

DESIGN & INOVAÇÃO SOCIAL – PRÁTICAS DE ATUAÇÃO E USO DO DESIGN EM CONTEXTOS LOCAIS

Beany Guimarães Monteiro

Universidade Federal do Rio de Janeiro – beanymonteiro@eba.ufrj.br

O curso de extensão Design & Inovação propôs apresentar elementos da metodologia de design para os empreendedores das cadeias produtivas de gastronomia, cultura, turismo e serviços das Incubadoras Afro Brasileira e de Empreendimentos Populares do Instituto Palmares de Direitos Humanos. Os conceitos de cenários de design, plataformas habilitadoras e sistemas produto-serviço foram utilizados para fortalecer a contextualização e a valorização cultural dos produtos e serviços desenvolvidos por estes empreendimentos. O curso é um dos principais resultados do projeto Design em Empreendimentos Populares, que conta com apoio da FAPERJ desde 2006, e está integrado à pesquisa Design de Interesse Social e ao ensino de Desenho Industrial – Projeto de Produto- da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Introdução

A proposta da linha de pesquisa Design de Interesse Social é contribuir com a abertura e a consolidação de novos campos de atuação para o design industrial considerando a sua interação com práticas tradicionais próprias a cultura local. Iniciamos essa pesquisa em 2006 e em 2007 desenvolvemos o curso Design & Inovação cujos resultados apresentamos nesse artigo.

Os objetivos deste curso foram:

- Refletir sobre o processo pessoal de trabalho;
- Discutir elementos de estética na geração de conceitos;
- Enraizar os conhecimentos gerados no processo de desenvolvimento do artefato, produto ou serviço;
- Gerar know-how a partir do processo de inovação;
- Agregar valores sustentáveis ao sistema produto-serviço, tais como responsabilidade nos confrontos com as gerações futuras, qualidade social, convivência e cuidado (no sentido de zelo por aquilo que é feito – *friendliness*).

O público-alvo foi composto por 42 empreendedores das cadeias produtivas de gastronomia, turismo e cultura, das Incubadoras Afro Brasileira (IA) e de Empreendimentos Populares (IEP) do Instituto Palmares de Direitos Humanos (IPDH) interessados na inserção e ampliação das ações de design e de inovação nos seus empreendimentos. Os empreendedores foram indicados pelas Incubadoras para participar do curso e estavam na fase final do processo de Incubação. Este processo leva até três anos para ser concluído e é composto por duas etapas principais: a etapa de elaboração do projeto do empreendimento e a etapa de implementação deste projeto, chamada de negócio.

A equipe de trabalho foi composta por três estudantes de graduação do curso de Desenho Industrial, da EBA/UFRJ, com bolsa PIBEX- 2007/II; dois estudantes de pós-graduação em Engenharia de Produção da COPPE/UFRJ; dois professores, sendo um da Engenharia de Produção da COPPE/UFRJ e outro do curso de Design Industrial da EBA/UFRJ; um funcionário da UFRJ, como apoio técnico, e pelas Gerentes das duas Incubadoras: IA e IEP.

Este curso foi organizado na forma de oficinas distribuídas em quatro módulos temáticos. Estes módulos foram concebidos seguindo uma metodologia de design baseada na elaboração de cenários e na idéia de transformar as inovações identificadas em plataformas habilitadoras para as cadeias produtivas em questão: cultura, turismo, gastronomia e prestação de serviços.

Vimos que estas oficinas contribuíram para reestruturar os projetos dos empreendedores, apresentados e discutidos durante o curso e para estimular a realização de novas práticas empreendedoras. Houve aumento da autoconfiança dos empreendedores na exposição das suas propostas e agregação de valores de design: estratégias e parcerias aos negócios em implementação. Finalmente observamos que a visualização, na forma de cenários, das propostas apresentadas, demonstram que o design é um instrumento importante para o desenvolvimento desses empreendimentos.

A inserção do design nesses empreendimentos dá-se na forma de estratégias para dar visibilidade as ações empreendedoras; de formação para os empreendedores e parceiros; de ampliação da área de atuação dos empreendimentos; e de lançamento dos projetos no mercado. Os resultados obtidos demonstram que o curso atendeu aos seus objetivos abrindo nas Incubadoras novos espaços para a realização de outras edições deste curso para novos empreendedores bem como aponta para a necessidade de um aperfeiçoamento para os empreendedores que concluíram essa primeira edição. A nova proposta é fazer este módulo de aperfeiçoamento da primeira edição com foco na organização dos empreendimentos em redes e clusters (e não necessariamente por cadeia produtiva, como foi feito nesta primeira edição).

Design e Inovação Social - Marco Referencial Teórico

A consciência crescente diante da escassez dos recursos ambientais tem levado alguns setores industriais, de pesquisa e a própria cultura do design a uma redefinição radical do sistema de produção e consumo. Isso leva o design a atuar combinando o desenvolvimento de produtos ao desenvolvimento de serviços, associados ou não aos produtos. Essa combinação, chamada de Sistema Produto-Serviço (SPS), pode ser definida como o resultado de uma inovação estratégica, que muda o foco do problema para o foco da solução e a venda de um produto somente, para a venda de um sistema de produtos e serviços o qual atende a demandas específicas dos clientes. A definição do SPS conduz a uma nova interpretação de produto, originalmente compreendido como o resultado físico de um processo industrial. SPS é resultado de uma atividade estratégica do design entendida como a capacidade de promover novas formas de organização (a reconfiguração do papel de diferentes atores) baseada em um novo sistema de valores (a emergência da idéia de bem-estar baseada num novo critério de qualidade) e na aptidão para criar novas oportunidades e desenvolver um sistema integrado de produtos, serviços e comunicações economicamente viável e socialmente válido (Penin, 2006).

O Sistema Produto-Serviço evoluiu a partir da abordagem tradicional para a administração ambiental, de um controle de poluição – abordagem *end of pipe* - para maneiras preventivas de produção mais limpa. Esta abordagem foi aplicada, inicialmente, aos processos industriais (tecnologias limpas), incluindo os produtos industriais (produtos limpos). Mais adiante, uma mudança radical nos hábitos de consumo se mostrou necessária: os padrões de consumo deviam ser desmaterializados. Essa idéia introduziu um novo tópico no debate sobre desenvolvimento sustentável: a necessidade de um sistema de inovação correlato ao consumo sustentável. O foco devia estar não só nos produtos e serviços, mas também na definição dos

hábitos de consumo e no papel das relações entre os diferentes *stakeholders* da cadeia de produção e consumo. Ou seja, novas formas de interação com o cliente, e parcerias inovadoras são necessárias entre fabricantes e fornecedores, órgãos públicos e organizações não governamentais (Manzini e Vezzoli, 2001).

De acordo com Emilio Moran <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ambiente/ult10007u415973.shtml>, 25/06/08): "*O maior problema ambiental do mundo é o consumismo. O mercado ensina egoísmo e o indivíduo cada vez mais está centrado em si mesmo*". Considerar o consumo sustentável implica em partir dos padrões atuais de vida (sobre os quais estão baseados os padrões econômicos) que estão diretamente relacionados ao consumo de material e de energia, para o desenvolvimento de estratégias capazes de apoiar a passagem entre esse padrão atual para um novo padrão necessário numa sociedade sustentável. Comparativamente às pesquisas sobre negócios e ciência muito pouco sabemos sobre o conceito de inovação social. Essa falta de conhecimento impede que as instituições se interessem por esse campo e ele acaba reduzido a ações de filantropia. A ausência de conhecimentos integrados sobre fatores de sucesso e fatores inibidores dessas inovações torna mais difícil para os próprios empreendedores implementar suas inovações dentro de um padrão sustentável (Young Foundation, 2006).

Para Manzini (2007) a transição para uma sociedade mais sustentável e, em particular, para um modo de vida sustentável, configura-se como um processo de aprendizagem social no qual as mais diferentes formas de criatividade, conhecimento e capacidades organizacionais serão valorizadas de modo aberto e flexível. Os casos promissores são exemplos de iniciativas nas quais, por razões diferentes, algumas pessoas têm orientado seus comportamentos e expectativas numa direção que parece coerente com o desenvolvimento sustentável. Estes casos mostram que existe uma inversão da tendência anterior: eles são resultados dos empreendimentos e das habilidades de certas pessoas – comunidades criativas – que têm um saber fazer e pensar diferentes e de colocar formas também diferentes de organização na ação. Eles apontam para mudanças sociais e culturais promissoras que são geradas no patamar do processo de inovação social (Young Foundation, 2006). Ou seja, onde acontecem as grandes mudanças das tendências ao encontro de objetivos sociais. Diante disso podemos assumir que os designers são co-autores das soluções, porque eles são atores sociais que tem como atividade do dia-a-dia contribuir com as relações entre as pessoas e os artefatos.

Segundo Manzini (2006) o papel do usuário e do designer na transição para a sustentabilidade são radicalmente diferentes do anteriormente representados por ambos. Mudar a idéia do designer para atender as necessidades do consumidor para a idéia do designer para habilitar pessoas a viver como elas gostam implica em participar ativamente do processo social onde as novas idéias emergem. Mas, uma questão colocada pelo autor é: essas idéias realmente emergem?

Nesse sentido, as Comunidades Criativas para Estilos de Vidas Sustentáveis são como celeiros para que casos promissores para o desenvolvimento sustentável possam ser cuidados. A definição de Comunidade Criativa é a seguinte: "*Creative community: groups of people who cooperatively invent, enhance and manage innovative solutions for new ways of living. This concept has been focalised in the framework of the EMUDE research* (<http://www.sustainable-everyday.net/EMUDE>).

De acordo com Manzini (2006) e Manzini e Jégou (2003), a Inovação Social deve encontrar energia dentro das iniciativas locais e o papel do designer é estratégico para o alcance de uma

mudança sistêmica dessas inovações. Esse papel é o de construir uma ponte entre as condições internas e as condições externas da mudança para criar experiências locais que mostrem conhecimentos e possibilidades inovadoras. Os autores mostram que não há mudança sistêmica se ela não estiver preparada na escala local, ou seja, nas práticas locais e cotidianas de uma comunidade. A construção desta ponte pode ser facilitada pela implementação de um processo de co-design, como sugerido por Manzini e Vezzoli (2002) e Penin (2006) o que requer a formulação de estruturas metodológicas integradas, formuladas dentro de uma perspectiva dialógica, para estabelecer vínculos relacionais entre os interlocutores (Monteiro e Bartholo, 2007).

Nesse caso, um papel particular é exercido pelos empreendimentos locais, que, pelas suas próprias características, são sinais de novos comportamentos e novos modos de pensar. Ou seja, são “descontinuidades locais”, segundo Manizni (2007). A investigação da prática da inovação social e suas implicações na promoção de uma vida cotidiana mais sustentável em contextos urbanos e de novos estilos de vida sustentáveis foi o principal foco do projeto *Creative Communities for Sustainable Lifestyles* (CCSL), (Penin, Jégou, Girardi, 2008) Comunidades Criativas são desenvolvidas dentro de empresas sociais implementadas e assumem formas organizacionais diferentes destas. O CCSL coletou estudos de caso em países emergentes – em particular Brasil, Índia e China - e traçou um quadro comparativo entre esses países e casos previamente identificados no contexto europeu. O estudo focalizou três aspectos em particular nessa comparação:

- (1) a natureza dos grupos de pessoas que geram essas inovações (as comunidades criativas);
- (2) o seu papel na promoção de novos estilos de vida sustentáveis (os casos promissores);
- (3) a possibilidade de fazer com que esses casos promissores sejam mais acessíveis, efetivos e passíveis de serem reproduzidos, através de iniciativas e medidas apropriadas (os sistemas habilitantes).

Os casos apresentados pelo CCSL incluíram atividades produtivas baseadas em recursos e competências locais possibilitando, através das comunidades criativas, dos casos promissores e das plataformas habilitantes que as potencialidades sócio-econômicas e culturais das inovações sociais sejam visualizadas, valorizadas e multiplicadas.

Os casos promissores de inovação social mostram que eles representam estágios diferentes da emergência e expansão de novas idéias (protótipos de solução) para soluções relativamente consolidadas (soluções trabalhadas), até a implementação dessas soluções. As soluções protótipo correspondem a concepção e a colocação e prática de uma idéia. As soluções trabalhadas são aquelas que, colocadas em práticas, funcionam como uma inspiração para outros grupos desenvolverem algo similar. As soluções implementadas correspondem à plataformas habilitantes.

Design&Inovação – Proposta do curso de extensão

O curso Design & Inovação propôs apresentar elementos de design, processos e negócio que possibilitassem uma melhora na qualidade dos serviços e produtos desenvolvidos pelos empreendimentos populares e afro brasileiros. O objetivo geral do curso foi trabalhar elementos de design visando a contextualização e a valorização cultural do artefato, produto ou serviço. Este curso fez parte de um projeto de extensão: Design em Empreendimentos

Populares. O ponto de partida desse projeto de extensão foi uma demanda formulada por dois empreendedores das Incubadoras Afro Brasileira e de Empreendimentos Populares do Instituto Palmares de Direitos Humanos (IA/IEP – IPDH) para a inserção do Design em seus empreendimentos. Estes empreendedores, ao apresentarem esta demanda (num encontro ocasional, numa feira de negócios), nos pediram para entrar em contato com a Incubadora Afro Brasileira e falar com o diretor e a gerente da mesma. Nosso primeiro encontro na Incubadora foi em agosto de 2006. As Incubadoras tinham 10 cadeias produtivas nessa época sendo que as cadeias produtivas de artesanato e vestuário já estavam atendidas nas suas questões sobre design.

O terceiro passo foi a realização de uma apresentação sobre as atividades de dois laboratórios da UFRJ (Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social – LTDS/ PEP/COPPE, E Laboratório de Design de Interesse Social – LIDIS/EBA/UFRJ) para os facilitadores destas Incubadoras, em outubro de 2006. Nesse encontro ficou estabelecido que, num primeiro momento, as cadeias produtivas de Turismo, Gastronomia e Cultura eram as menos atendidas em termos de design.

Após uma análise preliminar do processo de incubação dos empreendimentos dessas dez cadeias produtivas percebemos que a cadeia produtiva de prestação de serviços demonstrava alguns pontos que mereciam a nossa atenção. Essa análise foi realizada pela leitura das fichas dos empreendedores, realizada pelos estudantes bolsistas PIBEX- 2007/II. Durante o período de levantamento das fichas dos empreendedores, os estudantes que realizaram essa parte da pesquisa, classificaram os empreendimentos de acordo com a fase do empreendimento no processo de incubação. Este processo tem duas fases: projeto e negócio. A passagem para a fase de negócio é posterior à elaboração do plano de negócios. Os empreendedores que participaram das oficinas estavam na fase de negócio, portanto nossa proposta procurou aperfeiçoar esse plano, contribuindo com o mesmo e agregando valores de design aos negócios desses empreendedores.

Selecionamos os empreendimentos das cadeias produtivas de Turismo, Cultura, Gastronomia e prestação de serviços e realizamos entrevistas com cada um desses empreendedores. Foram entrevistados 38 empreendedores das duas Incubadoras. Essas entrevistas foram realizadas no Rio de Janeiro e em Nova Iguaçu e foram agendadas pelas incubadoras. Durante essas entrevistas procuramos perceber qual era a expectativa deles sobre o projeto e apresentar a nossa visão sobre design. Utilizamos para isso os casos do EMUDE para mostrar que o design era mais do que programação visual e projeto de produto, que é a compreensão primeira que se tem da nossa atuação. Procuramos nessas entrevistas compreender a cadeia produtiva a partir da visão do empreendedor, do relato que eles nos fizeram das suas experiências.

Entendemos que existia nesses empreendimentos uma tecnologia intelectual de partida que diz respeito àquilo que o empreendedor traz no corpo do seu plano de negócios e que tem ligação com a sua experiência de vida e de trabalho. Consideramos que o reconhecimento dessa tecnologia contribuía para o resgate da identidade cultural e social do empreendimento e possibilitava nivelar as expectativas dos empreendedores quanto às possibilidades de aprimoramento do potencial que cada um trazia consigo.

A partir daí elaboramos um material didático considerando a seguinte realidade: uma vez que cada cadeia produtiva estabelece parcerias e estratégias específicas, o material didático proposto deveria possibilitar uma abertura para cada uma das realidades desses empreendimentos. Portanto o material sofreu alterações durante as oficinas, de acordo com a

experiência trazida pelos empreendedores, durante as oficinas. Em função disso a diagramação do mesmo só pode ser feita ao final destas oficinas.

As oficinas ocorreram entre setembro e dezembro de 2007. Ao final foi aplicado um questionário para avaliar os resultados alcançados. Este questionário está em anexo do material didático, que propomos apresentar no VI SEMPE. Em dezembro foi realizado um evento no Fórum de Ciência e Cultura da UFRJ que marcou simbolicamente o início da inserção do Design nesses empreendimentos, num processo de co-autoria.

Etapas e Métodos

As etapas abaixo relacionadas estão descritas no seu desenvolvimento temporal a partir do contato com as Incubadoras. No entanto este projeto teve como ponto de partida uma demanda formulada pelos próprios empreendedores, conforme explicado no item anterior. Esse aspecto é importante para a compreensão desta experiência cujo foco foi não só difundir conhecimentos de design em empreendimentos locais mas abrir novos campos de atuação para o design, e portanto adquirir novos conhecimentos a serem incorporados as nossas metodologias.

1. Público-alvo: a definição do público-alvo foi realizada junto com as gerentes das Incubadoras utilizando como critérios a demanda por design das cadeias produtivas e etapa do empreendimento no processo de Incubação. Período: Outubro de 2006.
2. Mapeamento: todos os empreendimentos foram mapeados para compreender a organização do processo de Incubação. Para isso foram utilizadas fichas que já existiam nas incubadoras. Período: Março de 2007.
3. Pré-seleção dos empreendimentos: os empreendedores cujas fichas apresentaram perfil adequado ao público-alvo definido na etapa 1 foram contatados por telefone, pelas Incubadoras, para agendamento de uma entrevista. Período: Abril-maio 2007.
4. Entrevistas: tiveram a duração de 40 minutos e foram feitas de maneira individual tendo no máximo dois entrevistadores (bolsistas PIBEX). Os instrumentos utilizados foram papel e caneta. Período: Maio a julho de 2007.
5. Organização do curso: o curso foi organizado em quatro módulos no formato de "Oficinas". Cada módulo ficou sob a responsabilidade de um professor, auxiliado por um estudante/bolsista. Período: Julho de 2007.
6. Formatação do material didático: o material didático serviu de referência durante explicações teóricas, fundamentou aplicações práticas (exercícios dinâmicos em grupo) e trabalhou exercícios teóricos individuais. Período: Agosto de 2007.
7. Implementação das oficinas: foram realizadas 14 oficinas de trabalho, distribuídas nos 4 módulos temáticos, para cada cadeia produtiva, num total de 168 horas de curso (56 por cadeia produtiva). As Oficinas foram realizadas semanalmente, em três locais diferentes, de acordo com a Cadeia Produtiva. Período: Setembro a dezembro de 2007.
8. Aplicação de um questionário final para avaliação das Oficinas pelos empreendedores. Período: ao final do Módulo 4, para cada turma.
9. Organização de um evento de encerramento: o evento foi realizado no Fórum de Ciência e Cultura da UFRJ, salão Pedro Calmon, no dia 14 de dezembro de 2007. Período: Novembro a dezembro de 2007.
10. Certificação dos empreendedores: 31 empreendedores concluíram com aproveitamento o curso, recebendo um certificado de Curso de Extensão emitido pela Pro-Reitoria de Extensão da UFRJ. Período: Janeiro de 2008.

Realização

O curso foi organizado em quatro Módulos temáticos e sob a responsabilidade de um professor assistido por um bolsista PIBEX (Figura 1).



Figura 1: Representação esquemática do curso Design&Inovação

O Módulo 1: *Percepção Sócio-Cultural do Empreendimento*, teve como objetivo compreender e analisar os requisitos e as restrições do contexto de negócios da cadeia produtiva para desenvolver estratégias de ação compatíveis com a percepção do empreendedor sobre o seu negócio nesse contexto. Este módulo foi composto pelas seguintes oficinas:

Oficina 1: *Construção da identidade*. Objetivos: descrever e analisar a atividade-foco da cadeia produtiva e estabelecer os aspectos relevantes para o negócio.

Oficina 2: *Construção de um cenário futuro*. Objetivos: identificar os potenciais e os recursos (pessoas, organizações e instituições, enraizados no território) assim como potenciais parceiros externos.

Oficina 3: *Construção de parcerias*. Objetivos: análise dos parceiros potenciais e o planejamento da sua participação nas estratégias identificadas.

Oficina 4: *Mapeamento estratégico*. Objetivos: guiar o processo criativo por uma série de questões que orientam a formalização dos elementos que constituem as estratégias mapeadas.

O Módulo 2: *Estudo de Mercado e Articulação de Parcerias*, abordou os aspectos sócio-econômicos do mercado de bens e serviços que implicam na definição de estratégias de negociação e articulação para a ampliação das condições de sucesso do empreendimento. Quatro oficinas compuseram este módulo:

Oficina 1: *Situando o segmento produtivo no mercado*: os riscos do mercado tradicional e seus reflexos na sociedade.

Oficina 2: *Mapeando os riscos do mercado tradicional*: a conscientização dos empreendedores para o planejamento de uma negociação.

Oficina 3: *Simulação de uma negociação*: desenvolvimento de uma estratégia de negociação desenvolvida de acordo com o contexto e os elementos específicos de cada empreendimento, utilizando o jogo “Elo Perdido”.

Oficina 4: *Criação de estratégias e parcerias*: criação de estratégias para uma negociação/articulação.

O Módulo 3: *Comunicação Visual e Identidade Cultural do Empreendimento*, teve como objetivo ampliar a percepção dos empreendedores para a comunicação visual e para o valor simbólico-cultural do seu empreendimento. Este módulo teve seu conteúdo distribuído em três oficinas:

Oficina 1 : *Elementos visuais* – desenvolvimento de atividades com elementos visuais, vendo qual o valor simbólico que as formas, cores e padrões transmitem.

Oficina 2 : *Comunicação visual e o simbólico dentro do empreendimento* - definição do conceito que se quer transmitir, ou de outra forma, quais são os valores presentes no empreendimento.

Oficina 3: *Apresentação e identidade visual*- apresentação de projetos, discutindo os fatores que tornam um projeto bem apresentado ou mal apresentado.

O Módulo 4: *Sistema Produto-Serviço (SPS)* teve como objetivo desenvolver o sistema produto-serviço dos empreendimentos, utilizando os cenários de design como suporte de comunicação e interação empreendimento-rede de parceiros. Este módulo foi composto por três oficinas:

Oficina 1: *Cenários de design* - apresentação dos componentes necessários para acessar um futuro possível e desejável.

Oficina 2: *Personalização dos cenários* - entender e refinar cada cenário implementando-o e detalhando-o como estratégias estruturadas (Figura 3).

Oficina 3: *Instrumento de mapeamento do sistema produto-serviço* - assistir a criação e o desenvolvimento de estratégias contextualizadas para otimizar suas conexões com instituições parceiras, favorecendo a sinergia entre os empreendedores e seus parceiros.

Cada uma das oficinas teve 4 horas de duração e foi realizada dentro das Incubadoras. O material didático utilizado foi fornecido pelos parceiros e constaram de um flip-chart, canetas, quadro branco, papel, lápis e *post-it* coloridos. O material utilizado permaneceu no local entre uma Oficina e outra para que os empreendedores pudessem consultar e para que, entre um módulo e outro, se mantivesse uma memória do que havia ocorrido no módulo anterior.

Ao final das Oficinas foi realizado um evento público, com apresentação dos empreendedores da cadeia produtiva de cultura sobre os seus trabalhos, incluindo depoimentos espontâneos sobre a contribuição do curso para os mesmos. Esta apresentação foi filmada pelas Incubadoras e o evento ocorreu no Fórum de Ciência e Cultura da UFRJ, no dia 14 de dezembro de 2007. As oficinas da cadeia produtiva de cultura também foram registradas em DVD, sendo este registro de responsabilidade da equipe da UFRJ.

Resultados

A elaboração de cenários de design e de plataformas que habilitassem as cadeias produtivas no campo de conhecimento do Design foram os principais resultados alcançados por este curso. Estes resultados fazem parte do material didático diagramado ao fim do projeto.

Vimos que o designer possibilita a comunicação, visualização e criação de instrumentos e atua como um mediador de diferentes atores sociais, trabalhando as diferentes soluções de cada um destes atores, que são os especialistas de suas próprias realidades, num processo de co-design. A posição do designer neste processo é avaliar eticamente as metodologias e identificar o tipo de bem-estar social que o empreendedor está disposto a promover. Para isso o designer deve usar e propiciar o uso de instrumentos socialmente adequados, o que significa, no caso deste projeto, instrumentos de fácil acesso para que os empreendedores

possam continuar o uso de forma autônoma, recorrendo ao profissional de design no momento em que os recursos destes instrumentos se mostrarem insuficientes para a realização de novos projetos.

O processo de co-design favoreceu as relações entre os empreendedores e as incubadoras, acrescentando o design aos conceitos de marketing, já implementados pelas Incubadoras. Isso permitiu a percepção de um papel ativo dos empreendedores nos seus próprios negócios, desenvolvendo a sinergia entre as diferentes iniciativas e entre estas e os diferentes estágios do processo de incubação.

A aplicação da metodologia proposta por Penin (2006) e por Manizni e Jégou (2003), dentro do conceito *Design guided Scenario*, habilitou e articulou as diferentes visões sobre os projetos propostos, a consideração da pluralidade e da dimensão local e uma maior criatividade na apresentação das propostas durante as oficinas.

As atividades de extensão realizadas estiveram concentradas na internalização dos conhecimentos de design como elemento estratégico do processo de incubação dos empreendimentos e não como recurso de especialistas que deveriam ser requisitados para resolver problemas específicos, a cada momento que estes aparecessem. Estas atividades apoiaram o desenvolvimento do material didático que, agregado aos recursos de aprendizagem a distância, pode ser um instrumento importante para a consolidação, autonomia e auto-organização de outros cursos de interesse para promover a inovação social.

O vídeo produzido durante as oficinas da cadeia produtiva de cultura, além de ser uma referência para a visualização das atividades desenvolvidas pela equipe de trabalho, mostra todos as etapas de um processo de co-design (métodos, instrumentos e as próprias oficinas) como uma plataforma habilitadora. Ou seja, uma plataforma que prove as linhas guia do processo criativo de cada empreendedor e permite visualizar a passagem do foco no problema para o foco na solução.

Nesse sentido, o maior problema apontado pelos empreendedores no início do curso era a falta de dinheiro para realizar os seus projetos. Começamos o curso procurando entender as soluções que os projetos propunham para depois identificar o que estava faltando para a sua implementação. Ao final das oficinas novas idéias, de novos projetos, foram apresentadas não mais com foco no problema inicialmente apresentado (falta de dinheiro) mas colocadas de outra forma: *o que podemos fazer, considerando a falta de recursos financeiros, para mudar a realidade atual na direção da realidade desejada? Quais são os sistemas que devemos projetar para alcançar os resultados que desejamos?*

O processo de aprendizagem apontou para a transformação de uma atitude inicialmente passiva diante dos problemas para uma atitude proativa, considerando os parceiros potenciais que cada uma das iniciativas precisava e os componentes das soluções que estavam sendo projetadas para elas. Vimos que as oficinas contribuíram para reestruturar os projetos existentes e estimular a realização de novas práticas empreendedoras. Houve aumento da autoconfiança dos empreendedores na exposição das suas propostas e agregação de valores de design: estratégias e parcerias, além da visualização das possibilidades da inserção do design em cada cadeia produtiva na forma de cenários. A inserção do design nos empreendimentos dessas cadeias produtivas dá-se na forma de estratégias de atuação quanto à: visibilidade dos empreendimentos; formação; ampliação da área de atuação do empreendimento; e lançamento do projeto no mercado.

Os resultados obtidos na avaliação demonstram que o curso atendeu aos seus objetivos abrindo nas Incubadoras novos espaços para a realização de outras edições para novos empreendedores bem como demonstrando a necessidade de um aperfeiçoamento para os empreendedores que concluíram essa primeira edição. A nova proposta é fazer este módulo de aperfeiçoamento da primeira edição com foco na organização dos empreendimentos em redes e clusters (e não necessariamente por cadeia produtiva) e, na segunda edição do curso, para novas turmas, inserir um quinto módulo voltado para a preparação e organização do evento público. A organização e a realização do evento foram feitas com a participação dos empreendedores, gerando um produto do mesmo, que agregou valor ao conteúdo didático e pedagógico da proposta. Neste sentido o quinto módulo, na segunda edição, visa também abrir espaço para essa produção, aumentando as possibilidades de atuação dos estudantes bolsistas, dos empreendedores e de toda a equipe do projeto.

Referências

- PENIN, L. **Strategic design for sustainable social innovation in emerging contexts: framework and operative strategies**. PHD Thesis, Politécnico de Milão. Milão, 2006.
- MANZINI, E. **Design, social innovation and sustainable ways of living Creative communities and diffused social enterprise in the transition towards a sustainable network society. Draft / version 2"**. In Design, Social Innovation and Sustainable Development for Escola de Altos Estudos da Capes e COPPE/UFRJ. Rio de Janeiro, Brazil, August 27-31, 2007. In <http://www.producao.ufrj.br/design.isds/material.htm>, p29.
- EMUDE, <http://www.sustainable-everyday.net/EMUDE>
- MONTEIRO, B., BARTHOLO, R. **Design and Production Engineering. Some moving frontiers of the engineering education in Brazil**. Proceedings: International Conference on Engineering Education – ICEE 2007. 3 - 7 september 2007. Coimbra. 2007.
- PENIN, L., JÉGOU, F., GIRARDI, 2008, <http://www.changingthechange.org/abstracts/abs234.pdf>.)
- MANZINI, E., VEZZOLI, C. **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**. São Paulo: USP. 2002.
- MANZINI, E., **Design, ethics and sustainability Guidelines for a transition phase**. DIS-Indaco, Politecnico di Milano. <http://www.dis.polimi.it/manzini-papers/06.08.28-Design-ethics-sustainability.doc>)2006.
- MANZINI, E., JÉGOU, F. **Sustainable everyday. Scenarios of Urban Life**, Edizioni Ambiente, Milano, 2003.
- MORAN, E. <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ambiente/ult10007u415973.shtml>, 25/06/08.
- YOUNG Foundation, **Social Silicon Valleys. A Manifesto for Social Innovation**, 2006, <http://www.discoversocialinnovation.org>).
- MANZINI, E., VEZZOLI, C., **Product-Service Systems and Sustainability. Opportunities for sustainable solutions**. United Nations Environment Programme (UNEP). Division of Technology Industry and Economics (DTIE). Production and Consumption Branch 39-43 Quai André Citroen. 75739 CEDEX Paris. France, 2001.