

# Tu me ensina a fazer renda que te ensino a projetar: o papel do designer em processos colaborativos para inovação

## Teach me how to make lace and I'll teach you how to project: The role of the designer in collaborative processes for innovation

**Fernanda Seidl Ferretti**

fernanda.ferretti@gmail.com

Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Av. Unisinos, 950, Cristo Rei, 93022-000, São Leopoldo, RS, Brasil

**Karine Freire**

kmfreire@unisinos.br

Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Programa de Pós-Graduação em Design. Av. Luiz Manoel Gonzaga, 744, Três Figueiras, 90470-280, Porto Alegre, RS, Brasil

---

### Resumo

O designer está assumindo novos papéis, que o permitem interagir com organizações em processos colaborativos, construindo soluções inovadoras. Suas atribuições são próximas às de um mediador, ou facilitador, e permitem que atue estrategicamente na construção de futuros sustentáveis. Em um estudo de caso, analisando o papel do designer junto a um grupo de artesãs, conclui-se que o entendimento de como estimular diálogos e processos colaborativos e o diagnóstico de habilidades no grupo são atributos desejáveis do designer quando projetando em comunidade. O designer atua como um agente de mudança, ampliando a percepção cultural e modificando o processo projetual do grupo.

**Palavras-chave:** design estratégico, sustentabilidade, code-sign, inovação social e artesanato.

### Abstract

Designers are assuming new roles, which allow them to interact with organizations in collaborative processes, building innovative solutions. Designers' attributions are similar to those of a mediator or facilitator allowing them to act strategically in the construction of sustainable futures. Through a case study analyzing the designer's role within a group of artisans, we conclude that an understanding of how to stimulate dialogue and collaborative processes and the diagnosis of a group's skills are considered desirable attributes for a designer. The designer also acts as an agent of change, widening a group's cultural perception and modifying its projectual process.

**Keywords:** strategic design, sustainability, co-design, social innovation and handicraft.

---

### Introdução

Há tempos sabe-se que os padrões atuais de consumo e estilo de vida da sociedade são incompatíveis com a regeneração dos recursos naturais e com um bem-estar social generalizado. Manzini (2008) sugere que é preciso criar uma descontinuidade no sistema atual de produção e consumo através de uma redefinição do sistema de valores, das interações sociais, e da busca de viver bem com menos recursos. Para tanto, faz-se necessário encontrar soluções que se mostrem adequadas ao atual contexto social e que visem o bem-estar sustentável como objetivo. A transição rumo à sustentabilidade necessita de estraté-

gias que gerem adequações ecológicas e mudanças comportamentais (Meroni, 2008). Mulgan (2006) acrescenta que são necessários novos modelos de negócios fundamentados mais em inovações sociais que tecnológicas. Essa tipologia de inovação pode ser definida como:

*Uma resposta nova e socialmente reconhecida que visa e gera mudança social, ligando simultaneamente três atributos: (i) satisfação de necessidades humanas não satisfeitas por via do mercado; (ii) promoção da inclusão social; e (iii) capacitação de agentes ou atores sujeitos, potencial ou efetivamente, a processos de exclusão/marginalização social, desencadeando, por essa via, uma*

*mudança, mais ou menos intensa, das relações de poder (Andre e Abreu, 2006, p. 124).*

Um dos possíveis caminhos para esse tipo de mudança está manifesto nas políticas que se direcionam à inclusão social de pessoas ou grupos de base territorial. Nesse contexto, a habilidade dos designers, de gerar soluções criativas para problemas complexos, torna-se valiosa para a construção de soluções alternativas alinhadas a um ideal sustentável, que engloba a sustentabilidade ambiental e social (Manzini, 2008). Por sustentabilidade social, o autor refere-se às condições sistêmicas a partir das quais as atividades humanas devem respeitar, seja em escala local ou mundial, considerando os aspectos de justiça e responsabilidade em relação ao futuro, para não perturbar o “espaço ambiental” que será herdado por gerações futuras. Para o autor, a transição rumo à sustentabilidade requer que as pessoas aprendam a viver melhor, consumindo menos recursos e regenerando a qualidade do ambiente. Nesse caminho, o design tem um importante papel a cumprir. A projeção de soluções sustentáveis deve ser guiada por princípios ligados: à valorização da diversidade social, cultural, biológica e tecnológica; à recuperação e à reutilização do que já existe e à consideração de aspectos éticos em todas as decisões. Nessa linha, uma das propostas de Manzini (2008) é que o design para a sustentabilidade ambiental e social valorize produtos artesanais locais e produza com resíduo zero.

Para aprofundar as discussões sobre o papel do design para o desenvolvimento de soluções sustentáveis e inovadoras socialmente, o presente artigo apresenta o estudo de caso de um grupo de artesãs chamado “Redeiras”. Este grupo, no final de 2008, foi incluído no projeto “Artesanato do Mar de Dentro”, desenvolvido pelo Sebrae Rio Grande do Sul, em parceria com a empresa Fibria e o Sebrae Nacional (Agência Sebrae de Notícias, 2012). No presente artigo, analisa-se a atuação do designer, buscando um melhor entendimento de seu papel em processos de cocriação para a geração de soluções que visam o bem-estar social e a sustentabilidade.

### Design estratégico para a sustentabilidade

Manzini (2008) afirma que o movimento do design em direção à sustentabilidade deve: buscar uma abordagem estratégica do design e levar seriamente em consideração os critérios da sustentabilidade. Para o primeiro aspecto, é necessário usar as características, os modos de operação e os objetivos do design estratégico para reunir os atores necessários para a obtenção dos resultados desejados. Para o segundo, é necessário desenvolver os sistemas sociotécnicos que tenham alto potencial regenerativo e baixo uso de recursos naturais. Cipolla (2008, p. 12 *in* Manzini, 2008) sintetiza a visão de Manzini do design para a sustentabilidade como: “é o design estratégico capaz de colocar em ato discontinuidades locais promissoras, contribuindo para efetivas mudanças sistêmicas”.

O design estratégico pode ser considerado uma forma de aproximação da cultura de design com a cultura organizacional, que atua nos níveis estratégicos da organização com o objetivo de determinar a forma pela qual a organização irá se apresentar aos seus públicos para que

seu valor seja percebido de maneira coerente para todos: usuários, *stakeholders*, clientes, formadores de opinião. A cultura de design agrega as suas capacidades de visão, previsão e visualização à cultura organizacional para atingir os seguintes objetivos: (i) compreender o DNA da organização, as necessidades e os desejos dos seus usuários; (ii) antecipar mudanças no ambiente sociotécnico, percebendo tendências nos modelos culturais e sociais; (iii) tornar visíveis essas previsões de cenários futuros, inserindo conceitos de soluções potenciais, que carregam o valor da organização e o sentido que ela pretende passar em cada dos possíveis cenários. Dessa forma, o design atinge um patamar estratégico nas organizações para apoiá-las no espaço de incerteza dos mercados futuros com uma série de aproximações que as permitem explorar o imprevisível e reconhecer as possibilidades de projeto nesses espaços. Na perspectiva estratégica, o papel do design é o de tornar a estratégia visível, tangível e persuasiva, revelando a identidade da organização. “Qualquer coisa na organização deve expressar essa identidade: do produto, aos edifícios, ao material para a comunicação; na maneira que se comporta com seus empregados e públicos” (Olins, 1991 *in* Zurlo, 1999). Ou seja, a solução ofertada deve possuir todas as qualidades sensoriais e formais do valor e do significado que a empresa quer entregar para a sociedade.

Considerando essas características, (Manzini, 1999 *in* Zurlo, 1999) define o design estratégico como “uma atividade projetual em que o objeto [de projeto] é a interface entre a empresa, o cliente e a sociedade e cujo objetivo é a convergência do ponto de vista da empresa, do cliente, dos outros *stakeholders* em um único processo de co-produção de valor”. Zurlo (2010) apresenta uma definição síntese do design estratégico operacionalizada em um Mâster de Design Estratégico no politécnico de Milão:

*É a atividade de projeto cooptada na formulação e no desenvolvimento das estratégias de uma organização; seu objetivo é dar forma à estratégia, que é, principalmente, um sistema-produto, isto é, o conjunto orgânico e coerente dos vários meios (produto, serviço, comunicação) com os quais a empresa constrói a própria identidade, posiciona-se no mercado, e define o sentido de sua missão na sociedade (Zurlo, 2010, tradução nossa).*

O design estratégico atua na geração de inovação social, articulando competências em um processo exploratório, que une estratégia e forma para tangibilizar cenários que dão suporte para os projetistas visualizarem o futuro e apoiar decisões. De acordo com Meroni (2008), o design estratégico atua desenvolvendo sistemas complexos e integrados, chamados de sistemas produto-serviço, que operam para produzir soluções inovadoras. Dessa maneira, o design estratégico possui importante papel no processo de transição e transformação de uma realidade, ditando novas regras e sendo agente de mudança. As operações do design estratégico podem ser brevemente apresentadas a partir da visão de Meroni (2008), que destaca como principais atividades: considerar os valores e interesses coletivos, definir as suas ações e orientações a partir de um conjunto de cenários, aprender a lidar com o meio ambiente, saber aonde ir (e não somente como ir) e como mudar uma realidade.

Nesse contexto, o designer assume novos papéis, agindo como um intermediador entre os diversos atores sociais, auxiliando na criação colaborativa e na construção de cenários e visões compartilhadas (Manzini, 2007). Para que isso aconteça, Manzini (2007) acredita ser imprescindível que designers atuem como parte integrante da comunidade com a qual estão colaborando. Ou seja, mais do que facilitadores, os designers envolvem a comunidade no processo de desenvolvimento das soluções de forma que elas desenvolvam um sentimento de propriedade pelos resultados. Yee *et al.* (2009) caracterizam esse papel como sendo “cocriadores”.

### Design colaborativo e inovação social

O princípio básico do design colaborativo é o envolvimento de todos os atores que serão beneficiados pela solução de um problema em sua resolução, sejam eles designers ou não-designers (Meroni, 2008). Dessa forma, os vários pontos de vista dos atores e suas experiências contribuirão na busca de soluções mais adequadas em uma combinação de capacidades, potencializando a resolução de problemas. Esse é um processo participativo, em que a colaboração ativa dos atores é fator determinante de sucesso.

Essa característica altera o processo projetual tradicional das inovações de base tecnológica. No caso da inovação social, o processo projetual envolve as pessoas afetadas pelo problema nas etapas de concepção e implementação das soluções, sendo chamado de codesign (Meroni, 2008). Steen (2008) destaca como a sua característica essencial o envolvimento de pessoas com diferentes experiências e habilidades no processo de cooperação criativa de forma que elas possam, conjuntamente, explorar ideias e conceitos, fazer e avaliar *sketches* e ajustar *mock-ups* e protótipos. Sanders e Stappers (2008) definem codesign como a criatividade colaborativa, resultante do trabalho conjunto de designers e não designers, no processo de desenvolvimento de projeto. Os autores apontam um papel crucial do designer no processo criativo: o de dar forma a ideias que emergem do grupo e não apenas às ferramentas que possibilitam a ideação coletiva. Portanto, no codesign, os designers contribuem, com seu pensamento visual, para conduzir e formalizar o processo criativo.

A qualidade das relações nessas interações é de tal importância que Cipolla (2008) define tais inovações geradas nesses processos não como inovações sociais, mas como inovações relacionais, baseadas nos encontros interpessoais entre duas ou mais pessoas. É por esse motivo que a confiança mútua entre os atores de um grupo projetual é importante para seu bom funcionamento.

### Design na produção artesanal

Na grande parte dos contextos locais, a produção artesanal está relacionada à tradição. É uma produção não-industrializada, que valoriza a história de seu produtor, do seu território e do tempo dedicado à sua produção – qualidades que estão presentes de forma intangível no produto artesanal. No Brasil, o artesanato é considerado como atividade que gera desenvolvimento econômico e sociocultural, e seu valor agregado é elevado. Ele é uma

manifestação “cultural, religiosa ou popular”, que remete a tradições e representa um “saber-fazer singular e impalpável” (Freitas, 2010, p.71). O artesão, por profissão, tem a possibilidade de trabalhar sozinho, mas encontra vantagens por trabalhar em uma comunidade. Entre elas estão: a saída do trabalho em isolamento físico e cultural, a satisfação de compartilhar um projeto e de pertencer a uma comunidade, o contato com o trabalho dos demais artesãos, a força mercadológica de desenvolver um projeto com uma identidade comum, e uma maior visibilidade (De Giorgi e Germak, 2008). As comunidades artesanais – cooperativas de artesãos – são organizações presentes em diversas partes do mundo. E mesmo não inseridas em um mesmo contexto social, econômico e geográfico, possuem algumas características organizacionais e produtivas semelhantes em todas as localidades.

Há diferentes formas pela qual designers podem auxiliar as comunidades artesanais, tanto no codesign de produtos, quanto na otimização da produção e no aumento da acessibilidade e da visibilidade da comunidade. No contexto brasileiro, o designer frequentemente interage com essas comunidades como consultor, vindo de fora da comunidade, inserindo-se nela para melhor entendê-la e colaborar com ela na criação de produtos e soluções, pois, para trabalhar com comunidades artesanais, é necessário conhecer os atores envolvidos, as escolhas políticas, sua história e seu potencial (Franco, 2008). A autora, que trabalha com comunidades artesanais na Itália, lista, dentre os atributos necessários ao seu trabalho: concentração, paciência, pesquisa e habilidade de ouvir. Ainda, aponta que no trabalho com as comunidades, o designer necessita – além de envolver-se com a produção – desenvolver e preservar as relações interpessoais.

Junto às comunidades, os designers podem atuar em diversos pontos como: melhoria da qualidade dos objetos, aumento da percepção consciente dessa qualidade pelo consumidor, redução de matéria-prima, intermediação entre as comunidades e o mercado, comunicação dos atributos intangíveis dos objetos artesanais, facilitação do acesso dos artesãos ou de sua produção à mídia, contribuição na gestão estratégica das ações, dentre outros (Borges, 2011).

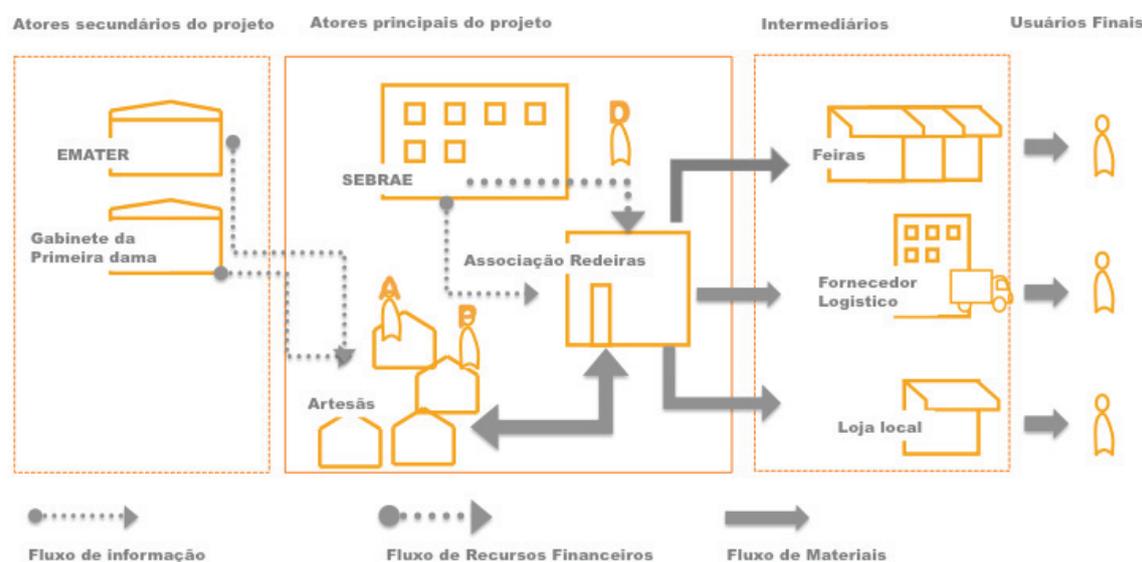
### Método

Para entender o papel do designer em processos de cocriação para a geração de soluções que visam o bem-estar social e a sustentabilidade, escolhemos a abordagem do estudo de caso. Identificamos o projeto “Redeiras do Mar de Dentro” como promissor para esta análise por trabalhar com a ideia de resíduo zero e promover a produção local. As evidências empíricas sobre o caso foram coletadas por meio de análise de documentos (notícias veiculadas na mídia, catálogos, fotografias), entrevistas em profundidade e observação do ponto de venda durante o período de maio a setembro de 2013. As entrevistas foram realizadas com três artesãs integrantes do grupo de artesãs da Colônia de Pescadores São Pedro – Z-3, localizados no sul do Brasil e com a designer consultora do Sebrae-RS. As observações não participativas foram realizadas em dois pontos de venda especializados na comercialização de produtos artesanais localizados na

**Tabela 1.** Perfil dos entrevistados.

**Table 1.** Interviewees' profiles.

Entrevistada	História de vida	Papel no projeto
Artesã 1	É casada com um pescador. Tem 1 filho. Começou a fazer artesanato com 12 anos.	Vice-coordenadora e porta-voz do grupo. Viaja pelo grupo para ir às feiras. Fabrica bijoias e bolsas.
Artesã 2	Mulher de pescador, ajuda o marido com venda do peixe na feira. Não vive do artesanato, mas comprou vários utensílios para a casa com a renda da atividade.	Secretária. Trabalha com teares.
Artesã 3	Nasceu na colônia, a família vive da pesca há gerações. Fazia artesanato antes do projeto Redeiras.	Presidente da associação e artesã fabricante de bijoias.
Designer	Artista Plástica de formação. Consultora do Sebrae. Iniciou o trabalho junto ao Sebrae como assistente de outros designers na área do Artesanato.	Líder da atividade de cocriação. Facilitadora.



**Figura 1.** Mapa dos atores.

**Figure 1.** Mapping of actors.

cidade de Porto Alegre. Observamos como os produtos eram dispostos, que informações o lojista tinha a respeito dos produtos e que público costumava adquiri-lo. As entrevistas foram transcritas, categorizadas e interpretadas iterativamente (Spiggle, 1994) e trianguladas com os dados da observação e da análise de documentos e com a análise de diferentes pesquisadores (Denzin e Lincoln, 2011).

## Resultados

### O início da organização

De acordo com as entrevistas, as mulheres que hoje formam o grupo Redeiras foram incentivadas pela primeira dama da cidade a desenvolver um artesanato local. Essa mulheres, esposas dos pescadores da colônia de São Pedro, identificaram resíduos não aproveitados da atividade produtiva dos seus maridos como uma matéria prima para o desenvolvimento de produtos

artesanais. Elas começaram a coletar escamas de peixe e couro de peixe para desenvolver seus trabalhos, e se transformaram em um grupo.

O primeiro incentivo ao trabalho das artesãs da colônia São Pedro foi promovido pela EMATER (<http://www.emater.tche.br/>), instituição que fomenta o desenvolvimento rural sustentável através da agricultura familiar. A EMATER promoveu um curso de capacitação para trabalhar com as escamas e o couro do peixe, técnica que foi difundida entre as artesãs. O artesanato era baseado em conchas e ossos de peixe, e fabricavam-se enfeites e bijuterias. As artesãs trabalhavam individualmente, reunindo-se somente para apresentar seu trabalho em feiras locais e eventos pequenos, geralmente a convite da EMATER. Embora várias artesãs produzissem o mesmo produto, como brincos, por exemplo, o estilo era variado, e a evolução do produto acontecia na fabricação de cada nova peça. Uma das artesãs comenta que, nessa época, às vezes “se trocava dinheiro por dinheiro”, referindo-se ao lucro baixo das vendas.

Outra artesã, durante uma visita à Brasília, entrou em contato com um trabalho artesanal, feito de escama de peixe e patrocinado pelo Sebrae. O grupo decidiu buscar o mesmo patrocínio e obteve o apoio do Sebrae alguns meses após o contato inicial. O grupo então passou a fazer parte do projeto desenvolvido pelo SEBRAE/RS em parceria com as Secretarias Municipais de Turismo da Região da Costa Doce, chamado "Artesanato do Mar de Dentro" (Cunha, 2012). Nesse projeto, o SEBRAE/RS oferecia aos grupos oficinas de: associativismo, cooperativismo, design, vendas e empreendedorismo, além da consultoria de uma designer para o desenvolvimento da coleção, consultoria comercial e logística, e patrocínio para expor em feiras e eventos.

A partir do apoio do SEBRAE/RS, as artesãs passaram de um grupo a uma associação. Foram preparadas para trabalhar coletivamente e empreender. Foi a partir desse momento que a consultoria da designer iniciou. Ela foi chamada para desenvolver uma coleção de produtos que as artesãs pudessem produzir. Como resultado da interferência da designer, o grupo ganhou a marca "Redeiras", um catálogo de produtos (Figura 2) ligados à moda como bijóias, bolsas, carteiras, mochilas, pulseiras, colares e chapéus. Todos os produtos são pautados pelo conceito da sustentabilidade, desenvolvidos a partir dos resíduos da pesca (redes, peles e escamas de peixe).

### Processo criativo e definição dos produtos

O desenvolvimento da coleção Redeiras ocorreu através da interação das artesãs com a designer e consultora do Sebrae, que iniciou sua intervenção na comunidade reconhecendo o território, a matéria-prima e as habilidades das artesãs. A utilização dos resíduos da pesca surgiu naturalmente para as artesãs devido a sua grande disponibilidade. A designer fez experimentos

com a matéria-prima e trabalhou individualmente nas primeiras ideias de uso do material, propondo inovações na sua utilização e gerando novas possibilidades de produtos.

As ideias propostas representaram uma quebra com a produção habitual das artesãs, que, ao referirem-se às primeiras fases do projeto, utilizam termos como "diferente", "assustador" e "difícil" para descrever o processo. Essa resistência inicial foi motivada por baixas confiança e compreensão do processo proposto. As artesãs estavam acostumadas a criar seus próprios produtos e a organizar sua produção individualmente. Uma artesã relata a dificuldade, no início, de desenvolver um trabalho que outra pessoa criou, e outra artesã afirma ter esperado, em um primeiro momento, orientação para a produção – e não um projeto pronto para ser executado.

A designer afirma ter prezado por um "diálogo aberto e sincero", pautado pelo respeito, desde as primeiras instâncias do projeto. Ela relata considerar importante "saber a opinião das artesãs sobre os produtos e sobre o processo produtivo". Ocorreu uma extensa fase de prototipagem e teste, e, por meio de trocas dialógicas, as ideias propostas pela designer foram discutidas, experimentadas na prática e adaptadas às possibilidades técnicas da produção. À medida que os produtos foram desenvolvidos, aumentaram a familiaridade e a confiança entre as participantes. Com o fortalecimento das relações interpessoais, o grupo atingiu uma dinâmica projetual baseada no diálogo, na confiança mútua, e na projeção colaborativa. Ao descrever o processo de criação do grupo, uma artesã relata: "tem coisas que a gente diz: não, assim é mais fácil né, e (a designer) concorda. [...] Eu fiz um brinco, quando ela chegou ela falou: 'ficou muito pequeno', aí trocamos a base e ficou um brinco bom, e é um dos que eu mais vendo" (Artesã 2). A artesã descreve a progressão das relações entre os membros do grupo:



Figura 2. Coleção de produtos Redeiras.

Figure 2. Redeiras product collection.

Fonte: <http://www.viniciuscostafotografia.com>

*Depois de tantos anos juntas (a designer) já sabe a característica de cada uma né, então já fica mais fácil o diálogo, mas no começo foi bem difícil, a primeira oficina eu te digo que foi bem difícil, porque a gente se sentiu assim: tou [sic] gastando material, tou [sic] fazendo isso e aquilo, né! E a gente se sentia meio que frustrada quando (a designer) mostrava alguma coisa e tu não conseguia fazer. Mas hoje não, a gente espera (a designer) como se fosse em festa (Artesã 2).*

Percebe-se a autoridade do papel da designer quanto ao direcionamento da produção. As artesãs, todavia, demonstraram compreender a importância desse direcionamento para adequação da produção ao mercado e demonstraram preferir esse modo de produção ao anterior, por ter maior sucesso mercadológico: “a gente começou a ir pra feiras e ver o que o mercado realmente queria, que era o que a gente queria também né, atingir outros públicos, ter venda, renda. E foi com essa forma de trabalho que isso veio” (Artesã 1).

Ao longo do tempo, designer e artesãs compreenderam o processo umas das outras, e, como resultado desse processo de aprendizado, surgiu uma “cumplicidade” entre as profissionais. Uma das artesãs, falando sobre a cultura projetual assimilada pelo grupo, relata que “é um processo que hoje já não é mais só dela, é de nós todas [...] A gente também acaba dando ideia pra ela, que ela dá um toque, sempre dá uma aprimorada, fica legal, e assim a gente vai criando todo mundo junto [sic]” (Artesã 1).

A designer ressalta a importância de todos os atores envolvidos estarem de acordo com a produção escolhida, afirmando que, caso contrário, o sentimento de desacordo impactará negativamente na comunidade. Ela definiu o momento de construção colaborativa, em que ideias são geradas através da interação dos participantes, usando uma metáfora, comparando a relação entre ela e a comunidade com um “namoro”. Ela brinca com a letra da música Mulher Rendeira: “tu me ensina a fazer renda e eu te ensino a namorar”, indicando a importância das trocas colaborativas entre os participantes. Confirmando a importância dialógica do processo, a designer relata que a definição dos produtos é inspirada e vinculada na troca de ideias entre ela e o grupo.

O processo descrito caracteriza-se como codesign, visto que a cooperação criativa possibilitou a exploração das ideias e dos conceitos, a avaliação e ajustes de *mock-ups* e protótipos (Steen, 2008). Como resultado, as artesãs realmente sentem-se proprietárias da marca e dos produtos desenvolvidos e continuam trabalhando com o portfólio desenvolvido com a designer.

### Inserção no mercado

O processo de desenvolvimento de produto, desde o início da intervenção do Sebrae até o lançamento da coleção levou cerca de um ano (figuras 3 e 4). A coleção Redeiras foi apresentada ao mercado pela primeira vez em 2010, na feira de design “Paralela Gift”, em São Paulo. A coleção foi bem aceita tanto pela mídia quanto pelos compradores, e o estoque produzido pelas artesãs acabou no primeiro dia do evento.

A exposição à realidade das feiras de design ampliou o repertório cultural e a percepção de mercado das artesãs, que testemunharam o sucesso da coleção e compreenderam as possibilidades de geração de renda que esse trabalho poderia representar para o grupo. A feira representou, para as artesãs, a compreensão e a validação do trabalho que estava sendo proposto pela designer e pelo Sebrae. Hoje, as artesãs participam de feiras de design, feiras de artesanato, vendem para lojas de todo o Brasil e exportam para a França. Uma bolsa da coleção conquistou o segundo lugar no 3º Prêmio Objeto Brasileiro. O grupo lançou um *site* para vender produtos *online*. A renda vinda do artesanato tem uma importante contribuição para a manutenção das famílias das artesãs, inclusive empregando os maridos nos períodos de baixa da pesca.

Com a inserção da produção no mercado, as artesãs tornam-se conscientes de sua interdependência para o sucesso do grupo. Uma artesã afirma que:

*quando um cliente faz um pedido ele encomenda um produto Redeira [...] então se uma não faz a sua parte compromete todas as outras, tu entendeu [...] não adianta pensar em mim quando eu vou fazer os produtos, tem que pensar nas outras também, não posso atrasar só por minha causa, não posso atrasar porque eu também tou [sic] prejudicando minhas parceiras né [...] cada uma tendo esse cuidado pra não atrapalhar, né, as outras, no caso (Artesã 1).*

O papel da designer foi importante para reconhecer o potencial da matéria prima e explicitar o território e o conceito de sustentabilidade no trabalho artesanal da comunidade como valor agregado. A designer orientou o grupo a partir de seu senso estético, representando uma ponte entre a linguagem da comunidade e do mercado almejado. A exposição ao referencial estético e cultural da designer e às feiras de design representou uma mudança no repertório e na percepção cultural das artesãs. Essa percepção é refletida no desenvolvimento dos trabalhos que o grupo produziu a partir desse momento.



**Figura 3.** Artesãs e designer.

**Figure 3.** Artisans and designer.

Fonte: [http://tropadesignovo.blogspot.com.br/2010\\_10\\_01\\_archive.html](http://tropadesignovo.blogspot.com.br/2010_10_01_archive.html)



**Figura 4.** Processo e resultados.

**Figure 4.** Process and results.

Fonte: <http://www.viniciuscostafotografia.com>

## Discussão dos resultados

A análise do caso Redeiras evidenciou a importância do diálogo aberto e do entendimento entre os participantes em um processo colaborativo de design, visto que estes podem agir como fortalecedores das relações interpessoais, aumentando a confiança mútua e facilitando as dinâmicas de projeto em grupo. A produtividade e envolvimento do grupo são maximizados quando suas integrantes engajam-se na projeção e identificam-se com o processo produtivo e com os produtos.

Designer e artesãs do grupo Redeiras contaram com um longo período projetual (nove meses), diferentemente de outros processos de consultoria do SEBRAE-RS, o que contribuiu para a consolidação do projeto. O desenvolvimento dos produtos e o fortalecimento das relações interpessoais, neste caso, ocorreu simultaneamente. A designer, atuando estrategicamente na identificação das habilidades das artesãs e na qualificação da produção, contribuiu para instaurar a sustentabilidade como alicerce ético, estético e ambiental do projeto.

Percebemos, neste caso, a atuação de um designer, como parte integrante da comunidade, intermediando diversos atores sociais e criando uma visão compartilhada para que o grupo se movesse estrategicamente na mesma direção, como Manzini (2007) apontou.

No caso Redeiras, as artesãs apropriam-se da cultura de projeto introduzida pela designer a partir do momento que conseguem compreender e validar essa cultura. A validação, neste caso, se dá também através de resultados explícitos na produção e no seu sucesso mercadológico, visto que um dos principais objetivos das artesãs ao contatar o Sebrae foi a geração de renda através da produção qualificada. A validação e a compreensão da cultura do design são fundamentais para que as artesãs apropriem-se dessa cultura, engajando-se no processo, inovando sua cultura projetual e gerando resultados a longo prazo.

As artesãs perceberam sua interdependência para a produção e a manutenção da imagem da marca, compreendendo que suas atividades geram repercussões nas atividades das outras integrantes. A visão de si como grupo projetual colaborativo é importante para o fortalecimento e continuidade das relações entre as integrantes do grupo.

## Considerações finais

Alguns autores afirmam que hoje todos são designers, e que projetar não é mais monopólio do designer (Meroni, 2008; Manzini, 2008). No caso Redeiras, percebemos que na medida em que a criação frequentemente ocorre de forma coletiva, em um processo dialógico que alcança soluções através da interação dos diferentes atores projetuais, podemos considerar que projetar é uma habilidade que pode ser desenvolvida em todos. Nesse sentido, a construção de soluções é feita através de uma colaboração criativa. Não é necessário que todos os atores aprendam a desempenhar todos os papéis, mas que haja entendimento entre as partes, através de diálogo, confiança e entendimento da função de cada ator. Assim, quando cada um contribui com sua experiência, isso permite que a troca de ideias seja mais rica e agregue valor à visão de cada um dos atores, para que a soma de seus conhecimentos possa gerar soluções com um verdadeiro potencial sustentável e inovador. Dessa forma, é importante encontrar maneiras de estimular as trocas e a criatividade coletiva durante o processo.

Nessas situações, o designer não age somente como um projetista de produtos e serviços – ele age como um organizador, tutor e articulador; ou seja, como um facilitador do processo criativo em comunidade, onde a criação torna-se muito mais complexa, visto que envolve múltiplos atores e estruturas sociais, mas também é mais completa, por agregar diferentes pontos de vista e especialidades. O designer, então, necessita de habilidades novas, com ênfase na colaboração, no diálogo criativo e na compreensão sobre como projetar soluções que facilitem e estimulem a criatividade, a participação colaborativa e as interações sociais.

O designer atua em um âmbito estratégico, conferindo ao processo sua visão estética e cultural, diagnosticando as habilidades do grupo e orquestrando possíveis sistemas produto-serviço que possam gerar o bem-estar social e sustentável dos atores envolvidos. Além disso, a exposição à cultura do designer pode ampliar a percepção do grupo, aumentando seu repertório cultural e modificando a cultura de projeto dos participantes. Nessa condição de agente de mudança, o designer pode conduzir o grupo à inovação social, tendo a sustentabilidade como alicerce projetual.

Através do caso Redeiras, percebeu-se que o início das interações entre designers e artesãos pode ser desafiador e desencorajador. Essa é uma fase que requer persistência e ênfase na comunicação entre os participantes. Supõe-se que a dificuldade nessa fase seja também devido ao desconhecimento da cultura da designer pelas artesãs.

Quando designers projetam com comunidades artesanais, espera-se que os designers identifiquem o referencial histórico, cultural e territorial da comunidade e diagnostiquem as habilidades e as práticas dos artesãos, explicitando essas qualidades no produto. De similar importância, nesse contexto projetual, é a compreensão e a transferência da cultura do designer para o artesão, de forma que o último consiga compreender o processo que lhe é sugerido e incorporar, em sua prática, aspectos projetuais que possam lhe propiciar inovações duradouras, que gerem maior autonomia ao grupo projetual – visto que a participação do designer é geralmente temporária.

Em relação ao projeto Redeiras, resta saber se o grupo está introjetando a cultura de design o suficiente para progredir sem a presença da designer quando o apoio do Sebrae cessar, ou se alguma medida está sendo considerada para garantir a continuidade das consultorias para a progressão da coleção. Estima-se que a transferência da cultura do design para as comunidades artesanais possa conferir a elas maior autonomia projetual. A investigação sobre formas de enfatizar e gerar essa transferência de cultura é sugerida como uma continuação desta pesquisa.

## Referências

- AGENCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. 2012. Artesãs gaúchas comercializam produtos em loja virtual. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?canal=41&cod=12822329>. Acesso em: 25/09/2013.
- ANDRE, I.; ABREU, A. 2006. Dimensões e espaços da inovação social. *Finisterra*, **XLI**(81):121-141.
- BORGES, A. 2011. *Design + artesanato: o caminho brasileiro*. São Paulo, Terceiro Nome, 239 p.
- CIPOLLA, C. 2008. Creative communities as “relational” innovations: a service design approach. Disponível em: <http://www.sustainable-everyday-project.net/blog/library-collaborative-services/>. Acesso em: 05/04/2013.
- CUNHA, A.M. 2012. *O artesanato, suas estratégias de comercialização e constituição enquanto produto turístico da agricultura familiar em Pelotas, Pedras Altas e Jaguarão – RS: os casos do ladrilã e das redeiras*. Porto Alegre, RS. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 170 p.
- DE GIORGI, C.; GERMAK, C. 2008. *MANUfatto: Artigianato Comunità Design*. Milão, Silvana Editoriale Spa, 159 p.
- DENZIN, N.K.; LINCOLN, Y.S. 2011. *The Sage Book of qualitative research*. Thousand Oaks, Sage, 784 p.
- FRANCO, B. 2008. The Community Tutor. In: C. DE GIORGI; C. GERMAK, *MANUfatto: Artigianato Comunità Design*. Milão, Silvana Editoriale Spa, 159 p.
- FREITAS, A.L.C. 2010. Design + Artesanato. In: R.C. ENGLER (org.), *Design Participativo: Uma Experiência no Vale do Jequitinhonha*. Belo Horizonte, EduEMG, 111 p.
- MANZINI, E. 2007. A laboratory of ideas. Diffused creativity and new ways of doing. Disponível em: <http://www.sustainable-everyday-project.net/blog/library-creative-communities/>. Acesso em: 10/03/2013.
- MANZINI, E. 2008. *Design para a inovação social e sustentabilidade: Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Rio de Janeiro, E-papers Serviços Editoriais Ltda, 104 p.
- MERONI, A. 2008. Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline. *Strategic Design Research Journal*, **1**(1):31-38. <http://dx.doi.org/10.4013/sdrj.20081.05>
- MULGAN, G. 2006. The process of Social Innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, **1**(2):145-162.
- SANDERS, E.; STAPPERS, P.J. 2008. Co-creation and the new landscapes of design. *Co-design*, **4**(1):5-18. <http://dx.doi.org/10.1080/15710880701875068>
- SPIGGLE, S. 1994. Analysis and Interpretation of Qualitative Data in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, **21**(3):491-503. <http://dx.doi.org/10.1086/209413>
- STEEN, M. 2008. *The fragility of human-centred design*. Amsterdam, Delft University, 252 p.
- YEE, J.S.R.; TAN, L.; MEREDITH, P. 2009. *The emergent roles of a designer in the development of an e-learning service*. In: NORDIC CONFERENCE ON SERVICE DESIGN AND SERVICE INNOVATION, 1, Oslo, 2009. *Anais...* Oslo, p. 24-26.
- ZURLO, F. 1999. *Un modello di lettura per il Design Strategico. La relazione tra design e strategia nell'impresa contemporanea*, Milano, Politecnico di Milano, 247 p.
- ZURLO, F. 2010. Design Strategico. Disponível em: [http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico\\_%28XXI\\_Secolo%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_%28XXI_Secolo%29/). Acesso em: 01/10/2013.

Submitted on October 22, 2013  
Accepted on December 02, 2013