanos da UNESCO.

Imagem: Biblioteca do NCCBN



Foto: M. Graúdo.

Na ocasião da observação do NCCBN, os responsáveis pela visita foram o Diretor Operacional, Sr. Índio Tadeu dos Santos, e o Presidente, Major RR Antônio Marcos Cidade, do Núcleo de Belém Novo. O Sr. Índio é morador da região e funcionário do Terra Ville, ajudou a construir o condomínio e o campo de golfe do local, realiza e se dedica a trabalhos em prol da comunidade há anos, foi um dos incentivadores da criação do Núcleo. O Sr. Índio é bastante articulado e transita em vários segmentos e núcleos sociais, ele serve como uma ponte entre a população do Terra Ville e a população da comunidade de baixa renda do Belém Novo, um tradutor, um mediador social. É uma pessoa com a qual se pode conversar horas e escutar suas histórias, ele contou toda a história da formação e estruturação do Núcleo, fala com orgulho e satisfação do trabalho e cada criança que evita que siga um caminho inadequado, como através do trabalho há um desenvolvimento da comunidade e a melhoria da autoestima das pessoas. O Major Cidade, através de sua formação militar, traz muitos aspectos de gestão para o Núcleo que hoje é classificado como uma Organização Não Governamental, mas está se transformando em Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, ou OSCIP, um título fornecido pelo Ministério da Justiça do Brasil, cuja finalidade é facilitar o aparecimento de parcerias e convênios com todos os níveis de governo e órgãos públicos (federal, estadual e municipal) e permite que doações realizadas por empresas possam ser descontadas no imposto de renda. Os onze funcionários têm responsabilidades e metas e são avaliados pelos resultados alcançados.

Ficam claros alguns pilares de sustentação do projeto, como, por exemplo, a importância do processo de gestão profissional do NCCBN, com metas, avaliações e auditorias externas. Outro aspecto que surge é a combinação de conhecimentos tácitos, por parte do Sr. Índio, e explícitos, por parte do Major Cidade, como também da combinação da intuição,

emoção e razão na condução do projeto. Além do fato dos condôminos do Terra Ville serem investidores regulares, garantindo sustentabilidade econômica.

A partir da referência do Projeto do Núcleo Comunitário Cultural de Belém Novo, foi útil observar como locais tão próximos possuem realidades tão diferentes, e como diferentes conhecimentos, quando combinados, são capazes de gerar resultados positivos, como gestão e investidores são importantes para a sustentabilidade de um projeto. O caso do NCCBN pode servir como exemplo e proporcionar uma participação de modo paritário com os grupos da Restinga, com troca de informações (MANZINI, 2008).

Rede de Atendimento à Criança e ao Adolescente

Por recomendação da Pedagoga do Centro Infanto Juvenil Monteiro Lobato, se chegou à Rede de Assistência à Criança e ao Adolescente, onde um dos informantes-chave, indicados por ela, trabalhava como coordenador.

A Rede de Atendimento à Criança e ao Adolescente da Restinga é uma organização composta por pessoas que representam diferentes áreas de assistência à criança e ao adolescente, tais como educação, ONGs, fundação de Assistência Social e Cidadania, Mulheres da Paz, saúde, entre outras entidades que atuam no bairro. Estas se unem para dar soluções aos principais problemas que podem comprometer a integridade dos menores de idade, como, por exemplo, maus tratos domésticos, abusos de ordem física ou psicológica, violência das ruas, oportunidades de estudos, formação e saúde. Os participantes da rede são, em sua maioria, profissionais dos campos da pedagogia, assistência social e psicologia, dos quais muitos mantêm apenas o vínculo profissional com o bairro, não sendo moradores da Restinga. A Rede possui sete coordenadores que têm como responsabilidade dirigir e representar a Rede de Atendimento por meio de uma coordenação colegiada e também registrar em ata as discussões realizadas durante as reuniões com a comunicação feita por meio eletrônico.

A organização proporciona vários serviços e programas que assistem crianças e adolescentes, bem como suas famílias, entre os quais educação, saúde, assistência social, segurança, Conselho Tutelar, Ministério Público, Juizado da Infância e da Juventude e outros setores, sejam eles governamentais ou da sociedade civil. Considera-se criança, para os efeitos das leis brasileiras, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade, e para os quais a Rede tem como objetivo pensar estratégias conjuntas de proteção, garantindo o acesso a seus direitos fundamentais. Os direitos fundamentais são aqueles direitos com os quais cada ser humano deve dispor de maneira a conduzir sua vida de forma plena e sadia. Direito à vida, à liberdade e à segurança, direito à

nacionalidade, ao abrigo, à liberdade de pensamento, opinião e expressão, e o direito à educação são alguns dos direitos fundamentais que devem ser garantidos aos menores de 18 anos.

Como processo formal, a Rede de Atendimento da Restinga se reúne duas vezes por mês, por vezes no Centro de Referência de Atendimento Social ou no Conselho Tutelar, para discutir, traçar planos e estabelecer metas em uma combinação de esforços individuais que têm por finalidade realizar propósitos coletivos. Os coordenadores e participantes buscam a mobilização e a participação das pessoas que sejam importantes para a realização das ações planejadas.

Um dos coordenadores da Rede, que foi sugerido como informante-chave, é conselheiro tutelar, e, ainda que jovem, um dos moradores mais antigos do bairro e conhece bem a história da formação da Restinga. Sua família fazia parte de uma das vilas transferidas na década de 60, e ele relata que chegou com um ano de idade à Restinga e que sua casa veio trazida em um caminhão. Acompanhou as lutas e as conquistas do bairro, porém hoje também percebe que há uma divisão de grupos e interesses, o que enfraquece novas conquistas para o bairro. Apesar de estar crescendo em número de pessoas, mencionou que sente uma estagnação do seu desenvolvimento. Preocupa-se com a questão da violência, todavia se incomoda por este ser o único assunto falado e valorizado. Pelo seu envolvimento pessoal e profissional, há uma grande participação no processo da Rede e em sua gestão, muitas vezes de forma sobrecarregada.

Seria possível pensar que a organização, por ter o nome Rede e apresentar uma estrutura social composta por pessoas ou organizações conectadas por objetivos ou interesses comuns, e que se articulavam em função de atingirem um resultado ou buscarem uma solução para algum tipo de problema, fosse caracterizada pela teoria das redes sociais. Porém, ao longo de dois meses, participando das reuniões da Rede, foi possível observar e analisar as características da Rede frente à teoria e entender como o processo de conhecimento e inovação acontecia em uma organização que lida com uma comunidade de baixa renda, o que revelou algumas fragilidades em sua estrutura para que houvesse multiplicação de conhecimento e provocasse mudanças significativas.

A partir da teoria revisada e das características observadas da Rede de Atendimento, o primeiro ponto a ser destacado é que a inovação não é um processo central da organização. Verifica-se a procura de soluções para os problemas, mas não se detectam oportunidades ou soluções inovadoras, como uma forma de trazer vantagens competitivas frente às questões sociais enfrentadas diariamente pela organização e suas entidades. Como exposto por Tidd, Pavitt e Bessant (2008), inovar significa fazer algo novo e, em alguns casos, a inovação surge quando se repensa a forma a qual se olha para alguma coisa, percebe-se uma dificuldade do

grupo em observar os problemas de forma diferente ou os problemas como oportunidades de serem trabalhados de forma inovadora.

Considerando que a inovação está relacionada ao conhecimento e que o conhecimento é construído através da combinação de diferentes competências, encontradas dentro e fora das organizações, é importante destacar algumas questões. Na Rede de Atendimento, os integrantes pertencem, em sua maioria às áreas de psicologia, pedagogia e assistência social, que têm como objetivos semelhantes entender e melhorar a condição do ser humano, porém, dada a complexidade dos problemas enfrentados pela Rede na Restinga, seria conveniente incluir diferentes perspectivas disciplinares como, por exemplo, da área de gestão, engenharia, arquitetura e urbanismo, ecologia, direito, administração e comunicação, para trazer outros olhares e soluções para os problemas.

Não se percebe também a procura por conhecimento fora da organização ou através de outras competências, revelando que não se adota a premissa que os conhecimentos que podem enriquecer o processo de inovação estão fora das organizações, e que é preciso acessá-los. Da mesma forma, não ficam claros a construção e o compartilhamento de conhecimento através das Comunidades de Prática, nas quais interesses comuns são divididos de maneira informal, mas que trazem contribuições importantes para a inovação. A própria gestão do conhecimento, ou seja, o processo de acesso, uso, compartilhamento e geração de conhecimento, parece não estar estruturado.

Com relação ao conceito exposto por Hirunyawipada, Beyerlein e Blankson (2010), que para o conhecimento tácito e individual se tornar coletivo de forma eficaz, depende da interação e comunicação existente, do grau de coordenação e liderança, como também alinhamento de objetivos, é preciso observar alguns aspectos da socialização das informações por parte da Rede. As reuniões acontecem duas vezes por mês, nas quais ocorrem trocas de ideias, relatos das experiências e transmissão de um conhecimento tácito e individual para o grupo, e assim cada representante das entidades que compõem o grupo se encarrega de transmitir esse conhecimento, mesmo que haja a formalização em ata de reunião. Observa-se que este fluxo de informações fica comprometido por alguns aspectos. Apesar da Rede ser composta por mais de 100 membros, menos de 20% aparece de forma frequente, comprometendo o aprendizado e a disseminação do conhecimento. Por exemplo: nenhum representante da área da saúde compareceu durante todo o período de observação do estudo, e a área da educação, apesar de contar com 19 escolas, teve apenas três representantes que compareciam regularmente. Outro aspecto é que muitos dos participantes da rede não possuem posições de liderança em suas

entidades, o que afeta não só o aprendizado como também a capacidade de envolver e influenciar outras pessoas nos projetos e alinhar os objetivos.

Apesar de não ser uma organização centrada na inovação, a Rede de Atendimento à Criança e ao Adolescente poderia rever seus processos e estruturas para tirar proveito das relações sociais estabelecidas dentro e fora da organização, gerando conhecimento de forma a promover soluções inovadoras para os problemas sociais apresentados no dia a dia da Restinga. A Rede de atendimento merecia uma análise específica e mais profunda, entendendo sua estrutura e suas implicações na comunidade de baixa renda, pois guarda alguns aspectos importantes como plataforma de transmissão e multiplicação de conhecimento, para o desenvolvimento de projetos inovadores na área social.

Foi a partir do envolvimento com a Rede de Atendimento que se chegou à ONG que colaborava como o grupo de baixa renda que se transformou em objeto de estudo deste trabalho. Entre várias entidades de assistência que participam da Rede, um grupo participante se diferenciou devido à sua proposta de economia solidária na prevenção da violência, sugerindo um papel mais protagonista e valorização do empreendedorismo dos moradores da Restinga, e que veremos a seguir.

Economia Solidária na Prevenção da Violência

A Guayí é uma organização não-governamental sem fins lucrativos constituída como OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público –, com sedes nas cidades de Porto Alegre e Caxias do Sul. Foi fundada em julho de 2001, mas teve sua origem em 1979 com atuação junto ao movimento sindical, trabalho rural e na luta pelos direitos da mulher.

O projeto Economia Solidária na Prevenção à Violência no Rio Grande do Sul, da Guayí, foi selecionado pelo Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania (PRONASCI) e teve início no mês de junho de 2011, em Territórios de Paz⁴⁵, em 13 municípios do RS, incluindo Porto Alegre, onde considera quatro regiões: Restinga, Bom Jesus, Vila Cruzeiro e Lomba do Pinheiro, totalizando 16 comunidades. Na Restinga, o Território da Paz está localizado na região da Restinga Velha e abrange as comunidades da Abolição, Barro Vermelho, Caixa D'Água e Chácara do Banco.

⁴⁵ Em dezembro de 2007, a SMDHSU, órgão gestor da política municipal de segurança urbana, selecionou os locais de maior risco à violência letal e criminalidade em Porto Alegre para a implantação do Programa Territórios da Paz que são áreas da cidade caracterizadas por elevados índices de violência letal, que envolvem principalmente os jovens de 15 a 29 anos. O objetivo da identificação dessas áreas na cidade é que estas, por meio de diversas intervenções sociais e implantação de policiamento comunitário previstos pelo Pronasci (Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania), sejam pacificadas transformando-se em Territórios da Paz.

O projeto da Guayí visa promover processos voltados à geração de trabalho e renda por meio da promoção da economia solidária e faz parte de uma estratégia de prevenção à violência e inserção social com mobilização, protagonismo e fortalecimento das comunidades. A entidade busca desenvolver a autogestão, assessoria para a atividade econômica e estímulo à auto-organização de redes entre os empreendimentos solidários. O projeto se propunha a beneficiar jovens entre 15 e 29 anos, que estivessem cumprindo pena nos regimes semiaberto e aberto, egressos do sistema prisional e seus familiares; adolescentes cumprindo medidas socioeducativas; moradores das comunidades prioritárias do PRONASCI e empreendimentos econômicos solidários.

O projeto utiliza um método desenvolvido pela Guayí que considera mobilização e sensibilização dos jovens beneficiários; identificação de potenciais produtivos e de mercado; elaboração de Plano de Negócios; qualificação técnica; capacitação para autogestão e administração; formação de cidadania e direitos; articulação com outras redes e com políticas públicas.

Contudo, apesar de se propor a trabalhar com jovens de 15 a 29 anos, o que se verificou, nos primeiros contatos com os participantes do projeto de Economia Solidária, foi a adesão de mulheres acima da faixa etária proposta e que possuíam alguma atividade de artesanato, trabalhos manuais e alimentação, muitas motivadas pela verba de R\$20 mil que seria oferecida para o desenvolvimento do empreendimento solidário na Restinga.

O projeto de economia solidária realizou uma série de entrevistas com moradores, nas quais resgatou o histórico da comunidade, apresentou um diagnóstico sociopolítico muito focado na questão de violência, promoveu uma série de reuniões com os participantes do empreendimento, gerou um diagnóstico para o desenvolvimento local, elaborou o que chamaram de plano e que foi apresentado durante uma reunião em dezembro de 2011. Após estas ações, iniciariam uma série de oficinas para qualificação dos participantes e constituição do empreendimento.

Apesar de não se tratar da avaliação, ou muito menos um estudo de caso da Guayí, pois o objetivo da pesquisa não era esse, pareceu propício fazer alguns comentários sobre determinados aspectos do trabalho da Guayí e o método aplicado pela ONG junto ao grupo da economia solidária. Principalmente porque a entidade exercia intervenções de cima para baixo (MANZINI, 2008) no grupo.

Imagem: Resumo da primeira etapa do projeto economia solidária



Foto: M. Graúdo.

O que normalmente se chamaria de fases de um projeto, em uma etapa com características exploratórias, a ONG chamou de ações. No diagnóstico, houve o levantamento dos problemas, das dificuldades, bem como as potencialidades e capacidades instaladas no bairro e as demandas. Esse conjunto de informações foi chamado de plano de desenvolvimento local. A lógica da dinâmica conduzida se assemelhou ao processo de análise SWOT, que permite a compreensão de uma organização em seu contexto e negócio, através da identificação de forças e fraquezas da organização e oportunidades e ameaças com relação ao mercado, porém o foco da análise se deu apenas em questões de desenvolvimento local e nada com relação ao empreendimento de economia solidária que estavam montando. Nesta primeira etapa do projeto, a Guayí realizou nove encontros, de outubro ao começo de dezembro de 2011, e cada encontro acontecia semanalmente em uma sala do CECORES/CRAS. De acordo com a ONG, nesta fase, normalmente realizam apenas 3 encontros, mas, dadas as características mais questionadoras do público da Restinga, este número triplicou.

Imagem: problemas, dificuldades, potencialidades e capacidades instaladas no bairro

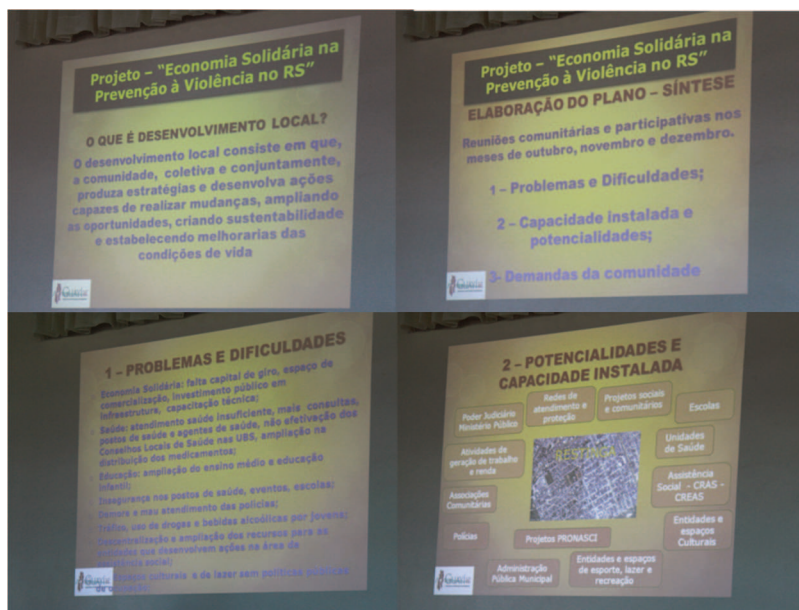


Foto: M. Graúdo.

Imagem: demandas do bairro

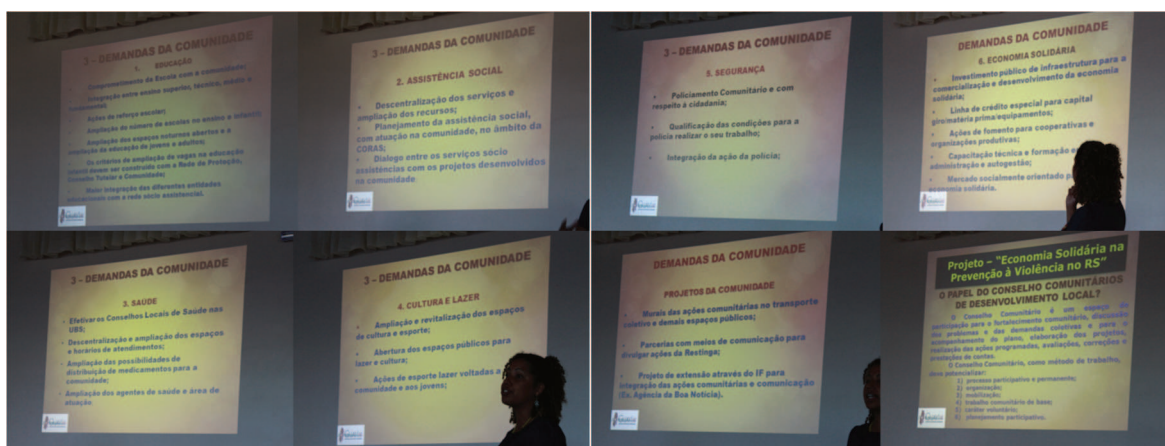


Foto: M. Graúdo.

O histórico da comunidade foi construído a partir de entrevistas com moradores, entretanto, não foi mostrado durante a apresentação do plano e não pareceu que durante as demais etapas este conhecimento foi utilizado. Um pequeno trecho da história e alguns trechos foram inseridos verbatim no boletim, um material em tamanho A4, de quatro páginas, que serviu para comunicar o projeto para a comunidade, abordava a história do bairro e suas estatísticas de homicídio, além de explicar sobre economia solidária.

Imagem: Boletim sobre o Projeto Economia Solidária na Restinga

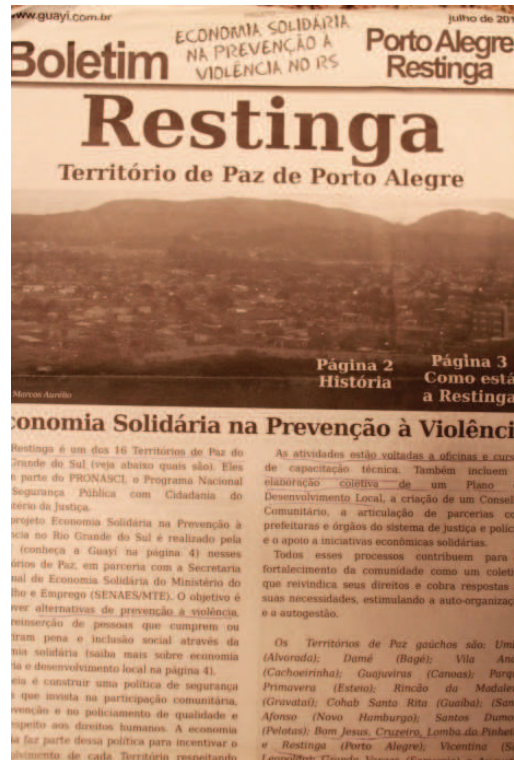


Foto: M. Graúdo.

O evento comunitário foi realizado durante uma feira de ciência e tecnologia promovida pela Escola Técnica da Restinga, no final de outubro de 2011. De um lado, havia a exposição dos projetos dos estudantes e, de outro, a exposição dos produtos. O momento foi oportuno para verificar, a partir dos produtos expostos, que a maioria dos participantes acabava escolhendo o artesanato em tricô e crochê como uma forma de trabalho e que não havia diferenciação entre os produtos propostos, uma artesã se destacava por expor mandalas. Esta artesã virou uma informante-chave e foi peça importante para o desenvolvimento deste projeto de pesquisa. A feira gerou uma expectativa de vendas para os participantes, porém o público que frequentou a feira era composto, na sua maioria, por jovens para os quais os produtos não geravam interesse. Contudo, depois do evento, o grupo se sentiu confiante para expor seus produtos e pediu para fazer parte de uma feira que acontece todos os sábados na Esplanada.

Imagem: Evento comunitário no qual o grupo expos seus trabalhos



Foto: M. Graúdo.

Até a apresentação do Plano de Desenvolvimento Local, não ocorreram oficinas, que também não pareciam focar no desenvolvimento do negócio, pois consideravam os seguintes temas: “Prevenção à Violência”, “A sociedade que vivemos”, “Participação e Cidadania”, “Economia Solidária e Desenvolvimento Local”. Após a apresentação do plano, foi preparado um relatório, muito semelhante ao boletim, da rodada para a elaboração do plano comunitário de desenvolvimento local, para distribuição na comunidade.

Ao apresentarem o plano de desenvolvimento local, a ONG propôs realizar outra etapa do projeto, considerando nove oficinas com nova coordenação. O nome oficina sugeriria uma sessão de trabalho, algo mais participativo, porém, logo na primeira oficina, passaram um filme sobre economia solidária, os coordenadores da Guayí falaram e muitos ficaram calados.

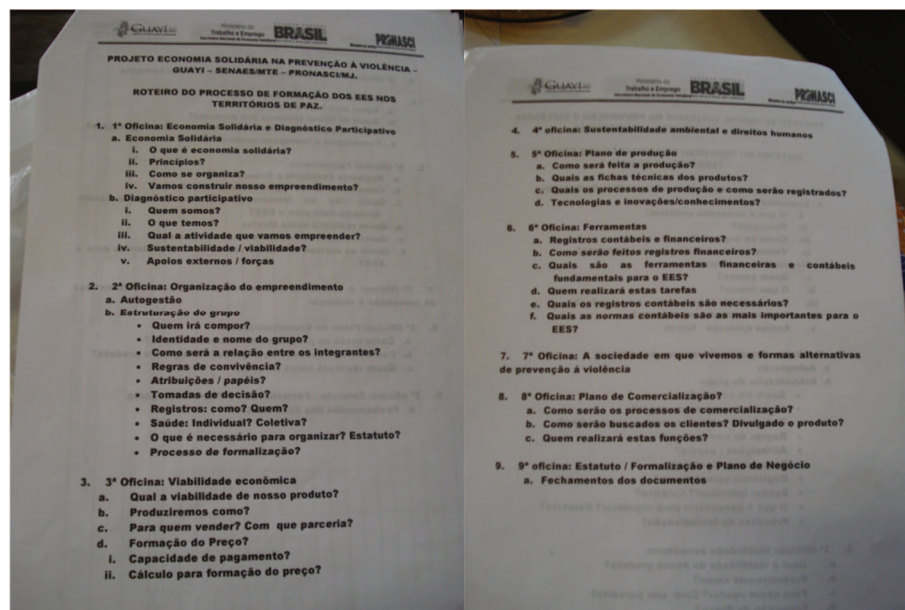


Foto: M. Graúdo,

A Guayí promoveu o encontro de pessoas que não se conheciam apesar de morarem no mesmo bairro, cerca de 70 pessoas passaram pelas reuniões do projeto, de acordo com a lista de presença. Porém, apenas um pequeno grupo, que não passava de 15 pessoas, participou de todos os encontros e, apesar da frequência, muitos demonstravam dúvidas do que os unia ou o que poderia uni-los, como trabalhar juntos, como manteriam sua identidade individual e como criariam uma identidade de grupo. As pessoas que compunham o grupo eram bastante heterogêneas, em termos de atividade, qualificação, visão de negócio e experiência de vida. Foi justamente com essas pessoas que se buscou a aproximação e com as quais seria realizado o trabalho.

Imagem: Reunião do grupo com a ONG para a apresentação do plano de desenvolvimento



Foto: M. Graúdo.

Apêndice B: Protocolo de observação

- Observar a presença de escolas, hospitais e negócios locais, suas quantidades e condições (novos, abandonados, malcuidados).
- Verificar a existência de espaços culturais e de lazer.
- Verificar as condições ambientais, presença de árvores, coleta seletiva, uso de bicicletas, etc.
- Verificar em que condições se encontram as ruas e espaços públicos.
- Verificar a presença de espaços comunitários.
- Perceber a existência de locais onde existem encontros de grupos.
- Verificar a presença de empreendimentos tradicionais como vendinhas, lojas e camelôs.
- Perceber se novos empreendimentos foram criados nos últimos tempos.
- Quais indústrias existem no polo industrial.
- Conferir os empreendimentos imobiliários recentes.
- Verificar a presença de empreendimentos comunitários (hortas, restaurantes, espaços de compartilhamento).

Apêndice C: Exemplo Diário de campo

Porto Alegre, 26 de dezembro de 2011

Em pleno domingo de Natal, fiquei lendo até de madrugada a dissertação de Vanessa Zamboni da UFRGS, sobre o processo de remoção dos moradores das vilas Ilhota e Santa Luzia para a Restinga, com o intuito de ter elementos para discutir, na segunda feira dia 26/12, com o Julinho, um dos coordenadores da Rede de Assistência da Restinga e conselheiro tutelar que iria trocar algumas ideias comigo sobre a Restinga e o projeto.

Achei interessante saber da origem dos entrevistados, ou informantes como a autora se refere, vindos do interior do estado, sua instalação nas vilas extintas, sua remoção para a Restinga e traçar algumas suposições sobre a situação atual do Bairro. Conforme lia, um mapa conceitual ia se formando em minha mente.

Por mais que o foco da pesquisa seja a baixa renda, se tratando de uma baixa renda da Restinga, o contexto é bastante específico e emblemático, influenciando e permeando com questões culturais esta população de baixa renda. Fiquei intrigada por que algumas coisas não evoluem, por que não se tem a cultura de produzir o próprio alimento, por que um de seus grandes ícones, a Escola de Samba Estado Maior da Restinga, mobiliza pouco os moradores de Porto Alegre, quais os pontos positivos e negativos das lideranças políticas e religiosas, o que é, o que não é e o que a Restinga pretende ser?

Não consegui falar com o Julinho, que estava afônico e sua voz só saía se falasse muito baixo. Mencionei que queria entender o passado, o presente e as perspectivas de futuro de acordo com sua experiência de morador. Marcaria outro dia com ele. Do pouco que falou, mencionou que foi para lá com um ano de idade, com a casa em cima de um caminhão, que levantam uma bandeira de Restinga violenta que só atrapalha o bairro, que há muitas lideranças políticas e isto gera um entrave, que os interesses não convergem. Durante um tempo a Restinga avançou, mas, de uns tempos para cá, a Restinga não caminha, que há algo emperrando a engrenagem, que a horta comunitária não vingou e mal ou bem foi no governo do PT que alguma coisa foi feita, que uma amiga que trabalha com agricultura já havia tentado, mas não consegue entender por que isso não vai para frente, que existe uma visão muito maniqueísta das coisas. Falei que tinha encontrado alguns cariocas morando na Restinga e ele brincou que eles devem achar a Restinga parecida com o Rio.

Como saí mais cedo da Restinga, fui conhecer uma fruteira que existe bem na entrada da Restinga e sempre me chamou atenção por ser o único local ali perto, ou pelo menos visível, que produzia alimentos.

Imagem: Horta bairro vizinho à Restinga



Fonte: M. Graúdo.

Falei com Vinícius, um dos donos. Comecei a abordagem dizendo que sempre passo por ali e me chama a atenção a horta. Perguntei se ali era Restinga, ele me disse que era Aberta dos Morros. Pensei que ia ficar desconfiado e não ia fluir muito a conversa, mas foi me contando que era a quarta geração de uma família de italianos que vieram direto da Itália para a Vila Nova. Que são 10 hectares só o terreno atrás da venda e que o avô dele tem um terreno com 20 hectares mais atrás. Que na estrada ao lado existiam mais sítios. Perguntei se era a Vila Nova, bairro próximo dali, onde plantavam pêsegos. Ele disse que não se planta praticamente mais nada por lá, me disse que os sítios estão virando condomínios, que a zona Norte já cresceu o que tinha que crescer e agora só sobra espaço para lá. Ele me disse que os produtores acabam cedendo, pois muitas vezes não compensa produzir alimentos. A produção deles não é orgânica, mas fiquei encantada com os legumes e as verduras. Eu toda feliz com o preço e o tamanho da alface, e ele me dizendo que o pessoal reclamava que era caro. R\$0,75!

Imagem: Alface da horta



Fonte: M. Graúdo.

Fiquei imaginando se tivesse uma horta daquela ao lado da minha casa. Como as pessoas estão perdendo contato com a origem dos alimentos, como lá fora as pessoas estão valorizando uma boa alimentação, um espaço para cultivar, trazendo soluções inovadoras e rentáveis. Lembrei-me do projeto da Lufa de Montreal e do Gotham Greens de Nova Iorque.

Imagem: Lufa – Montreal



Fonte: https://www.google.com.br/search?q=lufa+-+montreal&safe=off&rlz=1C1SQJL_pt-BRBR790BR790&source=Inms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjV8d7i79LaAhUKHpAKHTZABg8Q_AUICigB&biw=1920&bih=949.

Imagem: Gotham Project – Nova Iorque



Fonte: https://www.google.com.br/search?safe=off&rlz=1C1SQJL_pt-BRBR790BR790&biw=1920&bih=949&tbn=isch&sa=1&ei=XB_fWsb6C8q0wATpkanAAQ&q=gotham+project+new+york+vegetable+garden&oq=gotham+project+new+york+vegetable+garden&gs_l=psy-ab.3...27587.30614.0.30842.17.13.0.0.0.0.247.1710.0j8j2.10.0...0...1c.1.64.psy-ab..7.0.0...0.SZSLpMD56Jc.

Apêndice D: Temas de interesse nas conversas informais

Muitas conversas foram conduzidas de maneira informal e não estruturadas, isto é, sem a aplicação de um roteiro pré-estabelecido, mas com alguns temas de interesse abordados com os participantes do grupo de economia solidária:

- Tipo de trabalho que conduzia para saber a sobreposição de técnicas.
- Por que começou a participar das reuniões da Guayí.
- Se morava desde a ocupação ou recentemente na Restinga.
- Se morava recentemente, o que havia motivado a mudança.
- Em qual parte da Restinga morava.
- O que gostava na Restinga.
- Quais eram os problemas.
- Se tinham contato com outros projetos sociais e outros bairros da região.
- O que provocava quando o objetivo da pesquisa era apresentado.

Apêndice E: Áreas abordadas durante as entrevistas em profundidade com especialistas

O contato com os especialistas tinha como objetivo entender o contexto, as características da população de baixa renda e se a forma de trabalharem se assemelhava à do Design Estratégico. As áreas abordadas durante as entrevistas foram as seguintes:

- Qual o trabalho conduzido com a população da Restinga e há quanto tempo.
- Quais os principais problemas da Restinga.
- Características da população local.
- O que faltava para as pessoas progredirem.
- O que acreditavam ser os principais motivos para a região não progredir.
- Quais oportunidades poderiam ser trabalhadas.
- Quais os profissionais envolvidos no processo (só sociólogos ou há outros profissionais).
- Quais as etapas do processo (reuniões, sessões de trabalho, oficinas).
- Os problemas trabalhados são definidos em conjunto.
- Há formalização dos problemas.
- Como acontece cada etapa e como são registradas.
- São utilizadas ferramentas para facilitarem o levantamento de informações e condução de trabalhos em grupo.
- Há objetivo de desenhar algum projeto para lidar com os problemas trabalhados.

Apêndice F: Roteiro entrevista – discussão em grupo

Participantes frequentes e menos frequentes do grupo de economia solidária.

- Nome
- Você pode me falar a sua idade?
- Há quanto tempo mora na Restinga? Verificar se nasceu ou foi morar lá.
- Se foi morar lá, em que condições isto aconteceu?
- Eu tenho uma curiosidade: Você sabe me dizer o que é Restinga?
- Me conte um pouco de você, de sua família, do seu dia-a-dia.
- Que atividade econômica você desenvolve?
- Como e por que você começou a trabalhar nessa área?
- Como você aprendeu o que faz? Alguém ensinou? Você fez algum curso?
- Você sempre trabalhou nessa área? Fazia alguma coisa diferente antes? Por que parou ou trocou/acrescentou?
- Você sempre pensou em trabalhar nessa área? Você pensava em trabalhar em outra área? Por que não foi para esta outra área? O que faltou?
- Como você se atualiza na sua área? Faz cursos? Como busca as referências? TV, Revistas? Troca informações com outras pessoas?
- Para quem você vende seu produto? Onde vende?
- Onde você trabalha/produz?
- O que você mais gosta no que faz? O que você menos gosta?
- Quais as maiores dificuldades?
- Qual o seu processo de criação?
- Você como você pensa coisas novas/novidades?
- Me conte um dia de trabalho seu.
- Com esse crescimento previsto na Restinga você já pensou em algumas oportunidades?
- E as ameaças? O que você prevê como problemas?
- Quais são suas vantagens/forças frente a esta situação?
- Quais são seus pontos fracos frente a esta situação?
- O que falta para melhorar seu trabalho?
- Tecnologias que possui: Computador/ máquinas?
- Você fez algum tipo de investimento nos últimos tempos?
- Você tinha algum sonho?
- Qual é o seu sonho?
- Qual o sonho para seu negócio?
- O que te atraiu na economia solidária?
- Como vocês se veem como grupo?
- O que vocês têm de mais positivo?
- O que falta?
- Qual o maior desafio?
- Onde você acha que o projeto está? Onde você gostaria de chegar?
- Como você gostaria de se sentir?

Apêndice G: Briefing Workshop - Restinga

Oficina de ideias

Data: 17/1/2012, 3ªfeira

Horário: 8h30min – 18h

Local: Unisinos Porto Alegre - Av. Luiz Manoel Gonzaga, 744

Objetivo do WS

Levantar elementos que contribuam para o desenho de plataforma que habilite o empreendimento de um grupo de baixa renda.

Histórico

A ONG Guayí foi selecionada em chamada pública da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), através de Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania (PRONASCI) para desenvolver o projeto Economia Solidária na Prevenção à Violência em 13 municípios do RS, incluindo Porto Alegre onde considera quatro regiões: Restinga, Bom Jesus, Vila Cruzeiro e Lomba do Pinheiro, totalizando 16 comunidades.

O projeto de economia solidária apresentou como proposta beneficiar jovens entre 15 e 29 anos, que estejam cumprindo pena nos regimes semiaberto e aberto, egressos do sistema prisional e seus familiares; adolescentes cumprindo medidas socioeducativas; moradores das comunidades prioritárias do PRONASCI e empreendimentos econômicos solidários. Porém o projeto despertou interesse em mulheres que já possuíam alguma atividade principalmente na área de artesanato, alimentação e produção de sabão, atraídas pelo apoio e pela perspectiva de uma verba de R\$20mil.

Como uma primeira fase do projeto, foram realizados nove encontros semanais, nas quais se discutiu muito sobre a história e o contexto local, foi feito um diagnóstico, mas com o foco em questões de desenvolvimento local e menos no empreendimento de economia solidária, além de não se desenhar ainda um projeto de empreendimento. Ao longo dessas reuniões cerca de 70 pessoas passaram pelas reuniões, porém apenas um pequeno grupo tem participado de todas elas que apesar disso ainda tem dúvidas do que os une ou o que pode uni-los, de como trabalhar juntos, se mantém sua identidade individual e como criam uma identidade de grupo. O grupo é bastante heterogêneo em termos de atividade, qualificação, visão de negócio, experiência de vida.

Público

O grupo participante do workshop é constituído em sua maioria de mulheres, acima da faixa etária proposta pelo projeto da Guayí. São moradoras recentes da Restinga (de 5 a 15 anos) motivadas pelos preços mais baratos de terrenos e casas do bairro, por problemas financeiros e de saúde que as fizeram constituir residência no local, busca de melhores oportunidades, por já possuírem parentes no local.

A maioria trabalha com artesanato e muitas possuem habilidades com várias técnicas como tricô, crochê, cestaria, fuxico, silk, pintura, costura, tear, algumas técnicas foram adquiridas na família ou em cursos. São muito mais focadas em produtos que serviços. Poucas artesãs têm noção do sentido do seu trabalho, significados, para quem vendem, onde poderiam vender. Seu mundo é a Restinga, raramente saem do local, possuem poucas referências ou participam de redes ou comunidades nas quais possam trocar ideias e se atualizarem, isto se reflete nos trabalhos que possuem pouca diferenciação e inovação seja de produto, processo ou venda. Quando buscam cursos sentem dificuldade, pois muitos possuem linguagem e conteúdo pouco adequados a sua realidade.



Existe uma artesã que se destaca por ser questionadora, ter visão de competitividade e inovação, está sempre em busca de atualização, possui outras referências, seu trabalho é mais focado e posicionado, é a única que é credenciada no Brique da Redenção, quer ajudar as outras a enxergarem suas capacidades e competências. Possui ensino médio completo, e as artes e o artesanato sempre fizeram parte de sua vida, diferente das outras artesãs que começaram a trabalhar mais tarde e muitas vezes com o sentido de terapia ou na busca de uma segunda renda. Mesmo assim, há falas das outras artesãs como “queria produzir algo que fosse exportado”, “a

comunicação é a alma do negócio, sem comunicar a gente não chega muito longe” ou “No Sebrae eles enchem os quadros de fórmulas e números mas não entendo nada”, “tem horas que o pessoal da Guayí fala e eu não sei onde eles querem chegar”, que demonstram uma vontade de progredir mas não saber como e quem pode ajudá-las.

Contexto

Este público está localizado na Restinga, bairro da Zona Sul de Porto Alegre, que teve sua origem no ano de 1966 com população removida de algumas vilas estabelecidas irregularmente nas décadas de 40 e 50 na capital do estado. Através de movimentos comunitários ocorreram as conquistas de serviços como iluminação pública, transporte coletivo, rede de água e esgoto, escola, posto de saúde e no início de 1990 foi reconhecido como bairro.

Apesar dessas conquistas, a Restinga possui um dos menores Índices de Desenvolvimento Humano que é a combinação de fatores como saúde, educação e renda. Possui também uma alta taxa de homicídios o que torna a imagem do bairro bastante negativa. A violência é percebida muito mais por quem não frequenta do que por quem frequenta a região. Não há opções de lazer e cultura. As praças são malcuidadas e não se apresentam adequadas como opção de lazer. Embora seja campeã do Carnaval de Porto Alegre, a Estado Maior da Restinga não atrai moradores da região. Existe apenas uma empresa de ônibus atendendo o bairro com opções limitadas de destino. O bairro fica localizado a 22 km do centro. Há iniciativas valorizadas como a construção do Hospital administrado pelo Hospital Moinhos de Vento, que irá atender a Restinga e o Extremo sul de Porto Alegre, e na área de educação a construção da Escola Técnica. No início da constituição do bairro, havia o interesse de transformá-lo em um distrito industrial, mas hoje são apenas 27 empresas que empregam menos de 1% da população local. Há muitas lideranças políticas e religiosas que não convergem para interesses comuns. Apesar de muitos problemas, os habitantes gostam de morar no local.

As fontes de informação divergem com relação ao tamanho da população, o IBGE apresenta um número em torno de 50 mil habitantes e lideranças locais dimensionam a população entre 80 a 160 mil pessoas. Ainda este ano há a previsão de construção de 11 empreendimentos imobiliários e mais 75 mil novos habitantes para o bairro. Alguns bairros próximos começam a mudar o perfil rural com a construção de condomínios horizontais fechados.

Desafios do Workshop

Deixá-los à vontade. Durante as reuniões da Guayí muitos ficam calados e até dormem (!), mas durante o grupo de discussão que fiz, eles falaram bastante, colocaram suas ideias, seus medos, suas dúvidas e ficou claro que querem coisas mais concretas para poder trabalhar. A ideia de trazê-los para a Unisinos é tirá-los um pouco do seu mundo e dar outras perspectivas.

Estimulá-los a criar. Melhor que ninguém eles conhecem seus problemas e têm muitas ideias, mas os métodos utilizados até agora pela ONG ou por outras entidades focam muito mais nos problemas que nas possíveis soluções, são modelos fechados que não estimulam a capacidade de criar e solucionar problemas que todo ser humano tem. Os exemplos que usam não consideram inovações. Passo depois para vocês o vídeo sobre a Economia Solidária e negócios que apresentaram.

Ver, Prever e Fazer Ver. O briefing traz algumas informações e não é um limitador de questionamentos, provocações, pensamentos e ideias. Precisamos ajudá-los a entender seus pontos fortes e fracos, a perceber as ameaças e oportunidades, achar o sentido de trabalho individual e grupo, captar as questões implícitas, escondidas, alertá-los para coisas que não estão vendo e transforma-las em oportunidades de inovação. Gerar ideias de forma perceptiva e visual que os ajudem a entender o conceito de sistema produto.

Plataformas habilitantes. Entender o que falta para tornarem as propostas concretas e sustentáveis. Levantar quais são os elementos que possuem e o que precisam para construir os projetos propostos. Se possível identificar a qualidade das relações interpessoais e do nível de colaboração que pode ocorrer. Se algumas das iniciativas já existentes (agências para a inovação social, espaços flexíveis, sistema de conexão, produtos multi-usuário, equipamentos semiprofissionais, espaços experimentais, sistemas avançados de produtos/serviços) podem ser algumas das soluções viáveis.

Estímulos

Durante o workshop os participantes serão estimulados a pensar racionalmente e de forma mais abstrata. Há algumas fotos que tirei do local, de alguns participantes, de reuniões, dos produtos, disponíveis através do link:

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.3051469484735.2158152.1203196119&type=3&l=07510fc3d5> .

Apêndice H: Material de estímulo workshop

A partir da escolha de uma das técnicas utilizadas pelo grupo de artesanato da Restinga, foi feita uma pesquisa sobre o tema, levantamento e apresentação de ideias e referências de utilização do tricô em diferentes formas e contextos. Para a pesquisa e a apresentação foram formuladas perguntas tais como:

- Por que o crochê e o tricô só precisam estar na forma de panos ou em barras de panos de prato?
- Por que o tricô e crochê não podem estar vestindo pessoas ?
- Por que o tricô e crochê não podem ser utilizado em acessórios?
- Por que o tricô e crochê só podem vestir pessoas?
- Por que o tricô e crochê não podem vestir e decorar a casa? Dentro e por que não fora de casa ?
- Por que o tricô e crochê não poderiam colorir a Restinga?



ANEXOS

Anexo 1: Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – Todos os estados do Brasil

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, 1991 e 2000
Todos os Estados do Brasil

Código	Estado	IDHM, 1991	IDHM, 2000	IDHM-Renda, 1991	IDHM-Renda, 2000	IDHM-Longevidade, 1991	IDHM-Longevidade, 2000	IDHM-Educação, 1991	IDHM-Educação, 2000
53	Distrito Federal	0,799	0,844	0,801	0,842	0,731	0,756	0,864	0,935
42	Santa Catarina	0,748	0,822	0,682	0,75	0,753	0,811	0,808	0,906
35	São Paulo	0,778	0,82	0,766	0,79	0,73	0,77	0,837	0,901
43	Rio Grande do Sul	0,753	0,814	0,702	0,754	0,729	0,785	0,827	0,904
33	Rio de Janeiro	0,753	0,807	0,731	0,779	0,69	0,74	0,837	0,902
41	Paraná	0,711	0,787	0,678	0,736	0,678	0,747	0,778	0,879
50	Mato Grosso do Sul	0,716	0,778	0,675	0,718	0,699	0,751	0,773	0,864
52	Goiás	0,7	0,776	0,667	0,717	0,668	0,745	0,765	0,866
51	Mato Grosso	0,685	0,773	0,661	0,718	0,654	0,74	0,741	0,86
31	Minas Gerais	0,697	0,773	0,652	0,711	0,689	0,759	0,751	0,85
32	Espírito Santo	0,69	0,765	0,653	0,719	0,653	0,721	0,763	0,855
16	Amapá	0,691	0,753	0,649	0,666	0,667	0,711	0,756	0,881
14	Roraima	0,692	0,746	0,696	0,682	0,628	0,691	0,751	0,865
11	Rondônia	0,66	0,735	0,622	0,683	0,635	0,688	0,724	0,833
15	Pará	0,65	0,723	0,599	0,629	0,64	0,725	0,71	0,815
13	Amazonas	0,664	0,713	0,64	0,634	0,644	0,692	0,707	0,813
17	Tocantins	0,611	0,71	0,58	0,633	0,589	0,671	0,665	0,826
26	Pernambuco	0,62	0,705	0,599	0,643	0,617	0,705	0,644	0,768
24	Rio Grande do Norte	0,604	0,705	0,579	0,636	0,591	0,7	0,642	0,779
23	Ceará	0,593	0,7	0,563	0,616	0,613	0,713	0,604	0,772
12	Acre	0,624	0,697	0,603	0,64	0,645	0,694	0,623	0,757
29	Bahia	0,59	0,688	0,572	0,62	0,582	0,659	0,615	0,785
28	Sergipe	0,597	0,682	0,582	0,624	0,58	0,651	0,63	0,771
25	Paraíba	0,561	0,661	0,543	0,609	0,565	0,636	0,575	0,737
22	Piauí	0,566	0,656	0,518	0,584	0,595	0,653	0,585	0,73
27	Alagoas	0,548	0,649	0,556	0,598	0,552	0,646	0,535	0,703
21	Maranhão	0,543	0,636	0,505	0,558	0,551	0,612	0,572	0,738

Fonte: Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil

Anexo 2: Índice de Desenvolvimento Humano Municipal- os 50 principais municípios

Índice de Desenvolvimento Humano - Municipal, 1991 e 2000
 Todos os municípios do Brasil

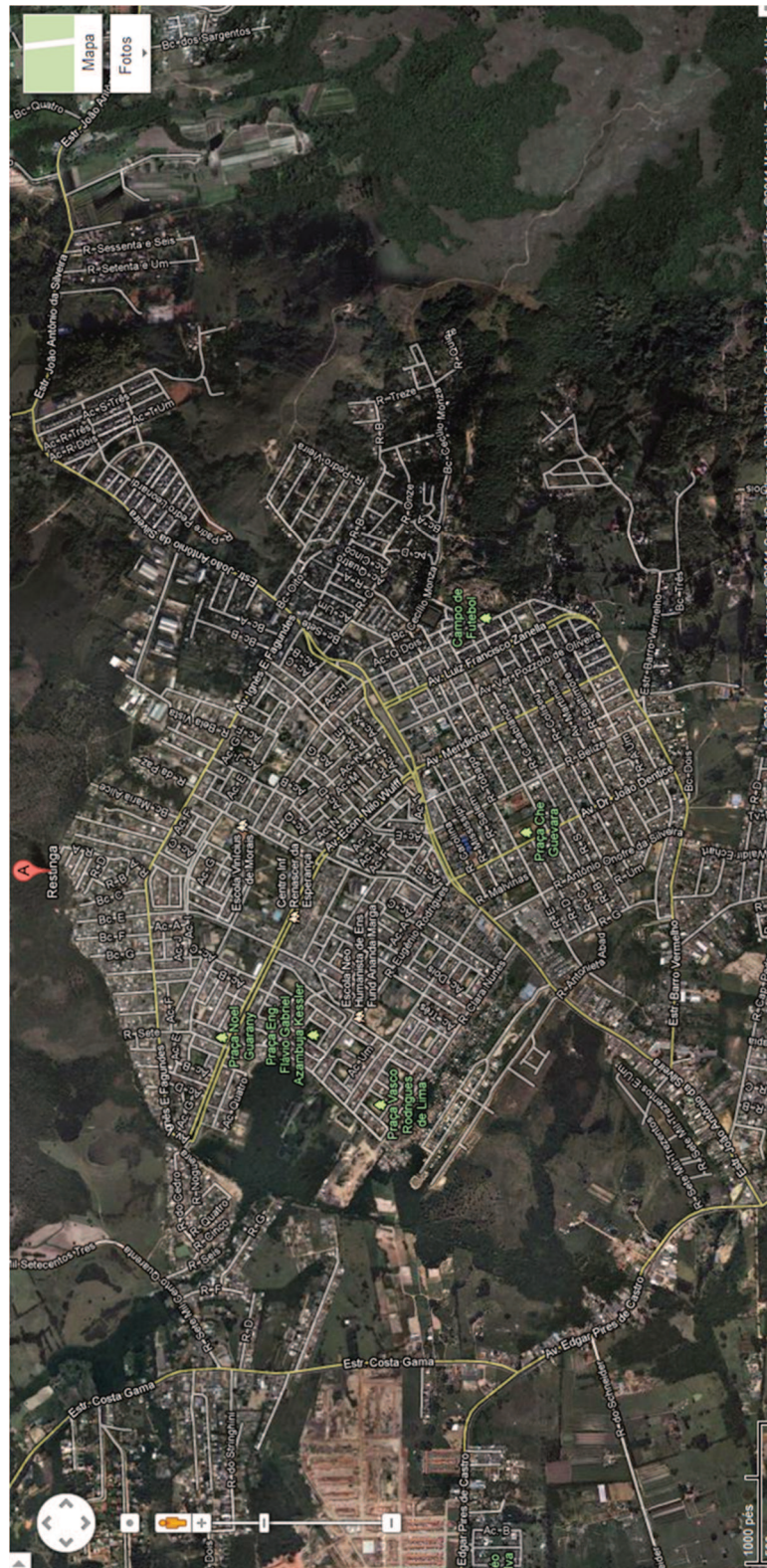
Código	Município	IDHM, 1991	IDHM, 2000	IDHM-Renda, 1991	IDHM-Renda, 2000	IDHM-Longevidade, 1991	IDHM-Longevidade, 2000	IDHM-Educação, 1991	IDHM-Educação, 2000
354880	São Caetano do Sul (SP)	0,842	0,919	0,832	0,896	0,782	0,886	0,913	0,975
350060	Águas de São Pedro (SP)	0,848	0,908	0,834	0,918	0,811	0,874	0,898	0,933
330330	Niterói (RJ)	0,817	0,886	0,827	0,891	0,717	0,808	0,908	0,96
420540	Florianópolis (SC)	0,824	0,875	0,803	0,867	0,771	0,797	0,898	0,96
354850	Santos (SP)	0,838	0,871	0,825	0,873	0,775	0,788	0,913	0,952
430210	Bento Gonçalves (RS)	0,799	0,87	0,749	0,799	0,787	0,873	0,86	0,938
420200	Balneário Camboriú (SC)	0,797	0,867	0,782	0,859	0,751	0,803	0,857	0,94
420900	Joaçaba (SC)	0,816	0,866	0,752	0,793	0,814	0,856	0,881	0,949
431490	Porto Alegre (RS)	0,824	0,865	0,818	0,869	0,748	0,775	0,907	0,951
260545	Fernando de Noronha (Distrito Estadual) (PE)	0,759	0,862	0,676	0,829	0,761	0,835	0,84	0,923
430480	Carlos Barbosa (RS)	0,768	0,858	0,721	0,791	0,743	0,841	0,839	0,942
430510	Caxias do Sul (RS)	0,793	0,857	0,764	0,807	0,756	0,818	0,858	0,945
420910	Joinville (SC)	0,779	0,857	0,729	0,776	0,761	0,859	0,846	0,936
352590	Jundiá (SP)	0,807	0,857	0,777	0,826	0,788	0,816	0,855	0,928
355670	Vinhedo (SP)	0,789	0,857	0,763	0,848	0,78	0,831	0,825	0,893
410690	Curitiba (PR)	0,799	0,856	0,793	0,846	0,728	0,776	0,875	0,946
432030	Selbach (RS)	0,796	0,856	0,682	0,809	0,822	0,838	0,883	0,92
320530	Vitória (ES)	0,797	0,856	0,793	0,858	0,715	0,762	0,882	0,948
420240	Blumenau (SC)	0,813	0,855	0,762	0,797	0,81	0,824	0,867	0,945
421003	Luzerna (SC)	0,764	0,855	0,639	0,742	0,814	0,879	0,84	0,943
354340	Ribeirão Preto (SP)	0,822	0,855	0,798	0,823	0,8	0,823	0,869	0,918
420920	Lacerdópolis (SC)	0,734	0,854	0,649	0,796	0,76	0,856	0,792	0,909
354730	Santana de Parnaíba (SP)	0,79	0,853	0,836	0,88	0,746	0,772	0,788	0,906
350950	Campinas (SP)	0,811	0,852	0,815	0,845	0,746	0,787	0,871	0,925
431080	Ivoti (RS)	0,794	0,851	0,727	0,766	0,811	0,847	0,843	0,939
412085	Quatro Pontes (PR)	0,742	0,851	0,636	0,73	0,726	0,878	0,864	0,944
354515	Saltinho (SP)	0,781	0,851	0,742	0,776	0,767	0,872	0,835	0,906
421930	Videira (SC)	0,774	0,851	0,696	0,742	0,793	0,867	0,834	0,945
352044	Ilha Solteira (SP)	0,813	0,85	0,746	0,769	0,772	0,847	0,922	0,934
420890	Jaraguá do Sul (SC)	0,79	0,85	0,75	0,779	0,761	0,819	0,86	0,952
432280	Veranópolis (RS)	0,786	0,85	0,712	0,788	0,78	0,842	0,865	0,921
420430	Concórdia (SC)	0,774	0,849	0,689	0,765	0,808	0,855	0,824	0,927
420757	Iomerê (SC)	0,769	0,849	0,694	0,75	0,814	0,856	0,8	0,941
411850	Pato Branco (PR)	0,752	0,849	0,704	0,759	0,715	0,851	0,836	0,937
421320	Pomerode (SC)	0,765	0,849	0,688	0,768	0,762	0,827	0,846	0,952
421660	São José (SC)	0,798	0,849	0,729	0,784	0,801	0,839	0,863	0,925
354990	São José dos Campos (SP)	0,805	0,849	0,763	0,8	0,776	0,815	0,877	0,933
350280	Araçatuba (SP)	0,787	0,848	0,749	0,811	0,758	0,825	0,854	0,909
420420	Chapecó (SC)	0,761	0,848	0,676	0,747	0,799	0,855	0,807	0,943
410753	Entre Rios do Oeste (PR)	0,755	0,847	0,68	0,745	0,726	0,872	0,859	0,923
431320	Nova Petrópolis (RS)	0,791	0,847	0,713	0,777	0,822	0,847	0,837	0,916
353650	Paulínia (SP)	0,79	0,847	0,752	0,811	0,765	0,805	0,854	0,924
420280	Braço do Norte (SC)	0,739	0,846	0,632	0,786	0,8	0,833	0,786	0,919
354140	Presidente Prudente (SP)	0,794	0,846	0,76	0,804	0,766	0,81	0,856	0,924
411535	Maripá (PR)	0,747	0,845	0,672	0,729	0,74	0,875	0,828	0,931
431690	Santa Maria (RS)	0,792	0,845	0,735	0,785	0,756	0,817	0,885	0,932
421900	Urussanga (SC)	0,762	0,845	0,657	0,747	0,8	0,866	0,83	0,921
530010	Brasília (DF)	0,799	0,844	0,801	0,842	0,731	0,756	0,864	0,935
430790	Farroupilha (RS)	0,777	0,844	0,745	0,775	0,772	0,818	0,813	0,939
431290	Nova Bassano (RS)	0,771	0,844	0,687	0,783	0,808	0,827	0,817	0,921

Fonte: Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil

Anexo 3: Índice de Desenvolvimento Humano Municipal- Unidade de Desenvolvimento Humano do município de Porto Alegre

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, 1991 e 2000	UIDs do município de Porto Alegre								
	UIDM	IDHM, 1991	IDHM, 2000	IDHM-Renda, 1991	IDHM-Renda, 2000	IDHM-Longevidade, 1991	IDHM-Longevidade, 2000	IDHM-Educação, 1991	IDHM-Educação, 2000
AUXILIADORA MONTESERRAT		0,931	0,977	0,938	1,000	0,886	0,934	0,990	0,996
PETROPOLIS Avenida Ipa		0,925	0,976	0,935	0,997	0,850	0,936	0,991	0,996
BELA VISTA PETROPOLIS-Gêmeo Náutico União		0,942	0,972	0,984	1,000	0,790	0,918	0,993	0,997
BOM FIM INDEPENDENCIA 1 RIO BRANCO		0,924	0,963	0,927	1,000	0,855	0,993	0,995	0,996
MONHOS DE VENTURO BRANCO-PA-INDEPENDENCIA 2		0,949	0,963	0,986	1,000	0,870	0,893	0,992	0,996
JARDIM CARVALHO Povo 100		0,798	0,881	0,791	0,989	0,726	0,894	0,871	0,959
JARDIM SABARÁ Parque do Sol		0,908	0,960	0,889	0,989	0,850	0,884	0,984	0,996
CHACARAS DAS PEDRAS-TRES FIGUEIRAS		0,917	0,959	0,919	0,989	0,857	0,894	0,974	0,984
JARDIM DO SALSO		0,918	0,959	0,919	0,989	0,857	0,894	0,960	0,984
PRAIA DE BELAS 2 MENINO DEUS 2		0,896	0,958	0,984	0,984	0,817	0,898	0,978	0,996
CENTRO Parre Histórica e Comercial		0,921	0,957	0,914	0,956	0,856	0,919	0,963	0,996
MINHO DEUS 1 AZENHA 1 PRAIA DE BELAS 1		0,913	0,954	0,899	0,950	0,855	0,969	0,983	0,993
CENTRO-Centro-PRAIA DE BELAS-Parque Harmonia		0,906	0,953	0,923	0,968	0,802	0,993	0,993	0,996
BOA VISTA PASSO D'AREIA-Vila Kedzie		0,899	0,952	0,930	1,000	0,804	0,860	0,964	0,995
JARDIM TUPACUARI Brigadesiro		0,847	0,952	0,855	1,000	0,753	0,860	0,913	0,996
JARDIM LINDOIA		0,901	0,952	0,930	1,000	0,804	0,860	0,968	0,997
SANTA TEREZA Próximo ao Meviro Deus		0,889	0,951	0,882	0,984	0,817	0,894	0,956	0,974
FARRAPOS-Parque do Sol		0,908	0,950	0,902	0,962	0,812	0,873	0,991	0,995
HIGIENOPOLIS-SAJO João Sojipa		0,915	0,950	0,913	0,963	0,840	0,893	0,992	0,996
FLORESTA-INDEPENDENCIA-Shopping Total		0,904	0,943	0,890	0,940	0,807	0,896	0,986	0,995
TRISTEZA-V ASSUNÇÃO COV CONCEAÇÃO-FERRA REDONDA		0,908	0,943	0,960	0,960	0,807	0,894	0,991	0,999
VILA NOVA-Condomínio Vilaç		0,806	0,943	0,790	0,940	0,735	0,896	0,893	0,993
ESPÍRITO SANTO Clube do Professor Gaúcho-IPANEMA 2		0,847	0,941	0,865	0,948	0,755	0,886	0,951	0,988
JARDIM TUPACUARI Brigaçadeiro		0,813	0,941	0,828	0,948	0,729	0,866	0,931	0,985
CIDADE BAIXA		0,910	0,938	0,889	0,943	0,850	0,876	0,991	0,995
PETROPOLIS Rua Ivo Cassel-JARDIM BOTANICO		0,895	0,937	0,845	0,922	0,857	0,896	0,965	0,992
OPITO RENOVATOR		0,879	0,934	0,884	0,899	0,857	0,911	0,969	0,992
MEDIANEIRA Lotamento Carlos Barbosa		0,884	0,934	0,845	0,939	0,838	0,871	0,971	0,991
MEDIANEIRA-Parque Alca Maia-SA TEREZA-Pq Montese		0,884	0,933	0,845	0,939	0,838	0,871	0,971	0,991
NOVAI Moura Teresopolis		0,884	0,933	0,845	0,939	0,838	0,871	0,971	0,991
TERESOPOLIS-Teresopolis Tênis Clube		0,881	0,933	0,845	0,939	0,838	0,871	0,960	0,989
SANTO ANTONIO-PRATONIA-Petropolis Tênis Clube		0,882	0,931	0,838	0,911	0,835	0,890	0,973	0,991
S SERRAVAL V PRANCA-Pq Azevedo-Júlio Jati		0,882	0,930	0,829	0,877	0,809	0,866	0,960	0,991
AZENHA-Shop João Pessoa-SANTANA-Inst de Cardiologia		0,868	0,928	0,861	0,928	0,797	0,851	0,966	0,992
CRISTAL Avenida Dr. Campos Velho		0,859	0,919	0,835	0,904	0,807	0,862	0,949	0,990
CRISTAL-Área do Maré		0,859	0,919	0,835	0,904	0,807	0,862	0,949	0,990
CRISTAL Avenida Coronel Messias		0,859	0,917	0,835	0,904	0,807	0,862	0,947	0,984
PASSO D'AREIA		0,873	0,917	0,811	0,864	0,744	0,864	0,958	0,984
JÓ FLORESTA-LO SÃO PEDROISTA MARIA GORETTISAO JOAO		0,856	0,914	0,800	0,866	0,851	0,890	0,916	0,985
PARTENON-Intercep e Jardim Bento Gonçalves		0,866	0,913	0,816	0,878	0,827	0,873	0,956	0,988
MEDIANEIRA-Avenida Santa TEREZA-V dos Comerciantes		0,866	0,912	0,816	0,878	0,827	0,873	0,956	0,988
ANCHETA 1/HAMATA SÁMEVANGESSÁO GERALDO		0,867	0,903	0,841	0,881	0,827	0,873	0,939	0,982
VILA PRANCA Educandário JARDIM TUPACUARI Paul Harris		0,858	0,899	0,812	0,867	0,797	0,841	0,964	0,991
PASSO DAS PEDRAS-PRATONIA-RUBEM BERTA 2		0,857	0,896	0,816	0,872	0,809	0,866	0,960	0,991
CAVALHADA V T-C e Caramuru-NONOA Av Dr Campos Velho		0,852	0,890	0,815	0,840	0,812	0,873	0,917	0,956
MEDIANEIRA-Cooopçã SA TEREZA-B Duoro e B Solidão		0,851	0,891	0,796	0,854	0,735	0,826	0,928	0,963
MORRO SANTANA-barro		0,810	0,881	0,776	0,844	0,726	0,828	0,918	0,984
JARDIM SABARÁ-barro		0,819	0,880	0,781	0,830	0,735	0,849	0,933	0,960
RUBEM BERTA- Jardim Leopoldina		0,805	0,880	0,779	0,814	0,842	0,852	0,973	0,975
VILA JARDIM Avenida Circular		0,806	0,875	0,781	0,811	0,750	0,849	0,893	0,984
TERESOPOLIS-Lotamento Estrada dos Alpes		0,800	0,872	0,776	0,854	0,755	0,826	0,904	0,956
PARTENON Lotamento Vila Batista Xavier		0,805	0,868	0,744	0,807	0,755	0,832	0,900	0,963
CAMUJÁ-barro		0,811	0,867	0,769	0,809	0,729	0,826	0,925	0,971
PASSO DAS PEDRAS-V Inga-RUBEM BERTA-Costa e Silva		0,794	0,865	0,757	0,812	0,717	0,822	0,908	0,960
FARRAPOS 2/HAMATA 2		0,806	0,859	0,782	0,801	0,760	0,822	0,905	0,955
BOM ESUS-barro I LA JARDIM Rua Conde da Efigenia		0,809	0,859	0,788	0,811	0,744	0,822	0,899	0,984
NOVAI Avenida Nonoai-TERESOPOLIS-Arenobrame		0,795	0,854	0,745	0,797	0,746	0,826	0,893	0,940
AGRONOMIA Campus do Vale LFRGS		0,788	0,849	0,745	0,797	0,746	0,826	0,874	0,924
SARANDI Parque das Máximas		0,784	0,849	0,745	0,797	0,746	0,826	0,874	0,921
SARANDI Vila Elizabeth e Via Lobo		0,787	0,848	0,745	0,797	0,756	0,826	0,879	0,921
GUARACUARA-SA TEREZA-V Dona Veiva		0,795	0,847	0,741	0,817	0,751	0,799	0,893	0,935
JARDIM CARVALHO-barro		0,799	0,847	0,751	0,811	0,744	0,822	0,902	0,939
SÃO JOSÉ IV JOÃO PESSOA 1/CEL APARICIO BORGES 1		0,770	0,835	0,716	0,788	0,723	0,795	0,891	0,921
HPCA-Barro GUARUJA ESPÍRITO SANTO 1/HAMATA 1		0,780	0,833	0,755	0,784	0,716	0,795	0,869	0,919
VILA NOVA Avenida Vicente Montenegro		0,786	0,833	0,756	0,786	0,727	0,786	0,896	0,949
SANTA TEREZA-Vila Dona Malvina		0,777	0,823	0,728	0,783	0,729	0,795	0,876	0,910
SANTA TEREZA-Arroio Passo Fundo		0,770	0,818	0,728	0,763	0,729	0,795	0,854	0,896
ARQUÊLAGO-Ilha de Pinheira (norte e oeste)		0,751	0,817	0,726	0,763	0,729	0,781	0,822	0,884
BELEM NOVO-Vila Flores da Cunha		0,729	0,817	0,683	0,729	0,707	0,816	0,817	0,904
CAMPO NOVO-VILA NOVA-Lotamento COHAB Cavalhada		0,730	0,817	0,683	0,729	0,707	0,816	0,820	0,905
CRISTAL-Vila Cui		0,745	0,815	0,685	0,744	0,684	0,729	0,871	0,904
PONTE GROSSA-CHAPEL DO SOL-Barro-BELEM NOVO-Barro		0,758	0,815	0,684	0,745	0,729	0,790	0,852	0,908
ARQUÊLAGO-Ilha das Flores (norte)		0,642	0,808	0,587	0,746	0,636	0,790	0,703	0,887
RESTINGA-Restinga Nova		0,657	0,807	0,688	0,729	0,707	0,784	0,876	0,935
LAGEADO		0,709	0,806	0,683	0,729	0,707	0,816	0,758	0,872
BELEM VELHO-H Pq Belém-CASCATA Vale dos Canudos		0,720	0,799	0,667	0,723	0,684	0,790	0,819	0,884
IPANEMA-Seca da Bagagem		0,696	0,789	0,627	0,697	0,681	0,788	0,895	0,955
RUBEM BERTA-Lotamento Vila Max Gauss		0,752	0,794	0,717	0,709	0,682	0,754	0,867	0,918
MORRO SANTANA-Vila Estrutural		0,748	0,793	0,717	0,709	0,682	0,754	0,846	0,916
RESTINGA-Costa Gama		0,745	0,793	0,682	0,729	0,681	0,754	0,856	0,911
RUBEM BERTA- Conjunto Residencial		0,750	0,789	0,665	0,687	0,701	0,760	0,884	0,919
VILA NOVA-Vila Monte Cristo e Vila Monte Cristo II		0,745	0,788	0,682	0,688	0,702	0,763	0,880	0,913
PARTENON-Vila Triçica e Vila Sargentes		0,745	0,787	0,681	0,707	0,704	0,754	0,836	0,884
PASSO DAS PEDRAS 1/RUBEM BERTA 1		0,721	0,783	0,673	0,684	0,682	0,760	0,809	0,912
CAMAQUÁ-Lotamento Vila Maria		0,902	0,784	0,905	0,709	0,855	0,754	0,948	0,888
MARCO QUINTANA-Vila Jardim das Colinas		0,733	0,783	0,671	0,700	0,754	0,800	0,880	0,931
RESTINGA-Barro Vermelho		0,715	0,763	0,653	0,684	0,682	0,760	0,790	0,905
VILA ASSUNÇÃO-Vila Guaba		0,732	0,783	0,652	0,688	0,702	0,763	0,843	0,899
MARCO QUINTANA-Rua 19 Freq Feneiro		0,729	0,782	0,707	0,681	0,682	0,717	0,817	0,884
RUBEM BERTA-Vila Amazonia		0,797	0,782	0,707	0,687	0,717	0,760	0,916	0,899
LAMI		0,733	0,780	0,717	0,709	0,682	0,754	0,799	0,877
MORRO SANTANA-Vila Triçica		0,734	0,780	0,682	0,688	0,702	0,763	0,843	0,899
HPCA-Beco do Adelaar		0,720	0,776	0,652	0,688	0,702	0,763	0,805	0,879
PARTENON-Hospital São Pedro e PUC		0,676	0,776	0,652	0,688	0,702	0,763	0,874	0,877
LOMBA DO PINHEIRO-Terrestre		0,704	0,773	0,673	0,689	0,702	0,763	0,785	0,884
SARANDI-Vila Urubã		0,717	0,775	0,638	0,677	0,701	0,759	0,813	0,888
SARANDI-Lotamento Vila Santo Agostinho		0,721	0,774	0,638	0,677	0,701	0,759	0,825	0,887
SARANDI-Santa Rosa		0,720	0,774	0,644	0,684	0,704	0,754	0,818	0,893
LOMBA DO PINHEIRO-Densa		0,712	0,773	0,638	0,652	0,702	0,744	0,797	0,891
SARANDI-Vila Nova Brasília		0,711	0,772	0,638	0,677	0,701	0,759	0,814	0,881
SARANDI-Vila Nova Brasília		0,714	0,771	0,671	0,677	0,701	0,759	0,814	0,881
SARANDI-Asa Branca		0,716	0,769	0,638	0,677	0,701	0,759	0,811	0,871
SARANDI-Lotamento Vila São Borja		0,728	0,767	0,638	0,677	0,701	0,759	0,846	0,896
SARANDI-Vila São Borja									

Anexo 4: Imagem satélite do bairro Restinga



Anexo 5: Capa revistas quinzenais e mensais falando sobre o tema do crescimento da classe média.

