



EMERSON PESSOA FERREIRA

DESIGN E TERCEIRO SETOR

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Noncommercial-Share Alike 3.0 License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 543 Howard Street, 5th Floor, San Francisco, California, 94105, USA.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado Em Comunicação e Expressão Visual – Design Gráfico, do Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação e Expressão Visual- - Design Gráfico.

Orientador : Prof. Dr. Carlos A. R. Righi.

Florianópolis

2003

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

TERMO DE APROVAÇÃO

EMERSON PESSOA FERREIRA

DESIGN E TERCEIRO SETOR

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação e Expressão Visual - Design Gráfico no Curso de Bacharelado Em Comunicação e Expressão Visual – Design Gráfico, do Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina, pela seguinte banca examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Carlos A. R. Righi.

Biólogo Jorge Roberto Timmermann
(Coordenador do IPAB - Instituto Brasileiro de Permacultura)

Prof. Dr. Eduardo J. F. Castells

Prof. Álvaro Dias

Prof. Luis Augusto Costa Hoffmann

Florianópolis, 30 de setembro de 2003

Dedicatória.

Dedico este trabalho a Denise Cord, por ter estado até aqui “pro que der e vier” comigo. Foste meu amor, minha luz e guia, Denise. Obrigado por tudo.

Desculpe por tudo.

Que o futuro nos reserve bons momentos.

Dedico também aos meus filhos, Rovy, Ian e Isadora. Amo vocês.

Agradecimentos.

Agradeço humildemente :

A Deus.

À minha mãe, Edna Pessoa de Lima, “a leoa de Judá”, e ao meu pai, Esmeraldo Ferreira, “o velho marinheiro solitário”, que me ensinaram o que é (e o que não é) o amor. Amo vocês. Obrigado do fundo de minha alma.

Às minhas irmãs, Elsie, Ekleine e Emiko, por serem amigas, sinceras e por estarem sempre por perto quando precisei. Valeu, manas! Não desistam de mim!

A Maria de Lourdes Pinheiro, Inês Regina Bortolanza e Denise Cord, pelos maiores presentes que um homem pode receber. Eu nem sempre fui digno.

Ao José Antunes Júnior (Junico), Luiz Fernando Bier Melgarejo, Marisa Rolim de Moura, “Mato Grosso”, e outros tantos amigos de um passado de ferro. Permanecemos!

Saul (meu guru!), Tereza, Rui, Cris, Paulino, Rita, Batista, Heronides, Josalba, Jorge e todos os demais amigos da “confraria” pela solidariedade, sabor e saber humanos. Salud!

Aos professores do NIS (Núcleo de Informática e Sistemas) do CEFETSC pelo apoio e pelas cobranças.

E especialmente a Claudiane Weber, por eu não precisar explicar.

A reflexão é um estado de fluxo contínuo, agregador e articulador de ações.

E vice-versa.

Ou não.

SUMÁRIO

<u>EMERSON PESSOA FERREIRA.....</u>	<u>I</u>
<u>FLORIANÓPOLIS</u>	<u>II</u>
<u>2003.....</u>	<u>II</u>
<u>TERMO DE APROVAÇÃO.....</u>	<u>III</u>
<u>DEDICATÓRIA.....</u>	<u>V</u>
<u>AGRADECIMENTOS.....</u>	<u>VI</u>
<u>.....</u>	<u>VI</u>
<u>SUMÁRIO.....</u>	<u>VIII</u>
<u>RESUMO.....</u>	<u>X</u>
<u>I – APRESENTAÇÃO:.....</u>	<u>XI</u>
<u>II - OBJETO:.....</u>	<u>XIII</u>
<u>III – OBJETIVOS:.....</u>	<u>XIV</u>
<u>IV – JUSTIFICATIVAS:.....</u>	<u>XV</u>
<u>V - REVISÃO BIBLIOGRÁFICA:.....</u>	<u>XVI</u>
<u>ORIGENS DO PROBLEMA.....</u>	<u>XVI</u>
<u>QUEM PROJETAVA QUANDO NÃO HAVIA “DESIGNERS”?.....</u>	<u>XVII</u>
<u>NEM TUDO SÃO SONHOS NA OFICINA DO ARTESÃO.....</u>	<u>XIX</u>
<u>A FÁBRICA APOSENTA O MESTRE.....</u>	<u>XX</u>
<u>E O DESIGNER?.....</u>	<u>XXI</u>
<u>MAS NINGUÉM FALOU NADA CONTRA?.....</u>	<u>XXIII</u>
<u>ENTÃO O DESENHO INDUSTRIAL ESTÁ A SERVIÇO DA BURGUESIA INDUSTRIAL?.....</u>	<u>XXXI</u>

<u>ENTÃO O DESIGN NÃO É NEUTRO?.....</u>	<u>XXXIV</u>
<u>DESIGN E DESENHO INDUSTRIAL CONTEXTUALIZADOS.....</u>	<u>XXXV</u>
<u>MAS, O QUE É O TERCEIRO SETOR?.....</u>	<u>XXXVIII</u>
<u>INDICADORES METODOLÓGICOS PARA ATUAÇÃO DO DESIGNER NO TERCEIRO SETOR.....</u>	<u>XLI</u>
<u>DESIGN INSTITUCIONAL – O DESIGN NO PROJETO DE VIDA DA ORGANIZAÇÃO.</u>	<u>XLIII</u>
<u>SUBSÍDIOS PARA UMA METODOLOGIA DE CARÁTER PARTICIPATIVO, SOLIDÁRIO E SUSTENTÁVEL PARA O TERCEIRO SETOR.</u>	<u>XLVII</u>
<u>DETALHAMENTO DAS ETAPAS METODOLÓGICAS.....</u>	<u>XLIX</u>
<u>FERRAMENTAS PARA DESIGN GRÁFICO NO TERCEIRO SETOR.....</u>	<u>LVII</u>
<u>PARTICIPATORY DESIGN, OU PROJETO PARTICIPATIVO.....</u>	<u>LVII</u>
<u>MAPAS CONCEITUAIS</u>	<u>LIX</u>
<u>USE CASES (CASOS DE USO)</u>	<u>LX</u>
<u>SOFTWARE LIVRE.....</u>	<u>LXI</u>
<u>CONCLUSÃO.....</u>	<u>LXIV</u>
<u>REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO.....</u>	<u>LXVI</u>
<u>ANEXOS:.....</u>	<u>LXIX</u>
<u>EXEMPLOS DO MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DA AGROREDE.....</u>	<u>LXIX</u>
<u>EXEMPLOS DO MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DA REDE BRASILEIRA DE PERMACULTURA (RBP).....</u>	<u>LXIX</u>
<u>OUTROS EXEMPLOS DE DESIGN GRÁFICO NO TERCEIRO SETOR.....</u>	<u>LXIX</u>

Resumo.

Este trabalho busca aprofundar a discussão sobre a especificidade e as oportunidades de atuação do designer, mais especificamente do Designer Gráfico, no setor das Organizações Não-Governamentais – ONGs, também conhecido como Terceiro Setor.

Procura-se estabelecer alguns marcos diferenciais entre a prática profissional alinhada à produção capitalista de bens e serviços visando lucro financeiro e uma prática alternativa, participativa, solidária e sustentável.

Esboça-se, finalmente, um modelo com alguns indicadores metodológicos, visando contribuir com a inserção dos futuros profissionais no Terceiro Setor e reforçar a necessidade de um olhar acadêmico que priorize os valores éticos, sociais e ecológicos.

I – Apresentação:

Construir uma crítica é mais difícil que construir uma técnica.

Durante os anos de formação em Comunicação e Expressão Visual – Design Gráfico, na Universidade Federal de Santa Catarina, percebi a grande e sincera preocupação do corpo docente em preparar os estudantes para o mercado de trabalho e estabelecer uma prática que agregasse habilidades e competências específicas nesta área sempre em desenvolvimento.

No intuito de ilustrar a chamada “realidade” do mercado de trabalho, muitos professores, profissionais e alunos egressos são solicitados a dar sua contribuição e trocar experiências com os estudantes, preparando a sua inserção na área profissional.

Essa contribuição, apesar de bem intencionada, muitas vezes limita-se ao campo¹ mais tradicional e estabelecido de atuação do Design² Gráfico, ou seja, empresas com demandas relacionadas à competitividade (inovação de produtos, estabelecimento de identidade visual para fins mercadológicos, criação de peças gráficas de divulgação, catálogos de produtos, entre inúmeras outras).

Não seria exagero dizer que é de “notório saber” que o campo considerado tradicional de atuação do designer está diretamente vinculado à chamada produção capitalista, entendida aqui como produção de bens de consumo visando o lucro financeiro, primordialmente.

Não pretendo tecer neste trabalho de conclusão de curso uma crítica aprofundada do sistema capitalista ou de seu modo de produção. Mas pretendo tomar como referencial teórico autores que o fazem e como referencial prático experiências que indicam caminhos que, se não fogem completamente da lógica mercantilista, ao menos demonstram ser possível erigir sobre outras bases a prática profissional.

Este trabalho visa oferecer uma pequena contribuição para a reflexão do Design “com **D** maiúsculo”, conforme ouvi um amigo chamar a atividade projetual, por natureza complexa e transdisciplinar.

Pretendo apontar na direção de um campo de trabalho que não é novo, no sentido temporal, mas no sentido da prioridade dada a ele nas escolas e pelos profissionais em geral. E novo também no sentido do pouco entendimento que dele fazemos. Este campo de trabalho está em plena expansão justamente em função da crise por que (como sempre) passa o chamado sistema

¹ Joaquim Redig (1978) estabelece uma diferença entre campo e mercado de trabalho. O mercado tem demandas definidas. O campo está por conquistar.

² Design Gráfico é o campo específico deste trabalho. No decorrer do texto explorarei com mais detalhes este conceito, buscando analisá-lo criticamente.

capitalista. O campo a que me refiro é conhecido em termos sociológicos e econômicos como Terceiro Setor. O âmbito das Organizações Não-Governamentais.

Espero ter conseguido sistematizar uma abordagem que pavimente o acesso às inúmeras opções de atuação profissional em Design no Terceiro Setor. Compilo também o esboço de uma sugestão de metodologia que pode ajudar a aplicar algum método às causas e desafios complexos que o designer tem que enfrentar quando mergulha no campo do social e do político.

Ouso ter a esperança de que este trabalho possa motivar um pouco mais os estudantes e professores dinâmicos da área de Design Gráfico a buscar suas próprias “fontes alternativas” de energia criativa, e a encontrar novas motivações para seu trabalho cotidiano. Um trabalho que pode agregar novos valores ao mundo que não apenas os financeiros imediatos. Um Design que vise aumentar significativamente a qualidade de vida no planeta. Um Design que pode, a meu ver, tornar-se mais Humano, sem excluir a técnica, que afinal, é uma criação do homem. Um “outro” Design.

Um Design para nós outros.

II - Objeto:

As especificidades da atuação do Designer Gráfico no Terceiro Setor enquanto alternativa ao Desenho Industrial convencional.

III – Objetivos:

Justificar uma maior ênfase às práticas não-mercantilistas de Design.

Estabelecer alguns elementos para uma abordagem alternativa na prática do Design.

Esboçar uma metodologia de trabalho voltada às especificidades do Design Gráfico para o Terceiro Setor.

IV – Justificativas:

Sendo o setor das organizações sem fins lucrativos um campo aberto para o designer, e tendo em vista a carência de bibliografia específica na área, o trabalho pretende contribuir com o tema oferecendo uma abordagem teórica, estudos de caso, e uma proposta metodológica que pode servir como referência aos profissionais e estudantes interessados em atuar com uma perspectiva mais voltada às questões sociais, políticas e filosóficas do design.

V - Revisão Bibliográfica:

Origens do Problema.

A produção em massa, em grande escala, trouxe alguns benefícios inegáveis à qualidade de vida da maioria da população. Mas seriam esses benefícios realmente vantajosos, ou, fazendo um balanço, chegaremos à conclusão de que talvez tenhamos muito do que não precisamos e cada vez menos do essencial?

Produzir, indefinidamente, belos e criativos artigos, vendáveis e lucrativos.

O Designer precisa pensar em algo mais que isso?

E se pensasse não estaria desperdiçando tempo precioso que poderia ser dedicado a questões técnicas e financeiras?

Afinal, se não se preparar para atuar no mercado de trabalho convencional, com as técnicas e métodos testados e aprovados pela indústria, onde mais poderia o Designer atuar?

Não seria um absurdo utópico questionar o valor intrínseco da tecnologia e repensar nossa atividade a partir de outros paradigmas que não a (re)produção capitalista de bens de consumo?

Estas perguntas permeiam a discussão que faço a seguir, tentando analisar o papel do Design na estruturação de uma realidade simbólica e material alternativa à atual.

Quem projetava quando não havia “designers”?

Esta pergunta requer uma visita à história. Com uma lente emprestada da sociologia.

A Revolução Industrial, solidificada entre meados do século XVIII e últimos anos do século XIX, desestrutura, aos poucos a produção de bens ainda focada na figura do artesão e do Mestre de Ofícios, que caracterizou o sistema de produção feudal desde o século XII.

“A transição do antigo modo de produção à moderna maquinofatura faz-se por dois caminhos essenciais: o produtor torna-se mestre-manufatureiro, e com isto comerciante e capitalista, opondo-se à economia de base natural e agrícola, bem como ao trabalho manual organizado pelas antigas corporações, isto é, o artesanato propriamente dito...” (ARRUDA 1984, pg. 56).

Neste regime corporativo, as várias organizações ou corporações de ofícios, ou guildas, regulavam o acesso às atividades profissionais. Não era permitido exercer um ofício ou estabelecer uma oficina que não estivesse submetida à doutrina da respectiva corporação. E para ser admitido nos quadros da organização o carpinteiro, alfaiate, ferreiro, funileiro ou pedreiro, por exemplo, deveria ter convivido muitos anos em relação de subalternidade (na condição de aprendiz) na casa de um mestre do ofício. Após este tempo, era submetido a algum teste ou exame de habilidade, após o qual poderia ser considerado apto a formar seu próprio negócio.

O Mestre de Ofícios, então, detinha o título regulamentado que designava o notório saber e o direito de exercício em uma determinada arte. O produto de sua oficina é um produto assinado por ele. Tem seu estilo e leva seu nome ao mundo. Ele é o designer de seus produtos, os quais, por sua vez, eram fruto também de uma longa tradição de artesanato culturalmente assimilado.

Um tanoeiro quer passar sua habilidade ao seu melhor discípulo e sonha que seu filho seja esse discípulo. Se não for o caso, enviará seu herdeiro a outro mestre, de outra arte, para que o rapaz³ também se torne mestre, o que lhe conferirá respeito e dignidade social, e escolherá um aprendiz talentoso para continuar sua tradição.

O mestre é o centralizador de competências num mundo onde as distâncias para a maioria da população impediam de forma vitalícia qualquer ampliação no horizonte profissional que não estivesse intimamente relacionada com aquelas atividades encontradas nos aproximadamente vinte quilômetros quadrados conhecidos.

Quanto à questão que inicia este tópico, fica claro que ninguém além do Mestre de Ofício poderia ou se preocuparia seriamente em “projetar”. Digo “projetar” entre aspas porque muitas vezes a tradição mantinha a maioria dos produtos imutáveis por anos, até séculos. O que significa que havia muito mais repetição que criação. Mas nada impedia o mestre de inventar,

³ As questões de exclusão de gênero e racial são importantes para entender os caminhos que tomou o Design, mas fogem ao escopo do presente trabalho.

modificar, melhorar, adaptar. Isso acontecia com pouca frequência. Afinal, um barril é um barril.

Por sorte, ou para espanto geral, às vezes um “infiel” convertido ou um cruzado andarilho traziam novidades no lombo de uma mula. Ou uma história. Ou música. Quem sabe um desenho. E vários anos de tradição eram colocados em cheque. E lá vai o velho mestre para a prancheta de desenho. Ou pega uma vareta e acocora-se no chão para rabiscar, cercado por discípulos interessados: “Vamos colocar mais um anel nesse barril, assim...”.

Nem tudo são sonhos na oficina do artesão.

O estudo mais profundo dos conflitos e das complexidades da relação entre mestres e aprendizes durante todo o período da Idade Média, desestimula certas atitudes românticas frente ao que muitas vezes se considera um modo de produção mais “humano” que o estabelecido pela indústria capitalista. Ainda seria preciso resguardar as características menos devastadoras, em termos ecológicos, da produção artesanal, mas faremos esta análise posteriormente.

Revoltas e greves de aprendizes e artesãos subalternos, quando analisadas com rigor histórico, revelam detalhes significativos da insatisfação e as condições muitas vezes degradantes a que eram submetidos os estudantes e os trabalhadores de níveis inferiores. Algumas oficinas contavam com “operários” que não eram aprendizes, mas contratados para efetuar serviços menos qualificados, que recebiam um salário ou dividiam o alimento com a família do mestre. Estes operários eram proibidos de se organizarem em corporações ou associações, mas há vários relatos históricos de tentativas mal sucedidas.

Mesmo com todos estes conflitos, se confrontamos os dias da produção artesanal com os de hoje, entenderemos o porquê da insistente sensação de maior humanismo desta relação de trabalho desigual e opressora se comparada aos dias da fábrica capitalista: a relação direta com o mestre e sua família e as dimensões menores das instalações, bem como o menor desnível dos conhecimentos gerais e específicos, entre outras características, possibilitavam ao operário e ao aprendiz vivenciar menor alienação e exclusão (isso ainda pode ser constatado em muitas fábricas e oficinas de caráter familiar e pequenas dimensões).

Mestres possuíam ferramentas e infraestrutura de produção. Aprendizes e operários não. Essa característica, contudo, mudava quando o aprendiz estava pronto para assumir a posição de mestre. Esta é uma situação completamente diferenciada do que ocorre na fábrica moderna e contemporânea, onde poucos trabalhadores sensatos perspectivam tornarem-se patrões ou donos.

O livro “Small is Beautiful” (SCHUMACHER, 1983) (em português, “O negócio é ser pequeno – Um estudo de Economia que leva em conta as pessoas”), faz uma análise interessante das conseqüências do crescimento descontrolado do tamanho e do alcance da fábrica. Não cabe a este trabalho um estudo comparativo profundo entre as condições de trabalho do período feudal e do período capitalista, mas levanto a questão para melhor caracterizar as mudanças simbólicas e cotidianas ocorridas com o surgimento da fábrica.

Adiante, apontaremos algumas das características que tornam o modo de produção capitalista um problema quase insolúvel atualmente e tentaremos expor o papel do Design na constituição de modos de produção que possam vir a ser mais adequados às exigências humanas.

A Fábrica aposenta o mestre.

O surgimento gradual da indústria capitalista de produção em série eterniza e aprofunda o abismo entre as classes trabalhadoras e os gestores e donos de empresas, e vai culminar com a separação completa entre operários e patrões em classes sociais distintas.

Não há mais proximidade familiar e o trabalhador e o patrão já não compartilham do mesmo cotidiano e moram em bairros desnivelados em termos de qualidade de vida⁴.

Os capitães de indústria herdaram com juros e correção monetária o poder antes encontrado no mestre de ofícios, com as vantagens de não precisar difundir seu saber (nem sequer ter algum saber específico relacionado com a produção) ou ter responsabilidade moral quanto à sobrevivência de seus trabalhadores.

Há, no início do século XX, a hipertrofia das características exploratórias da produção capitalista de bens. A divisão social do trabalho é estabelecida não mais entre mestres especialistas e aprendizes que poderão vir a ser eles mesmos mestres um dia. Patrões e empregados, separados pela acumulação de capital, não se encontram e os operários não têm qualquer chance de se relacionar ou trocar idéias com os administradores. Mais tarde, a partir de meados do século XX, métodos e estratégias de cooptação do saber (como os Círculos de Controle de Qualidade e os Sistemas Especialistas) e técnicas de automação industrial (como a robótica) tentarão substituir de vez o saber e/ou a presença do trabalhador humano na linha de produção.

A gestão e administração das atividades de execução, torna-se o elemento mais estratégico de acumulação financeira pela exclusão intelectual, fazendo surgir um enorme “exército de mão-de-obra de reserva”, nas palavras de Karl Marx. Somam-se a esta equação os efeitos da padronização e do taylorismo, com seu controle de métodos e tempos e da linha de montagem fordista, mecânica e repetitiva, brilhantemente satirizada na obra “Tempos Modernos” de Charles Chaplin.

Como o proprietário dos meios de produção já não era mais necessariamente um conhecedor dos ofícios engendrados na sua fábrica, torna-se imprescindível a contratação de operários especializados e engenheiros, que gerenciem a produção e controlem o desempenho das máquinas e operários comuns. Neste ponto da história já se concretizou a algum tempo a perda do poder e do papel na produção do mestre para o Engenheiro. Este é o responsável pelo projeto de estruturas, mecanismos e dispositivos que garantam o funcionamento lucrativo das máquinas, também projetadas por ele. Tudo deve funcionar a contento para que a produção não pare.

⁴ As coisas como são hoje.

E o Designer?

No modo de produção feudal e artesanal, o *estilo* é parte do saber do mestre, repassado aos seus aprendizes. Não há *design* como atividade em separado da produção artística ou artesanal.

Na realidade, a separação entre *arte* e *tecnologia* como fazemos hoje estava longe de ser clara ou mesmo de ser uma preocupação. Nas culturas grega ou romana, a “*ars*” e a “*techné*” significavam a mesma atividade humana de caráter ordenador, planejado e com objetivo de criar elementos físicos, visuais, literários ou operacionais que auxiliassem o ser humano em sua relação de dominação e estruturação do mundo ao seu redor. Arte e técnica como uma categoria única e inseparável. Um Mestre Artífice é um mestre de estilo.

A partir do surgimento da necessidade de se estruturar classes funcionais especializadas, a serviço do capital industrial, em função da divisão intelectual do trabalho, o processo educacional também se estrutura a serviço da classe dominante e do mercado de trabalho que ela cria e controla. Entre o final do século XIX e o início do XX, faculdades de engenharia e escolas técnicas preparam os profissionais que estarão atuando diretamente na linha de produção, junto às máquinas, articulando, gerindo e executando.

Mas quem desenha o produto? Como aparecem os primeiros Designers, conhecidos como tal⁵?

Nas oficinas das fábricas, ainda se encontram artesãos especializados (mestres de oficina ou de fábrica), herdeiros das escolas de ofícios, que desenhavam e planejavam o fabrico dos produtos. Esses artistas, mestres e artesãos seriam os primeiros Designers, entendidos como profissionais que criam, esboçam, detalham, desenhavam e participam da fabricação. Podemos considerá-los os protótipos do que se viria a chamar Desenhistas Industriais, ainda que não fossem contratados especificamente como tais, já que muitos deles atuam de maneira intuitiva e esporádica.

Voltando ao final do século XIX, vemos que a produção artesanal agoniza frente à pressão de máquinas automáticas que poderiam produzir milhares de peças iguais e mais baratas em poucos dias. Mas são produtos que devem ser planejados em conjunto com a engenharia, de maneira que seja possível fabricá-los rapidamente e em grandes quantidades. Ou seja, produtos adaptados e adaptáveis às máquinas.

Projetar algo vendável passa a ser mais que conceber artisticamente e tecnicamente.

Projetar o produto agora é conceber industrialmente também, no sentido de viabilizar o projeto com uma forma adequada aos processos de fabricação da época. Projetar para a máquina. Projetar para a indústria, pois projeto outro não há que dê lucro. A arte e a técnica submetem-se à indústria mecânica, no sentido de que não é mais possível, em termos de competitividade

⁵ Assim como diferencio Design de Desenho Industrial, diferencio designer (projetista e articulador em geral) de desenhista industrial (designer de produtos ou gráfico, especificamente preocupado com a produção fabril).

capitalista, fazer mais barato do que a máquina. E como o que importa é vender...

Considerações de cunho estético são importantes na medida em que aumentem o potencial de comercialização. E aumentam. Então tem sentido pensar estética do produto industrial. O artesão passa a ser “estilista” industrial. Passa a se preocupar com o “gestaltung”. A estética a serviço da máquina. Aqui começa uma história conhecida no meio do desenho Industrial, e vai nos levar a uma parceria frutífera entre Estado e setor produtivo, com a criação de instituições de ensino especializadas na estética do objeto industrial.

A famosa Bauhaus, fundada em 1919 como escola de arte voltada para a indústria alemã é o exemplo basilar.

“Quando, no século passado, a produção industrial inundou paulatinamente o mundo, deixando artesãos e artistas em má situação, começou pouco a pouco uma reação natural contra a ausência da boa forma e da qualidade. Ruskin e Morris foram os primeiros que se colocaram contra a corrente, mas sua oposição à máquina em si não podia estancar a enchente. Só bem mais tarde, algumas personalidades que almejavam o desenvolvimento da forma, reconheceram nesta confusão que arte e produção só voltariam a harmonizar-se de novo quando também a máquina fosse aceita e posta a serviço do designer. “Escolas de Artes e Ofícios para Artes Aplicadas” desenvolveram-se – principalmente na Alemanha – mas a maioria só pôde desincumbir-se de seus propósitos pela metade, já que a formação era muito superficial e, do ponto de vista técnico, demasiado diletante para lograr progressos reais. A indústria continuou a lançar no mercado um sem-número de produtos mal enformados, enquanto os artistas lutavam em vão para aplicar projetos platônicos. A deficiência consistia em que nenhum dos dois conseguia penetrar suficientemente no campo do outro, para atingir uma fusão efetiva dos esforços mútuos.

O artesão, por outro lado, tornara-se com o correr do tempo um apagado decalque daquele vigoroso e autônomo representante da cultura medieval, que dominara toda a produção de seu tempo e que era técnico, artista e comerciante em uma só pessoa. Sua oficina transformou-se pouco a pouco em uma loja, o processo de trabalho escapou-lhe da mão e o artífice converteu-se em comerciante. O indivíduo, a natureza plena, privado da parte criativa de seu labor, atrofiou-se em uma natureza parcial, incompleta. O artesão perdeu pois, também, sua capacidade de formar discípulos; os jovens aprendizes emigraram gradualmente para as fábricas. Ali a mecanização embotou seus instintos criativos e tirou-lhes a alegria do próprio trabalho; seu impulso para aprender desapareceu rapidamente.” (GROPIUS, 19??, pgs. 33 e 34).

Mas ninguém falou nada contra?

Uma transição social, econômica e cultural como a Revolução Industrial não poderia deixar de provocar inúmeros episódios de resistência. Exemplos desta resistência são vários e polêmicos, mas aponto aqui apenas alguns deles, com os quais podemos aprender muito.

Os shakers : Simplicidade, durabilidade e beleza em nome de Deus.

Nos séculos XVIII e XIX, nos Estados Unidos da América, vários grupos de famílias oriundas de imigrantes europeus de visão cristã original, quase primitiva e fundamentalista, no sentido de buscar fundamentos práticos na vida cotidiana, organizavam-se em comunidades de filosofia igualitária, vivendo com simplicidade e princípios morais estritos. A vida era comunal, não havendo lugar para ostentação ou desperdício.

As artes e ofícios desenvolvidos pelas comunidades visavam sobretudo a produção de bens para atendimento das necessidades diárias e os produtos eram simples, bem acabados, pouco ou nada ornamentados, funcionais e duráveis. Um design sincero e utilitarista, fruto da visão de mundo do grupo.

Um ser humano não deveria se apegar aos bens materiais. Sua jornada sobre a terra é curta e quanto menos bagagem, melhor. O verdadeiro objetivo da existência não seria encontrado no consumismo ou no exagero de qualquer espécie.

Essa relação áspera com o lazer e o ócio, traduziu-se em móveis, ferramentas, utensílios em geral, todos criados a partir de uma enorme concentração de energia produtiva individual cuja vazão não encontrava muitos outros canais de expressão além do trabalho⁶.

Os luditas⁷ : "Há algo de podre no reino da produção em massa".

O ludismo, movimento iniciado na Europa, a princípio na Inglaterra, no início do século XIX, voltou-se literalmente contra os teares mecânicos e demais equipamentos que , a seu

⁶ Além do trabalho árduo, a dança ritualística era uma das formas de expressão dos Shakers, que por causa da cadência de seus passos durante as reuniões coletivas, ganharam o nome, que em inglês significa algo como *aqueles que se balançam*.

⁷ A origem da denominação do movimento é incerta, mas teria a ver com o nome de um de seus expoentes.

ver, eram a principal ferramenta causadora de sofrimento do trabalhador.

Há que se lembrar que nessa época, a jornada de trabalho média numa fábrica girava em torno de dezesseis horas, sem poupar crianças e mulheres.

Não havia direitos trabalhistas estabelecidos, como férias e seguro por acidente ou desemprego, e os salários eram irrisórios.

O objetivo do movimento ludita era causar grandes danos às máquinas da indústria, principalmente a têxtil, ressentidos que estavam com as péssimas condições de trabalho a que eram submetidos. Destruir as máquinas era a sua forma de resistir à Revolução Industrial e às transformações nem sempre benéficas que ela trouxe.

Entre 1811 e 1816, houve suficiente apoio popular para que o movimento se destacasse como uma das maiores ameaças à indústria nascente.

Bazzo (2003), citando Kilpatrick Sale (1996), no seu livro “Rebeldes Contra o Futuro”, nos oferece a seguinte reflexão sobre o ludismo:

“...há algumas lições que podemos aprender do movimento ludita do século XIX:

• As tecnologias não são neutras e, ainda que algumas sejam benéficas, também há outras prejudiciais.

Na opinião de Sale, os luditas nos ensinaram que as máquinas não são neutras: são construídas, na maioria dos casos, valorizando somente fatores de caráter econômico que correspondem aos interesses de uns poucos, enquanto costumam ser marginalizados, por serem considerados irrelevantes, os aspectos sociais, culturais e do meio ambiente. Portanto, a tecnologia não é neutra, como sustentam muitos tecnófilos.

De fato, não podemos ver as tecnologias como um conjunto de ferramentas ou dispositivos, de maior ou menor complexidade, que podem ser utilizados para o bem ou para o mal.

Muito pelo contrário, as tecnologias expressam valores e ideologias das sociedades e dos grupos que as geram. Assim, uma cultura triunfalista e violenta é a base para produzir ferramentas triunfalistas e violentas.

Por exemplo, quando o industrialismo americano transformou a agricultura depois da Segunda Guerra Mundial, o fez com tudo aquilo que havia aprendido no campo de batalha: utilizando tratores projetados tomando como base os tanques de guerra; pulverizadores aéreos utilizando os aviões de guerra; pesticidas e herbicidas desenvolvidos a partir das bombas químicas...

•• O industrialismo é sempre um processo de cataclismo.

Destrói o passado, questiona o presente e torna o futuro incerto. Forma parte do ethos do sistema industrial valorizar o desenvolvimento e a produção, a velocidade e a novidade, o poder e a manipulação, que são a base das mudanças contínuas, rápidas e subversivas.

E tudo isso sob o prisma de uma análise da realação custo/benefício fundamentalmente economicista e alheia a questões culturais, sociais ou ambientais. Quer dizer, sob um critério quantitativo que, no geral, termina derivando em uma injusta divisão de custo/benefício.

Quaisquer que sejam os benefícios que o industrialismo possa introduzir, a juízo dos luditas, os problemas são ainda maiores.

E as conseqüências podem ser bastante mais profundas quando as normas da sociedade industrial substituem costumes e hábitos do passado.

Existem muitos estudos que trataram o tema das conseqüências do industrialismo na sociedade e em seus costumes. Nesta linha, uma antropóloga americana, Helena Norberg, destaca como a introdução de um aparentemente “inocente” transistor em Ladakhi, num povo do noroeste da Índia, teve como conseqüência que num breve período de tempo as pessoas não se sentassem ao redor dos fogos para cantar as velhas canções do povo, compartilhar suas histórias... e, com isso, veio abaixo toda a base do sistema educativo desse povo. Sob o prisma do ludismo, as ferramentas não estão integradas na cultura, mas sim a atacam, tanto quanto caminham no sentido de converter-se na cultura.

•• Uma resistência ao sistema industrial, baseada na força de alguns princípios morais, não só é possível, mas é necessária.

Esta é a terceira lição que, a juízo de Sale, podemos aproveitar do ludismo do século 19.

Provavelmente, nenhuma imagem emerge com maior clareza da história dos luditas que aquela que reconhece sua ousadia, sua valentia e sua boa vontade. É certo que, num sentido geral, os luditas não tiveram êxito, nem a curto prazo, em seus intentos por deter o desenvolvimento da máquina, nem a longo prazo, em seu objetivo de parar a Revolução Industrial e suas múltiplas misérias. Em qualquer caso, o que importa do ponto de vista da história é que eles são lembrados por haverem-se oposto, não por terem ganho.

Alguns, na atualidade, podem dizer que a luta dos luditas do século 19 foi ingênua,

cega e sem sentido. Segundo Sale, foi autêntica. O sentimento ludita calou profundamente em muitos homens e se estendeu ao longo do desenvolvimento do industrialismo pela maioria dos países. O que permanece no fundo dessa história é que a luta dos luditas supôs um desafio moral contra os princípios que a nova tecnologia tratava de impor, princípios de caráter fundamentalmente econômico que atentavam contra aqueles princípios e costumes tradicionais que haviam regido a vida que eles – os luditas – haviam conhecido até então.

•• Politicamente, a resistência ao industrialismo deve forçar não só “o questionamento da máquina” mas a viabilidade da sociedade industrial, promovendo-se um debate público.

Esta é uma lição muito importante que podemos aprender do movimento ludita. Certamente, se a longo prazo o grande êxito dos luditas foi que foram capazes, e os primeiros a questionar o valor da máquina, também deveríamos dizer que seu fracasso foi que não provocaram um verdadeiro debate sobre essa questão ou que não expuseram a questão adequadamente nos termos em que tal debate devia ter tido lugar.

Não obstante, a responsabilidade desse fracasso não é dos luditas, posto que nunca assumiram como parte de sua missão fazer de seu protesto um assunto de debate. Eles escolheram a destruição das máquinas como um meio para ir precisamente mais além do debate.

Ter-se-ia que esperar até meados dos anos sessenta e princípios dos anos oitenta do século 20 para que o marco interdisciplinar de estudos CTS⁸ originasse toda uma reflexão filosófica sobre a ciência, e a tecnologia capaz de questionar criticamente o desenvolvimento científico-tecnológico, assim como para ter-se consciência de seus benefícios, riscos e perigos que também implicam.

Sobre esta base, um dos objetivos da resistência à tecnologia em nossos dias é precisamente gerar esse debate de que careceu o movimento ludita do século 19; um debate baseado na participação e na gestão democrática da ciência e da tecnologia, em que todos os envolvidos, incluídos os cidadãos comuns que sofrem as conseqüências do desenvolvimento científico-tecnológico, possam emitir suas opiniões sempre sob a garantia de uma adequada formação e informação.

•• Se o edifício da civilização industrial não sucumbe como resultado de uma determinada

⁸ CTS é a abreviação para os estudos transdisciplinares que envolvem Ciência, Tecnologia e Sociedade.

resistência gerada dentro de suas próprias paredes, parece plausível que sucumbirá como consequência de seu próprio desenvolvimento, através de seus excessos e de suas instabilidades.

Esta é uma questão muito importante que os luditas souberam ver. Fixemos-nos então nas duas forças que estão minando os alicerces da sociedade industrial: o abuso do entorno e os transtornos sociais. Ambos são necessários e inseparáveis do desenvolvimento industrial. Quase poderíamos dizer que são o fruto do desenvolvimento industrial, motivo pelo qual o sistema industrial leva em seu interior o germe de sua própria destruição. No entanto, não estamos dizendo novidade alguma, pois isto é algo que caracteriza toda civilização. Os registros dos últimos cinco mil anos de história sugerem claramente que todas as civilizações precedentes se deterioraram e destruíram, não importando o ponto a que haviam chegado a florescer. Ocorre que a civilização industrial é diferente não só no fato de ser a mais extensa e poderosa de todas aquelas que até aqui existiram, mas também que sua destruição irá provocar consequências muito mais drásticas que qualquer outra, chegando a colocar em perigo qualquer tipo de vida em nosso planeta.

O certo é que, a partir da Segunda Guerra Mundial, os sentimentos de temor, desconfiança e, em muitos casos, de rechaço, foram-se generalizando também entre os cidadãos comuns. Os medos e temores se acentuaram na década de setenta, com as revelações dos perigos para o homem e o meio ambiente do uso de determinados pesticidas e fertilizantes, de aditivos nos alimentos, do aumento dos níveis de radiação... Todos estes acontecimentos começam a minar a confiança na ciência e na tecnologia como fontes de progresso para a humanidade. Quando a década de oitenta nos trouxe os mais desastrosos fracassos da moderna tecnologia até a presente data, em 1984, a explosão em Bophal e, em 1986, a da central nuclear de Chernobil, seguidos do crescente alarme mundial pela degeneração do meio ambiente, a preocupação e a desconfiança cresceram sobremaneira.

Como apontávamos anteriormente, não somente as vítimas diretas da tecnologia pertencem a esses grupos, mas também aqueles cidadãos especialmente preocupados e sensibilizados, como são os participantes em campanhas contra resíduos tóxicos, o uso de pesticidas, o corte desmedido de árvores, a experimentação com animais... Um dos grupos de maior êxito foi o dos ativistas antinucleares nos Estados Unidos, que se opuseram às armas nucleares e às centrais nucleares, sendo capazes de evitar a construção de novas centrais em todos os estados desde 1978.

Sua oposição incluiu todo tipo de atividades: manifestações, marchas, concertos e inclusive sabotagens.

Na década de oitenta se desenvolveu o que se conhece como o “ecotage”. Trata-se de uma forma de protesto iniciada pelo grupo ecologista Earth First, uma organização radical cujo lema era “nenhuma concessão na defesa da terra”. Sua estratégia consistia em parar as intrusões e ataques ao meio valendo-se tanto de meios legais como de outros tipos de atividades, tais como furar pneus das máquinas utilizadas para cortar lenha, bloquear as estradas para impedir que caminhões ingressassem nos bosques, introduzir pregos nas árvores para evitar que fossem cortadas com serras de corrente, etc. O objetivo fundamental de tal grupo, como se assinalou em suas publicações gratuitas, é dismantelar o sistema industrial atual. Como disse um de seus membros antes de ser detido por derrubar uma torre de alta tensão: “não somente proteger a natureza, mas também atravessar uma barra na roda da máquina que é o sistema industrial”.”

A reação contra as máquinas e sua cultura se fez presente na forma de greves e outros movimentos sociais, políticos e filosóficos. Inclusive movimentos artísticos e culturais. Muitos deles reeditados hoje e alguns inéditos. Podemos dizer que os atuais conflitos relacionados à questão da globalização são, de certa maneira, conseqüência de um aprofundamento desta crise entre o modelo de produção local e de subsistência e o modelo de escala globalizante e monopolista.

Arts and Crafts (Artes e Ofícios).

Outro movimento que enfrenta a ditadura das máquinas e nos permite aprofundar a reflexão sobre o “Desenho Industrial” e sua íntima relação com a lógica da produção industrial em larga escala é o movimento de Artes e Ofícios (Arts and Crafts).

Na virada do século XIX para o XX, o movimento Arts and Crafts, é um dos mais legítimos representantes da reação ao poder avassalador da fábrica capitalista.

Este movimento caracterizou-se por propostas que eram, se não antagônicas à máquina e aos sistemas fabris, pelo menos bastante críticos de sua exagerada busca pelo lucro, refletida na necessidade de produzir em enormes quantidades.

“Apesar de produto da era vitoriana, o movimento de artes e ofícios deixou uma herança que se estendeu ao século XX. A preocupação maior de seus principais personagens era o fato de que os fabricantes da era da máquina eram movidos mais pela quantidade do que pela qualidade”.(TAMBINI 1999. pg 10).

William Morris (1834-96), não por acaso socialista, foi um dos teóricos mais influentes deste movimento que teve imensa relevância na Europa e EUA, sendo originário da Grã-

Bretanha.

É interessante observar que muitas publicações não fazem referência ao perfil político de Morris, o que muitas vezes prejudica o entendimento da plenitude de suas idéias (SATUÉ 1999, pgs. 92 a 100). Não vamos explorar este perfil a fundo aqui, mas é de interesse para nossa compreensão do contexto em que se origina a separação entre Design, atividade criativa e Desenho Industrial, atividade comprometida com a produção em massa, ter em mente que Morris era de fato um socialista considerado por muitos como utópico.

Mesmo Friedrich Engels, o considera dessa forma, provavelmente pelo fato de que nem todos os socialistas faziam o mesmo tipo de crítica à sociedade industrial. Engels, assim como Marx, considerava que as mazelas da sociedade, de forma geral, estavam vinculadas a questões econômicas, fundamentalmente, e que a técnica seria uma ferramenta redentora das massas, desde que os meios de produção passassem às mãos do proletariado.

Essa análise crítica e perspicaz das limitações do marxismo soviético construída por Herbert Marcuse, entre outros, inspirou muitos movimentos trabalhistas e sociais alternativos de caráter reivindicatório, socialistas libertários, nos anos sessenta do século XX. (MARCUSE 1958). Podemos identificar fortes influências dessa análise nos atuais confrontos políticos em torno da questão da famigerada globalização.

Para restringir nosso estudo a um objetivo mais imediato, digamos apenas que a historiografia oficial se encarregou de deslocar os movimentos alternativos à industrialização ao plano da utopia ou ingenuidade. O que este trabalho considera um equívoco provocado. Esses movimentos permanecem, ainda que aparentemente num estado de refluxo, atuantes e influentes, combatendo o capitalismo monopolista e a industrialização poluente e genocida.

É importante observar que, na essência, o movimento industrialista foi revolucionário, pois superava situações estabelecidas. Acredito que o industrialismo mesmo, por sua vez, pelo menos nos moldes tradicionais, tende a ser revisto e superado no diálogo com os movimentos alternativos, oferecendo outras perspectivas ao trabalho e ao trabalhador.

Movimentos sociais, culturais, artísticos e filosóficos (ludismo, artes e ofícios, hippies, ecologia, permacultura...) críticos à lógica industrial, não foram apenas ingênuos e inócuos. Mesmo hoje a luta contra a globalização e o modelo capitalista totalitário se manifesta e tenta resgatar propostas daqueles movimentos.

O Designer deveria, se quisesse se manter em sintonia com as mudanças sociais (não é essa mesma a nossa função?), acompanhar o acontecer histórico com olhar crítico. Antropologia, Ética, Cultura, Tecnologia, Política, Ecologia, entre outras, não são apenas disciplinas que devem ser integradas ao currículo de forma burocrática, mas conceitos transdisciplinares e ferramentas de tratamento da complexidade inerente aos ambientes sociais e tecnológicos que precisam fazer parte do arsenal de modelos intelectuais do profissional que pensa em atuar no século XXI.

Nesse sentido, conhecer e entender a chamada “Economia do Ócio” (DE MASI 2001) pode ser mais importante para o estudante de Design que ter noções do Marketing e da Propaganda tradicionais.

Uma visão crítica do Design implica em não aceitá-lo *a priori* como ferramenta mercadológica ou tecnológica simplesmente.

Então o Desenho Industrial está a serviço da burguesia industrial?

Devemos pelo menos considerar a existência de uma faceta da história que não é exposta normalmente em nossas escolas e em nossas reflexões profissionais. Diz-se que a história é contada pelos vencedores, mas a história do Design, como a história do homem, ainda não terminou.

Para possibilitar que estudantes de Design possam pensar sua atividade sob outra ótica que não mera e exclusivamente a do lucro financeiro, seria interessante que se lhes oferecesse aos olhos um quadro sempre dialético, no sentido de que as forças antagônicas normalmente presentes na sociedade não entraram em consenso para criar algo chamado design.

As “escolas” ou tendências do Design moderno geralmente se posicionam com referência ao modo de produção. Só podemos entender Bauhaus a partir do entendimento do contexto sócio-histórico e do modo de produção da época. O Futurismo fazia a apologia da máquina e alguns de seus expoentes se aproximaram do fascismo. A influência da corrida espacial da época da guerra fria no Design estadunidense e a posterior influência do movimento hippie e do psicodelismo não deve ser vista apenas como modismo ou acaso, sob pena de entendermos o Design como fruto de “geração espontânea” ou da genialidade de alguns. Para construir uma visão crítica, é necessário pintar um quadro histórico e analisá-lo.

Um esboço desse quadro, muito desprovido de ambição, seria o que segue.

Também não pretende ser uma linha de tempo precisa, apenas um esqueleto geral no qual se percebe a ausência de influências e estilos importantes.

O objetivo é mostrar uma corrente alternativa e paralela, de movimentos sociais, sempre presente junto à corrente principal. Enquanto acontece a história do Design, acontece a história do mundo e as duas conversam. Na verdade, aquela faz parte desta.

Num aprofundamento posterior, poder-se-ia explorar com maior detalhe os vários movimentos de reação ao industrialismo e a uma visão tecnocêntrica de Design, além de se estabelecer as contradições internas entre os movimentos sucessivos, com relação ao modelo e à ideologia fabril.

Quadro relacional entre movimentos clássicos do Design e Movimentos Sociais Contestatórios.

Artesanato, Shakers	Ludismo
Arts & Crafts	Socialismo “Utópico”, Anarquismo e Pacifismo I Grande Guerra
DeStijl, Construtivismo	
Art Déco	
Art Nouveau	
Bauhaus e VKhUTEMAS	
Futurismo	II Grande Guerra, Movimento Beat, Movimento Hippie Pacifismo e Movimentos Ecológicos e Antiglobalização.
Design Industrial Estadunidense	
Design Moderno e Pós- Moderno .	

O Desenho Industrial é fruto desta interação. E como criação, construto humano, não está livre de julgamento ou juízo de valor. Não é neutro. Nasceu e se desenvolveu juntamente com movimentos sociais complexos, conforme vimos até agora.

Muitos dos apelos gráficos, visuais e culturais desses movimentos foram assimilados e até recuperados no processo de transformação de idéias em produtos (calça jeans, psicodelismo, ecologia...)

Sabemos que a Burguesia Comercial da Idade Média foi substituída, na Revolução Industrial, pela Burguesia Industrial. Esta, por sua vez, enfrentou as pressões de uma Revolução Tecnocientífica, reconfigurando-se e tomando a frente na atualmente chamada Era da Informação.

Nesses cenários, mudam personagens, mas o papel do burguês, do patrão, do capitalista monopolista, ainda concentra-se nas mãos de pouquíssimos. E os movimentos sociais continuam pressionando no sentido do atendimento das necessidades da maioria. E são os confrontos entre essas forças antagônicas, do ponto de vista da filosofia da práxis, que erigem, se não o todo, pelo menos uma boa parte do que consideramos História.

Então o Design não é neutro?

O Design Gráfico, por exemplo, constituiu-se como atividade sempre intimamente relacionada às filosofias políticas de cada época e está até hoje intimamente ligado à propaganda e ao marketing. E por isso precisa responder a exigências práticas de caráter industrial. Mas precisaria responder também sobre as conseqüências a que suas criações levaram. Essa é uma preocupação crescente dentre aqueles que entendem que não há neutralidade no Design.

Para muitos teóricos, até hoje, a técnica e as suas conseqüências são separáveis, o que induziria a uma certa neutralidade da tecnologia e da ciência frente aos seus resultados, que poderiam ser bons ou ruins, dependendo do uso.

Para outros, uma tecnologia é um fruto inseparável das condições objetivas e subjetivas de sua época, sendo ao mesmo tempo resultado e causa histórica de mudanças sociais e culturais. É sob essa ótica que analiso o Desenho Industrial.

Talvez o homem que atua num campo profissional não possa ser responsabilizado individualmente pelos efeitos maléficos ou benéficos de sua atividade. O “pecado” tende a ser coletivo quando se trata de profissão. Se considerarmos a técnica, a arte ou a ciência como objeto neutro e deslocado da sociedade, não haverá sentido em tentar uma crítica como a deste trabalho.

Mas se não pudermos construir uma teoria crítica do Desenho Industrial, não poderemos fazer juízo sobre o Design Gráfico que se colocou a serviço dos regimes totalitários e desumanos (fascistas, nazistas e stalinistas) e que cria “belíssimos” cartazes de propaganda de cigarros, ou utiliza a imagem da mulher como objeto.

Aqui está uma das linhas condutoras deste trabalho. A busca de princípios éticos que devem nortear a atividade profissional, mais do que o resultado monetário ou contábil. Estes princípios não estão prontos e acabados na cabeça de algum iluminado, mas devem ser construídos pelos teóricos e acadêmicos, em parceria com os profissionais que atuam diretamente no mercado. É uma construção que exige reflexão e que está sujeita a equívocos, mas que está sendo feita a algum tempo no Brasil e no mundo. William Morris, Walter Gropius, Gui Bonsiepe, Oscar Niemeyer, Joaquim Redig, Jordi Llovet, Luiz Vidal, apenas para citar os que me vêm à cabeça, não escreveram sobre técnica apenas, ou estética ou sociologia. Nem mesmo cultura. Escreveram e produziram tudo isso, pensando no ser humano e na sua interação com outros seres humanos e com a natureza.

Esta interação se dá fundamentalmente por signos. E quando se trata de materializar esses signos, estamos falando de Design.

Design e Desenho Industrial contextualizados.

Estabelecer o limite, a linha divisória entre o Design atividade humana, que talvez se estenda por toda a história (e até mesmo pré-história) e o Desenho Industrial, tem sido um problema central da concepção de Design como atividade profissional.

Solange Bigal (BIGAL, 2001), em seu livro, expõe o caráter amplo desta discussão e nos deixa algumas pistas que podemos seguir.

Do mesmo modo, podemos recorrer ao “desenho” ou “desígnio” de Luiz Vidal Negreiro Gomes (GOMES, 1996). E aos escritos de Joaquim Redig (REDIG, 1978 a 1983), entre muitos outros.

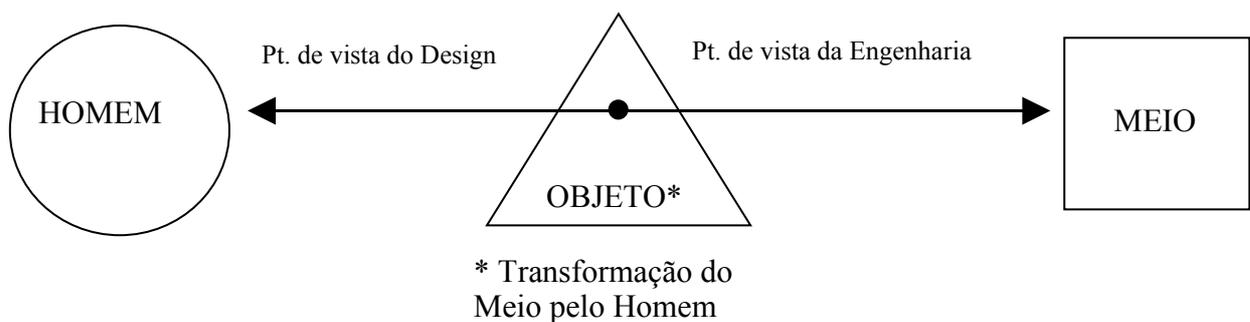
Então, o que é design?

“Design é uma disciplina responsável pelo projeto do Meio Material do Homem, na medida em que considera mais diretamente, em seu trabalho, as necessidades do Homem – ou seu ponto de vista – em relação ao Meio. Ou seja,

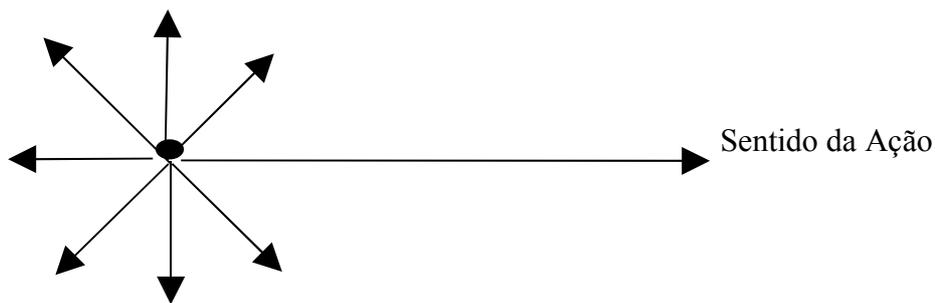
Design é a disciplina que estuda a relação Homem/Meio sob o ponto de vista do Homem.” (idem, 1978 a 1983:41)

Mas o que são as *necessidades do Homem*? Redig não aprofunda essa discussão.

Vejamos uma interpretação gráfica do princípio conceitual deste autor:



Redig, com essa conceituação, caminha para o estabelecimento de pontos de vista centrais de cada atividade. Ou seja, aquele para o qual cada uma dirigiria sua atenção principal. O próprio autor, contudo, nos diz: *“É indispensável no entanto (em qualquer atividade) manter-se uma visão abrangente do problema em que se está trabalhando, através da observação de todos os pontos de vista que constituem o objeto em questão. Nesse sentido, a representação precisa do “ponto de vista” utilizado no esquema acima seria da seguinte forma:*



(Ibidem, 1978 a 1983:51)

Percebe-se a preocupação do autor em ampliar a visão do designer na solução de problemas, procurando evitar o engessamento das práticas. Essa preocupação leva a considerar as especificidades da profissão sem desvincula-las de sua relação com o meio.

Quando discute os fatores que devem ser considerados para a atuação do designer no Brasil, Redig elenca seis fatos determinantes que caracterizam as necessidades materiais da nossa sociedade:

1. Somos um país tecnologicamente dependente.
2. Somos um país socialmente pobre.
3. Somos um país territorial e populacionalmente extenso.
4. Somos um país ecologicamente tropical.
5. Somos um país culturalmente ocidental/indígena/africano.
6. Somos um país historicamente novo.

O autor continua sua análise afirmando que: *“Diante dessas características do contexto brasileiro, o Design brasileiro deveria, em sua prática, conscientizar-se dos seguintes Fatores:*

Fator tecnológico...

Fator social...

Fator material...

Fator ecológico...

Fator cultural...

Fator político...” (Ibidem, 1978 a 1983:68)

Observa-se, portanto, que a preocupação de Joaquim Redig é configurar uma atuação profissional que tenha especificidades operacionais, mas que não se descole da realidade.

Ao discutir parâmetros para a utilização social do Design no Brasil, esse autor argumenta que a relação com o mercado deveria se dar voltada para o atendimento das áreas não

contempladas, ou seja, oferecer maior volume de produção às extensas camadas populacionais de baixa renda. Nesse processo, há um enfoque que determina que o tipo de tecnologia que se vai usar na produção seja “adequado”. Por tecnologia adequada Redig entende os recursos utilizados na produção, os quais divide em três categorias:

1. Recursos naturais – matéria prima.
2. Recursos técnicos – processos de produção.
3. Recursos humanos – mão de obra.

Em função disso, define os parâmetros necessários ao tipo de tecnologia que se deve buscar para atender às necessidades básicas da nossa sociedade:

- **Tecnologia Local, de Baixo Custo, Industrial e/ou Artesanal, Manual e/ou Mecânica, Não Poluente.**

Para Redig existe uma diferença entre Design em geral e Design propriamente dito (Desenho Industrial em geral). “ ‘ *Design em geral* ‘ corresponde ao sentido etimológico do termo *Design*, mas é mais abrangente que o sentido normalmente dado a este termo...” (Ibidem, 1978 a 1983:49).

O Design propriamente dito se divide em Programação Visual (ou Comunicação Visual) e Desenho de Produto (ou Desenho Industrial propriamente dito). Design propriamente dito, ou Desenho Industrial em geral segundo Redig, é: “*o equacionamento simultâneo de fatores ergonômicos, perceptivos, antropológicos, tecnológicos, econômicos, e ecológicos, no projeto dos elementos e estruturas físicas necessárias à vida, ao bem estar, e/ou à cultura do homem.*” (!977)

Não pretendo, nesse trabalho, esgotar a discussão sobre a questão da nomenclatura adequada à atividade profissional. Aproveito apenas a elaboração acima para reforçar a noção de que Design e Desenho Industrial guardam especificidades. Faço isso com o objetivo de chamar a atenção – baseado nos fatos históricos que relatei anteriormente – de que o Desenho Industrial tem sido utilizado como ferramenta da Produção Industrial, mas que o designer não tem que atuar necessariamente nesse campo. E, mesmo que atue, não deveria eximir-se de assumir uma posição consciente, crítica e comprometida com as necessidades sociais.

Bonsiepe, ao chamar a atenção para os novos significados do Design, diz o seguinte:

1. *Design é um domínio que pode se manifestar em qualquer área do conhecimento e **práxis humana.***
2. *O design é orientado ao **futuro.***
3. *O design está relacionado à **inovação.** O ato projetual introduz algo novo no mundo.*
4. *Design se orienta à **interação entre usuários e artefato.** O domínio do design é o domínio da interface. (1997:15)*

Ao caracterizar Design como domínio da ação humana, o autor pretende, por um lado,

separa-lo do domínio disciplinar projetual, cujas referências tradicionais associam o termo “design” aos termos **industrial, gráfico ou de interiores**. Por outro lado, objetiva indicar e desarmar uma armadilha comum: *“a das generalizações vazias do tipo ‘tudo é design’ . - ... nem tudo é design e nem todos são designers. O termo ‘design’ se refere a um potencial ao qual cada um tem acesso e que se manifesta na invenção de novas práticas da vida cotidiana. Cada um pode chegar a ser designer no seu campo de ação. E sempre deve-se indicar o campo, o objeto da atividade projetual.”* (1997:15)

Na mesma direção, Bigal explora distintas definições possíveis e mutuamente determinantes do que seja, afinal, o Design: *“design é inferência no acesso da informação; design é possibilidade de desregrar o **basic** para o **provável** e interferir em uma rede processada pela lógica de acumulação de capital; design é sintaxe que mobiliza os ambientes, desconstruindo a paisagem positivista dos mídias; design é utopia geradora de secundidade; design é capacidade do pensamento de se instalar nos programas; design é o próprio movimento do pensamento como experiência cognitiva na apreensão de algo que ainda não é signo, mas quer ser.”* (2001:82)

Tornando minhas as palavras de Edgar Morin, o pensamento do designer, *“não é uma síntese, mas um pensamento transdisciplinar, um pensamento que não se interrompa nas fronteiras entre as disciplinas. O que me interessa, é o fenômeno multidimensional, e não a disciplina que seleciona uma dimensão desse fenômeno. Tudo o que é humano é ao mesmo tempo psíquico, sociológico, econômico, histórico, demográfico. É importante que estes aspectos não sejam separados, mas concorram para uma visão poliocular. O que me move é o desejo de ocultar o menos possível a complexidade do real”.*(MORIN, IN: PESSIS-PASTERNAK, 1993: 86)

Considero que vivemos um momento histórico onde as características complexas do conhecimento exigem a formação de um profissional que seja mais que um esteta industrial ou um gerenciador operacional. Neste trabalho, defino designer como **articulador transdisciplinar** (a partir da contribuição de Carlos Ramirez Righi).

Nesse sentido, há uma infinidade de campos em que o designer poderia atuar, e que fogem da lógica da Produção Industrial. Neste trabalho, enfoco um deles, vinculado ao Terceiro Setor.

Mas, o que é o Terceiro Setor?

De acordo com Camargo [et al.], *“... pode-se considerar o Terceiro Setor... um” meio-termo” do ambiente político-econômico, intermediando as relações entre o Estado e o mercado no que tange às questões da melhora social. Seu principal mérito é agregar modelos organizacionais eficientes aos seus objetivos voltados à filantropia.* (2001:15)

O foco deste trabalho são as entidades do Terceiro Setor de caráter alternativo à lógica capitalista tradicional onde a competitividade e a lucratividade muitas vezes são priorizadas em detrimento de questões éticas. Diferencio, portanto, “organizações sem fins lucrativos” – ONGs em geral - de organizações com propostas alternativas.

Uma análise acadêmica começa a surgir no Brasil e em outros países levando em consideração o modelo econômico e organizacional das ONGs como alternativa ao modelo de produção capitalista convencional. A própria dinâmica do capitalismo tem assimilado valores, técnicas e métodos oriundos de uma visão onde a produção se dá em moldes sustentáveis e artesanais.

Mário Schiavo, citado por Camargo [et al.], diz que “...a dinâmica do mercado é constituída de três elementos:

Mercado comercial: ...setor privado, baseia-se na comercialização de bens e serviços...Como retorno, a empresa obtém o lucro necessário para viabilizar suas atividades.

Mercado assistencial: ...assistencialismo paliativo... São atividades que não atacam sistematicamente a origem do problema, o que faz com que estas organizações se sustentem pelo patrocínio das injustiças sociais, não as eliminando para não se auto-extinguirem.

Mercado social: formado pelas entidades que geram um comportamento que oferece à sociedade um retorno efetivo na forma de resultados. Os agentes sociais (ONGs, fundações, associações, etc.) procuram identificar e combater o problema matriz e criam condições para que ele não retorne.” (2001:16)

Esta análise avança no sentido de fazer uma melhor categorização e conseqüente diferenciação entre as práticas mercadológicas, assistencialistas e sociais. Embutida nessa análise, há uma crítica ao assistencialismo como atividade que se realimenta da exploração e das injustiças sociais e, ao mesmo tempo, um aporte que direciona preferencialmente às ações ditas sociais.

Na perspectiva de Schiavo, então, essas ações sociais aconteceriam dentro de uma lógica ou filosofia de “mercado social”, auferindo “lucro social” e gerando retorno ou resultado à sociedade. Percebe-se aí uma tentativa de conseguir uma hibridação entre o modelo produtivo capitalista e um modelo de sociedade mais justa.

No Brasil, a expressão “sociedade civil” está na origem da formação do chamado Terceiro Setor, que se faz notar já no período ditatorial, fruto da demanda por “um espaço fora do âmbito do governo para atuar nas causas coletivas e [...]para congregar as manifestações heterogêneas de ações de cunho filantrópico, associando entidades de diversas naturezas num mesmo contexto ideológico.” (Ibidem, 2001:19)

Uma das características deste Setor em nosso país é a diversidade dos projetos e de

instituições voltadas para este fim. Tem-se demonstrado, contudo, que sua participação na economia é relevante, tanto em termos de participação no mercado, quanto na questão da geração de empregos.

Indicadores metodológicos para atuação do designer no terceiro setor.

A maior especificidade metodológica necessária para abordar os problemas atuais de design é a capacidade de lidar com a complexidade. Segundo Morin, *“Complexidade é um tecido (complexus: o que é tecido em conjunto) de constituintes heterogêneos inseparavelmente associados: coloca o paradoxo do uno e do múltiplo. [...] Complexidade é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem o nosso mundo fenomenal”*. (MORIN, 1991: 17-18)

Mas existem realmente características metodológicas específicas no Design para o Terceiro Setor?

Do meu ponto de vista, ao contrário da premência por lucratividade financeira, as demandas por sustentabilidade e agregação de valor social a um produto não são inerentes à produção industrial convencional, mas nascem como reivindicações de setores organizados da sociedade civil, atualmente representados por ONGs.

Trabalhar em uma ONG, portanto, pode representar trabalhar em um ambiente que gera a necessidade de se construir uma série de alternativas em vários níveis para os problemas da humanidade. Este ambiente também contribui com a reflexão, a pesquisa, a experimentação e a aplicação dessas propostas, constituindo-se em um campo fértil e dinâmico de intervenção e de produção de conhecimento sobre questões cruciais relacionadas à manutenção da vida e da felicidade do homem no planeta e do próprio planeta terra.

A preocupação em gerar soluções sustentáveis e que garantam o bem estar da humanidade como um todo, não é o foco principal de uma empresa que atue dentro da lógica de produção capitalista. É o crescimento das pressões governamentais nacionais e internacionais em termos de políticas ambientais e sociais que obriga as empresas a levarem em consideração esses aspectos.

Pode-se dizer que as empresas aprendem a produzir de maneira sustentável com as ONGs.

Felicidade, solidariedade, igualdade, fraternidade, cooperação, autonomia, entre outras, não são palavras normalmente encontradas no vocabulário de um executivo de uma transnacional.

As organizações da sociedade civil de caráter alternativo sempre enfrentarão uma batalha acirrada para fazer valer critérios e valores mais complexos que os do mercado.

A atuação do designer como articulador transdisciplinar está diretamente relacionada a esta luta. Seja desenvolvendo um sistema de embalagem de baixo impacto ambiental, seja produzindo cartazes com papel reciclável, ou mesmo projetando a interface de um sistema

eletrônico de colaboração e de informação, o profissional do Design encontra no campo do Terceiro Setor maior liberdade criativa, aliada a um maior compromisso social.

À medida em que as pressões por produtos e serviços que satisfaçam aspectos sociais, culturais e ecológicos aumentam, muitas (não todas) empresas modernas adotam métodos de projeto que contemplem essas necessidades, como forma de se manterem competitivas.

Ao fazerem isso, acabam por se tornar parceiras, interlocutoras de uma idéia que pôde surgir devido a existência de um espaço onde imperam outras lógicas, diferentes da lógica do lucro financeiro. Nesse sentido, o designer desempenha o papel de **intelectual orgânico**⁹.

Esse papel deve ser desempenhado com o cuidado de não enrijecer os vínculos intelectuais e éticos com a organização, sob pena de se abandonar o olhar crítico e/ou adotar uma atitude de especialista. Pode-se brincar e dizer que para atuar de maneira realmente transdisciplinar o designer deve ser um “intelectual orgânico de aluguel.”

Assim, em muitos casos, encontramos ambiente propício para a aplicação de métodos oriundos de uma prática social mais democrática, coletivista e libertária.

Nesse trabalho quero evitar uma dicotomia forçada entre métodos de Design específicos para o Terceiro Setor e métodos para o capital industrial. Nem por isso defendo a “neutralidade” do Design. Acredito que o desafio que se coloca a todos os setores da sociedade é tornar possível um diálogo construtivo entre os vários ambientes que constituem hoje a complexa teia social.

Ao mesmo tempo em que os setores organizados da sociedade civil precisam se preocupar em criar alternativas viáveis e lutar para que elas sejam implementadas e que se tornem uma demanda social, as empresas devem ser capazes de adaptar seus métodos, serviços e produtos a estas demandas.

Algumas das especificidades destes métodos são seu caráter **participativo, solidário e sustentável**. Uma exploração mais detalhada dessas especificidades metodológicas seria tarefa para um outro texto e já vem sendo contemplada na literatura atual¹⁰.

⁹ Antonio Gramsci, basicamente conceitua intelectual orgânico como aquele que articula propostas de um ponto de vista comprometido com os interesses de uma classe ou setor social organizado.

¹⁰ Ver, por exemplo, SANTOS, 2002 e COUTO, 1999.

Design Institucional – o Design no projeto de vida da organização.

Para ilustrar e esboçar conceitos que apontem uma estruturação metodológica mais apropriada ao trabalho do designer no terceiro setor, baseio-me na utilização de alguns métodos em casos reais, mas começo explicitando minha concepção de Design no contexto da empresa, desenvolvida através de reflexão durante minha atuação profissional e no estágio curricular orientado por Carlos A. R. Righi.

Os problemas gerais do Design Gráfico, de caráter informacional e visual, independente da natureza econômica da empresa no qual eles ocorrem, podem ser abordados de duas formas básicas:

- Caso a caso.
- Estruturalmente.

A abordagem que denomino “caso a caso” é uma abordagem bastante comum no mercado em geral, muito difundida por desconhecimento da função do Design e por parecer, num primeiro enfoque, mais econômica.

Nesta forma de ver o Design Gráfico, que nem sequer é reconhecido como tal, existe a concepção tradicional do designer como um “traçador” de letras, cartazes ou ilustrações.

É benéfico para o desenvolvimento do Design que essa discussão evolua no meio acadêmico, preparando os designers para demonstrar que este é um modelo de intervenção fadado a sub-utilizar e subalternizar a atividade do design em geral e do Design Gráfico ainda mais, por considerá-lo supérfluo ou restrito e submetido ao departamento de marketing, quando muito.

Pode-se identificar, entre uma grande variedade, alguns sintomas gerais que indicam que o Design é tratado caso a caso numa instituição ou empresa:

- Ausência de um departamento de design no organograma.
- Ausência de profissionais do ramo em caráter permanente no quadro de pessoal. A contratação de empresas especializadas não retira a empresa da categoria do “caso a caso”, visto que nem todos os escritórios de design suportam ou entendem outra abordagem.
- Pouca ou nenhuma estruturação visual da informação ou enfoque sério e institucional sobre identidade visual.
- Atribuição de atividades de projeto gráfico e informacional a leigos.

Concepção “artística” do design, considerando que “qualquer um” com um pouco de “sensibilidade” e conhecimento de “aplicativos” específicos pode ser “designer” (no estilo “fulano tem bom gosto e faz nossos cartazes no computador”).

- Dificuldade de comunicação no contexto do Design (pouco ou nenhum entendimento da importância de conceitos, abordagens, metodologias, ferramentas e termos relativos ao Design Gráfico).

Ao adotar, conscientemente ou não esta atitude, o empresário ou administrador imagina, freqüentemente que está economizando ou simplificando os métodos. Na realidade, este aporte traz uma sensível diminuição no investimento em organização da informação, o que não pode ser considerado economia, mas falha de planejamento estratégico.

Uma empresa ou instituição necessita prever com antecedência os processos que pretende adotar para intervir na sociedade e para isso não pode prescindir de um Planejamento Estratégico que a contextualize em termos de realidade interna e externa.

Como contextualizar uma instituição se não se pensa os caminhos, mecanismos e estruturas da informação da mesma?

E que profissional seria capaz de atuar como articulador das inúmeras variáveis que compõem o quadro de uma instituição ou empresa? Deveria ser um profissional com formação transdisciplinar, especializado em técnicas informacionais e capaz de propor uma estrutura que suporte os mecanismos comunicativos de um organismo complexo como é o caso da maior parte das instituições modernas. Um articulador transdisciplinar, sem compromisso com esta ou aquela visão tecnológica ou administrativa, mas interessado em estabelecer um diálogo eficiente entre elas e com o mundo (público alvo). Esse profissional trabalharia com o projeto da instituição como um todo. Parece-me que este é o desafio para um Designer.

Quando o Design não faz parte das estratégias competitivas e de sobrevivência institucional, é muito provável que a cada momento uma nova necessidade comunicativa ou informacional surpreenda a administração, que encarregará o departamento de marketing, informática, ou administração do problema. Este departamento então contrata o Designer ou escritório de Design e/ou publicidade para atacar de forma localizada o problema.

Já uma empresa ou organização que encara o problema do Design de forma estrutural, compreende que Design é parte fundamental da administração, e deve dialogar de maneira integrada, desde o início, com todos os setores que compõem o organograma da empresa.

O departamento de Design ou o escritório de Design contratado para atuar na empresa deve ter a perspectiva de atuar no **projeto da empresa**, entendido aqui como todas as decisões e

planos oriundos da concepção de mundo dos criadores e mantenedores da organização.

As várias publicações sobre a gestão do Design não são unânimes, mas congruentes na direção de elevar a atividade do Design ao status de ferramenta de planejamento estratégico. Nesse trabalho, propomos uma visão que coloca o planejamento estratégico como ferramenta do Design¹¹.

Nesse contexto, o Design Organizacional ou Institucional é a atividade que atua no projeto da existência, função, intervenção e sobrevivência de uma empresa¹².

De um ponto de vista mais específico, o campo de trabalho do Desenhista Industrial, no sentido estrito, seja ele designer de produtos ou gráfico, é pavimentado pelo Designer Institucional ou Gestor de Design.

E a consciência da complexidade dos problemas institucionais sistematizados de antemão pelo Design Institucional, deve ser o guia local da atuação dos profissionais de design. Essa complexidade deve ser levantada desde o início (de preferência antes) da intervenção dos designers. Para uma melhor compreensão da atuação do Designer nos diferentes níveis empresariais uma possibilidade de organograma seria:



Atuando como assessor da direção, o Designer estabelece, por exemplo, a coerência geral entre os objetivos, métodos e processos, e identidade visual da empresa e de seus produtos. Pode, ainda, oferecer subsídios às diversas gerências para orientar o trabalho do desenhista industrial, que atua junto à produção propriamente dita.

Estabelecida a diferença entre os dois modos mais comuns de abordagem do Design por uma instituição, pode-se perceber que a abordagem estrutural possibilita a agregação natural dos

¹¹ Que poderia ser entendido, então, como Design Estratégico, no sentido de ser o primeiro passo na formação de uma empresa e um processo a ser retomado cotidianamente, como forma de realimentar a concepção que a empresa tem de si mesma e que os clientes (ou público alvo) têm dela, determinada por seus produtos e serviços e pela forma como eles interagem com o meio.

¹² A palavra empresa é entendida aqui como empreendimento de qualquer tipo, seja comercial, industrial ou social.

objetivos do planejamento empresarial, tornando-se, se bem gerida, a melhor opção para desenvolver soluções de projeto gráfico organizacional.

Subsídios para uma metodologia de caráter participativo, solidário e sustentável para o Terceiro Setor .

Este trabalho de conclusão é focado no Terceiro Setor, mais especificamente em organizações que possuem caráter questionador da lógica do sistema capitalista. Com isto querem propor idéias e soluções alternativas às tradicionalmente adotadas, consideradas muitas vezes excludentes e prejudiciais ao equilíbrio ecológico do planeta. Essas organizações têm caráter ecológico e participativo, sendo todas diretamente voltadas a algum tipo de intervenção no campo da agricultura sustentável, mas não se restringindo a esse campo.

Alguns conceitos nada tradicionais no campo empresarial permeiam a atuação na área social:

- Solidariedade
- Participação
- Ecologia
- Permacultura¹³
- Justiça Social
- Ética, entre outros.

Frente a esta realidade, fica claro que uma metodologia de projeto que se pretendesse adequada ao âmbito da ONGs de caráter coletivista não poderia fugir a esses princípios e teria que buscar soluções de caráter

- 1. participativo,**
- 2. solidário e**
- 3. sustentável.**

Por **participativa**, entende-se uma metodologia que preveja e inclua a participação de todos os interessados em contribuir com o projeto.

Por **solidária**, entende-se uma metodologia que vise e auxilie a aumentar o bem-estar mútuo e que proponha elementos de colaboração intra e interinstitucional.

Por **sustentável**, entende-se uma metodologia que se baseie na construção e

¹³ Um sistema de Design para criação de ambientes humanos sustentáveis.

preservação de relações éticas, sejam elas entre humanos, entre humanos e outras espécies ou entre humanos e o meio.

Na literatura sobre metodologia de projeto (ver, por exemplo JONES 1992), percebe-se a necessidade de estabelecer etapas para guiar as atividades de Gestão. JONES propõem três etapas básicas, que seriam de Divergência (análise do Universo do problema e sobre o universo das soluções), Transformação (determinação de Domínios de Soluções) e Convergência (Análise dos Domínios de Soluções e determinação de solução ótima).

Permanece o trinômio **Observação – Análise – Solução** como regra de ouro para qualquer tentativa de sistematizar o processo do projeto. O arcabouço de uma metodologia para o Terceiro Setor não precisa fugir desse caminho, guardadas algumas especificidades já apontadas no decorrer deste trabalho.

As instituições que foram objeto deste estudo, todas organizações não-governamentais, tinham como característica comum o fato de encarar o design Gráfico sob a perspectiva “caso a caso”. Isto possibilitou (exigiu) que a intervenção fosse, em primeiro lugar, educativa, para depois passar a mapear - sistematizar, analisar culturalmente e finalmente propor uma estética associada a uma solução tecnológica.

Baseado nessa idéia geral, dividi a intervenção em três passos seqüenciais para fins didáticos, mas muitas vezes eles se interpenetraram no decorrer do processo .

Podemos resumir a metodologia aplicada em três passos fundamentais:

- 1. Levantamento e Mapeamento Institucional.**
- 2. Criação do Léxico Gráfico .**
- 3. Criação e Aplicação de Manual de Identidade Visual.**

Cada fase é centrada em objetivos, e todo o processo tem como ápice a aplicação do MIV(Manual de identidade Visual), representando a maturidade, o entendimento e adoção pela instituição de um modelo de Comunicação Visual baseado em sua cultura e seus objetivos, levantados anteriormente.

Todas as ações de cada etapa foram desenvolvidas em caráter participativo, com a colaboração intensa dos membros das instituições.

Detalhamento das etapas metodológicas.

O **Levantamento e Mapeamento Institucional** pode ser confundido com um planejamento estratégico convencional, pois também tem como objetivo primário construir um consenso em torno da visão e da missão da empresa/organização. Dar ao Gestor de Design uma visão abrangente da empresa, compartilhada com a direção e os membros gestores é fundamental.

Como diferencial desse levantamento, que pode recorrer ao resultado de um Planejamento já realizado, temos o enfoque educativo. É interessante lembrar que a abordagem inicial dessas organizações frente ao design é do tipo casual, e uma explanação inicial sobre o papel do design estratégico na instituição é fundamental para afinar os discursos e as expectativas.

Mostrar o caminho que se pretende percorrer até a construção do MIV, ressaltar a importância da Identidade Visual na construção e manutenção da Imagem e da Identidade Institucional, exemplificar os avanços operacionais, técnicos e comunicativos oriundos da organização da informação a partir do levantamento institucional, são pontos que devem ser tratados desde o início para viabilizar uma participação interessada de todos os envolvidos.

Nesse sentido, um histórico de participação social e compromisso com causas políticas e filosóficas compatíveis com aquelas defendidas pela organização são critérios importantes (ainda que não imprescindíveis) para despertar o interesse inicial da organização no Design como ferramenta estratégica.

É importante realizar pelo menos duas ou três reuniões com a direção. Nessas reuniões procurar-se-á estabelecer em conjunto um plano de ação, a partir de uma proposta básica. Um dos passos iniciais, muitas vezes, é demonstrar que design não é Marketing, ou Publicidade, ou Desenho Artístico. Mas que estará coordenando ações em todos esse campos.

Para isso seria importante definir quem é a direção. O que pode parecer redundante numa empresa convencional, às vezes toma muito tempo numa estrutura não hierárquica ou de hierarquia indefinida, como acontece na prática com muitas ONGs, já que a correlação de poder entre as pessoas está muito influenciada ou dissimulada por questões filosóficas e ideológicas ou falta de interesse financeiro.

Muitas ONGs têm problemas em determinar nomes específicos para funções específicas e isso pode dificultar o trabalho de planejamento. Na maioria das vezes pode ser possível estabelecer grupos ou comissões responsáveis pela estrutura administrativa ou organizacional. Legalmente, deve haver uma direção executiva da organização, eleita e empossada de acordo com estatuto próprio, mas isso nem sempre corresponde à realidade e o levantamento

institucional serve para identificar o problema e oferecer à instituição a oportunidade de refletir sobre o fato. Note-se que a intervenção é Institucional e não pessoal.

Além de estabelecer ou identificar a estrutura organizacional, é importante estabelecer qual o(s) produto(s) ou linha(s) de produto(s) e/ou serviços da instituição. Outras dificuldades poderão surgir dessa necessidade, tendo em vista que muitas organizações são de caráter político ou filosófico avesso à noção de comercialização. O problema está relacionado à questão da nomenclatura técnica de planejamento e gestão empresarial e da área do marketing, totalmente voltadas para o universo da lucratividade, produtividade e competitividade.

Sempre que possível, é interessante fazer substituições verbais e semânticas que tenham significado conceitual mais abrangente e menos mercantilista para facilitar a comunicação e melhorar o entendimento mútuo. Apesar de poder parecer superficial, num primeiro olhar, aparecem questões semióticas importantes na discussão sobre o tipo de jargão que se utiliza no planejamento. Venda não é Troca. Economia Solidária não é Economia tradicional, e assim por diante.

A participação de todos os interessados é altamente aconselhada, mesmo de representantes do público-alvo.

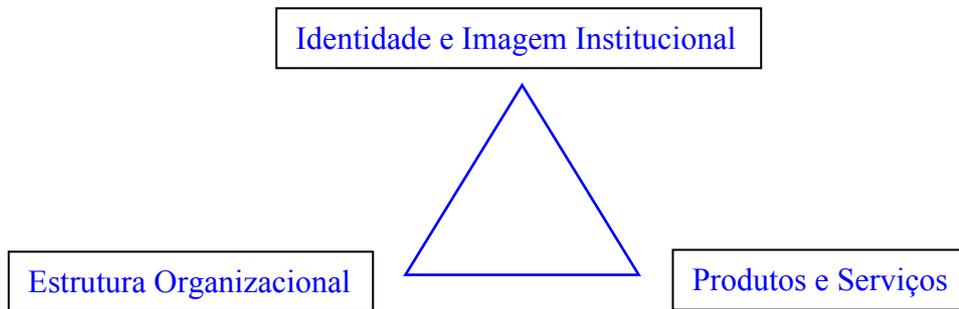
Exemplos dessas trocas semânticas seriam:

- Cliente por Público-alvo.
- Venda por Troca.
- Prestação de Serviço por Cooperação.
- Lucro por Lucro Social
- Dificuldade por Complexidade.
- Competitividade por Solidariedade.
- Produtividade por Sustentabilidade.
- Empresa por Organização.
- Propaganda por Comunicação, e assim por diante.

Não acredito que a simples troca de vocabulário vá produzir resultados educativos se não for acompanhada de uma profunda discussão de cada conceito, que pode ser feita no decorrer de todas as etapas.

Uma vez estabelecidos os nomes e funções das pessoas na estrutura organizacional e

determinados os produtos e serviços, é hora de levantar a concepção interna da empresa sobre si (identidade) e a concepção externa do público-alvo sobre a organização (imagem ou imagem pública). Podemos resumir esta etapa num triângulo:



Durante o processo de estabelecimento formal de um consenso sobre a estrutura da empresa/organização/instituição, o uso de recursos gráficos já adiciona caráter formador e introduz alguns aspectos estéticos na discussão, o que facilita a apreensão da cultura visual da organização. Também é importante demonstrar, ao utilizar esses recursos, a finalidade sistematizadora de ferramentas e recursos gráficos. Mapas conceituais cooperativos são extremamente adequados para esta tarefa¹⁴. Outras ferramentas, como fluxogramas e organogramas pareceram menos flexíveis e adaptadas ao processo participativo.

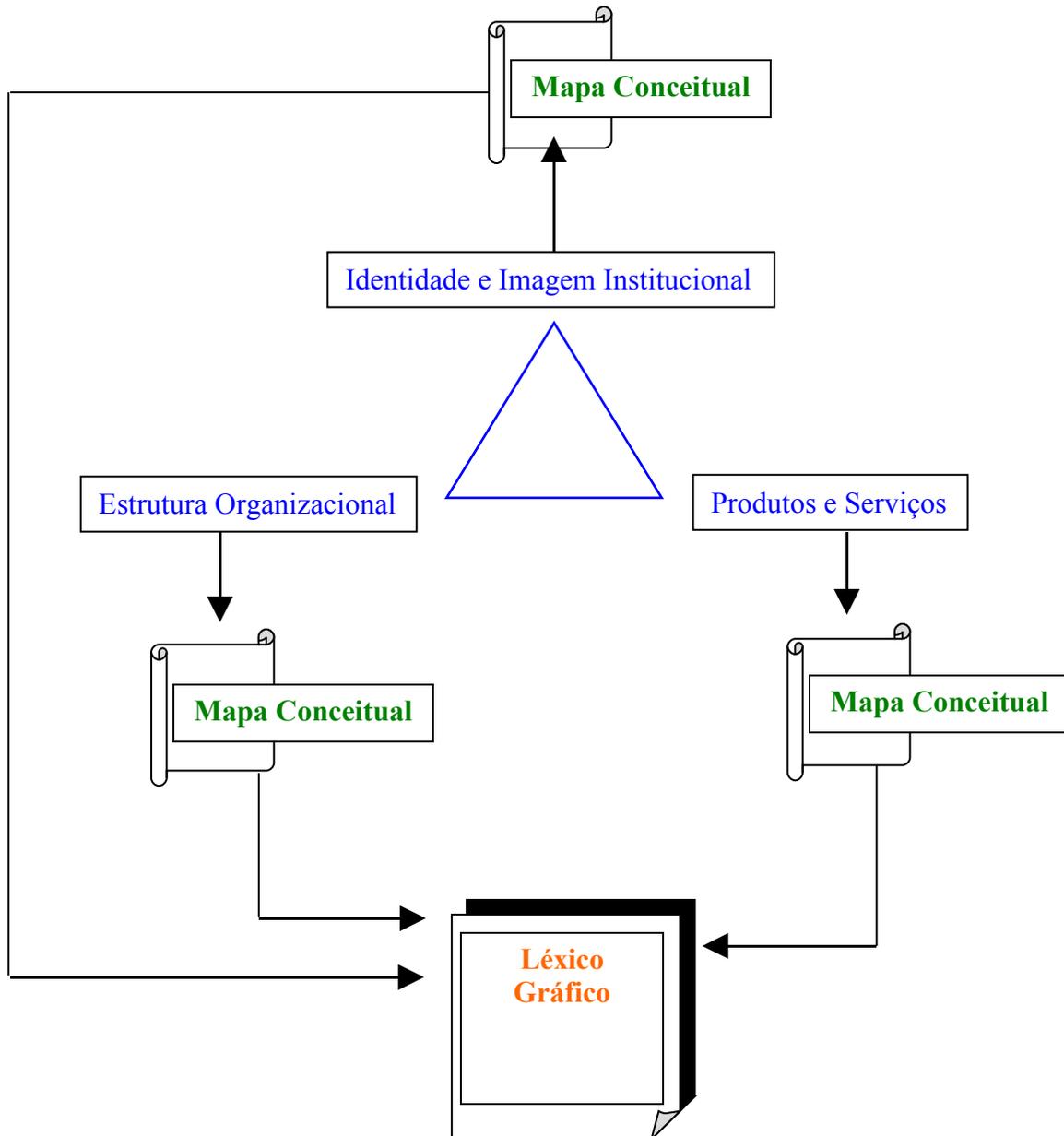
Mapear e estruturar funcionalmente e em termos organizacionais uma instituição não-governamental, de maneira participativa, é uma atividade que pode despertar a consciência dos membros da mesma para as potencialidades do Design Estratégico.

O problema inicial para muitos designers pode ser a carência em termos de cultura organizacional de qualquer tipo. Nesse sentido, adaptação nos programas dos cursos, disciplinas e cursos de Gestão do Design, palestras, visitas a empresas onde o Design atue de forma estrutural, além dos estágios curriculares, desempenham um papel importante e determinante na formação e na escolha dos rumos da carreira dos novos profissionais e conseqüentemente nos rumos do design como um todo. Na medida em que mais e mais estudantes assimilarem a capacidade de gerir Design, mais do que “fazer desenho”, a imagem da profissão tenderá a mudar em conceito junto às empresas e à comunidade.

¹⁴ Ver adiante, no item “Ferramentas” (pg. 52), uma discussão introdutória aos mapas conceituais.

A segunda etapa, **Criação do Léxico Gráfico**, é um trabalho que tem caráter eminentemente semiótico, gráfico e visual.

A partir do levantamento institucional, reúnem-se os elementos básicos para construção de um dicionário de palavras significativas, por sua vez mapeadas para elementos gráficos que estabelecem a sintaxe visual que será utilizada para confecção do MIV. Nesse sentido, se foi produzido na etapa anterior um mapa conceitual da estrutura, da identidade/imagem e dos produtos, as palavras são os conceitos mapeados.



A construção do dicionário é realizada através de um mapeamento dos conceitos fundamentais para elementos da sintaxe visual, considerados a partir das categorias básicas (DONDIS, 1991):

Contraste	Harmonia
Instabilidade	Equilíbrio
Assimetria	Simetria
Irregularidade	Regularidade
Complexidade	Simplicidade
Fragmentação	Unidade
Profusão	Economia
Exagero	Minimização
Espontaneidade	Previsibilidade
Atividade	Estase
Ousadia	Sutileza
Ênfase	Neutralidade
Transparência	Opacidade
Variação	Estabilidade
Distorção	Exatidão
Profundidade	Planura
Justaposição	Singularidade
Acaso	Seqüencialidade
Agudeza	Difusão
Episodicidade	Repetição

A partir desta contraposição, pode-se partir de um elemento visual ou mais, desenhados em estilo adaptado à cultura do ambiente organizacional. Aqui, a importância do conhecimento da evolução da história do Design Gráfico é máxima, pois com suas diversas escolas e linguagens, o Designer precisa escolher e definir quais as estéticas visuais são mais ou menos adequadas ao que se deseja transmitir. Essa decisão não deve ser baseada num “senso artístico” subjetivo apenas, mas na opção racional e fundamentada na história e nas necessidades da instituição. A Semiótica e o estudo da Simbologia e da Heráldica são fundamentos importantes nesta etapa, no entanto não há porquê excluir a inovação e a criatividade desde que vinculadas aos critérios de projeto. Rudolph Koch, personalidade influente nas artes gráficas alemãs do século XIX, em sua obra “O Livro dos Símbolos” (KOCH) sinaliza que o recurso à história e o conhecimento do significado muitas vezes não óbvio de determinados símbolos para culturas específicas é uma área de intersecção riquíssima entre o Design Gráfico e a Antropologia Cultural.

Um exemplo ilustrativo de mapeamento para o léxico seria:

	Elemento do Léxico
Conceito	Gráfico (símbolo adotado)
<i>Natureza</i>	
<i>Homem</i>	
Máquina	
<i>Coletivo</i>	

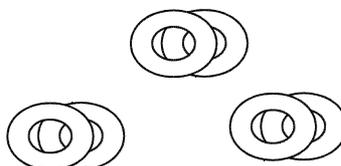
A última etapa metodológica é a **construção do MIV (Manual de Identidade Visual)**, coroamento teórico prático do trabalho, que não é um fim em si mesmo, mas um instrumento de trabalho dinâmico e mutável como a própria instituição.

Os elementos do léxico gráfico gerados na etapa anterior serão agora agrupados para forma as “frases” e “textos” que comporão a identidade visual da empresa. O primeiro passo nessa direção pode ser a construção da marca e a escolha da logotipia¹⁵.

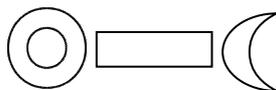
Seguindo o exemplo anterior, um Logotipo possível, uniria algum ou todos os elementos do léxico numa imagem:



Neste caso, simbolizando um coletivo ou:



Podendo simbolizar uma rede ou agregação de coletivos, ou ainda:



o que estaria representando a atuação do homem sobre a natureza (através da disposição ordenada e não-casual dos elementos homem-máquina-natureza).

O número de combinações e o resultado dependerão da criatividade, coerência formal e semântica e fluência e expressividade do traçado.

Clareza, estética funcional e coerente coma cultura da organização, viabilidade técnica, custo financeiro e ecológico, são alguns dos fatores a levar em conta quando da materialização do manual. Mas se os passos anteriores foram bem sucedidos, esses fatores são uma consequência lógica do trabalho.

Na prática, gestão e traçado tornam-se sobrecarga para um único designer, sendo indispensável a formação de uma equipe (ao menos uma dupla) onde haja divisão de tarefas, mas não de informação. A contratação de técnicos ou desenhistas pode se dar no decorrer de qualquer das etapas, sendo mais eficiente e participativa no início da primeira.

O acompanhamento e identificação de novas soluções, oportunidades e atitudes para aplicação do MIV é uma das vias para dar solução de continuidade ao trabalho do Designer, sendo que, neste ponto, a atuação de um estagiário ou profissional de veia técnica é aconselhável para acabamentos e detalhamentos, enquanto o processo de produção de peças deve ser acompanhado

¹⁵ Ver exemplos extraídos dos Manuais de Identidade Visual da agroRede e RBP em anexo.

pelo gestor, pois a negociação de preços, características técnicas, escala de produção, alternativas estéticas, são atribuições fundamentais para solidificar o papel do Designer como um gestor de projeto que acompanha o processo do nascimento à maturidade.

Para exemplificar um fator associado ao critério de sustentabilidade, uma escolha mais acertada em termos de quantidade de cores (diminuindo o seu número sem diminuir o impacto ou efetividade visual do conjunto) vai trazer benefícios financeiros e ecológicos. A otimização da quantidade de papel também teria efeito semelhante.

O nível de participação e solidariedade pode ser sensivelmente incrementado se há trocas interinstitucionais de programas ou técnicas de desenho digital¹⁶.

Não cabe a este texto dissertar sobre a técnica da construção de um MIV, mas vale salientar que essa ferramenta tem impacto direto sobre as atividades de comunicação e informação da instituição, além de influenciar a sua identidade e imagem pública.

Cada vez mais se direciona uma parte significativa do MIV para soluções que abrangem as chamadas Novas Tecnologias de Informação e Comunicação, que incluem a Internet (construção de sítios e fornecimento de serviços “on-line”), as redes locais (telas de “login”, proteções de tela, “mouse pads”), os meios digitais de armazenamento (capas e rótulos de CD, DVD...), além das tradicionais soluções gráficas normalmente aplicadas. Isso implica numa crescente preocupação com o aprendizado de ferramentas de traçado gráfico, o que muitas vezes obscurece a atuação do Designer e confunde o Designer com “desenhista” ou “artista gráfico”.

Apesar da importância de se dominar algumas ferramentas digitais de expressão gráfica, o domínio de técnicas manuais e principalmente a consciência e perspectiva profissional voltada para estruturação e projeto gráfico como um todo superam em valor a fluência no uso de programas.

¹⁶ A troca e compartilhamento de programas e ferramentas computadorizadas é extremamente facilitada com o uso de software livre. A pirataria de software é um crime no Brasil. Maiores detalhes na seção “Ferramentas para Design Gráfico no Terceiro Setor”.

Ferramentas para Design Gráfico no Terceiro Setor.

Se uma metodologia para atuação no Terceiro Setor deve obedecer aos critérios de

- 1. participação,**
- 2. solidariedade e**
- 3. sustentabilidade,**

o mesmo se aplica às ferramentas que podem ser utilizadas para viabilizar as etapas do trabalho.

As seguintes ferramentas de projeto são exemplos dentre muitas outras que atendem, se aplicadas dentro de um contexto e perspectivas adequadas, às demandas metodológicas específicas identificadas.

Em favor de uma delimitação mais objetiva do campo deste trabalho, farei apenas uma breve introdução a cada uma delas:

Participatory Design, ou Projeto Participativo

É um conjunto de métodos e ferramentas no qual desenvolvedores, articuladores, usuários, enfim, todos os envolvidos com o projeto trabalham conjuntamente para chegar às soluções dos problemas de uma organização ou de um projeto específico. O projeto participativo tem como características básicas:

1. Dar aos usuários voz no processo, aumentando, portanto a probabilidade de sucesso da solução.
2. Possibilitar o diálogo entre especialistas e leigos, de forma equânime.
3. Promover oportunidades de encontro e trabalho coletivo entre projetistas, técnicos e usuários, aumentando o entendimento entre as partes.
4. Criação de um ou mais fóruns de debates coletivos e participativos, de caráter tanto técnico quanto educativo para os desenvolvedores como para os usuários (público-alvo).
5. Aumento significativo do comprometimento do usuário ou público-alvo não somente com o resultado final, mas com todo o processo de desenvolvimento da solução.

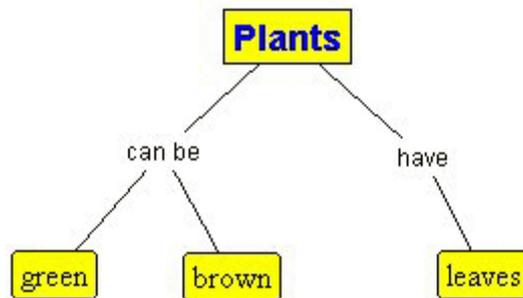
6. Elevado teor de densidade teórico-prática.
7. A cada caso ocorre o acúmulo de técnicas que podem ser transladadas para outros problemas e atividades.

O Design Participativo é uma técnica de projeto que exige compromisso organizacional e capacidade de interlocução por parte do gestor de design. Não é uma escolha obrigatória do ponto de vista metodológico (pelo menos não do ponto de vista estrito), mas quanto mais próximo dessa técnica for possível trabalhar, mais próximo se estará, a princípio, de satisfazer as demandas efetivas da organização.

Quanto mais cedo, no cronograma do projeto, a participação geral for acertada e articulada, melhor. Em organizações de estrutura muito rígida ou regulamentar, pode se tornar difícil trabalhar de maneira realmente participativa, tendo em vista a quebra de espontaneidade gerada em uma estrutura hierárquica vertical ou autoritária.

Mapas Conceituais

Mapas conceituais são ferramentas para organização e representação de conhecimento. Eles são compostos a partir de *conceitos*, normalmente contidos em círculos ou quadriláteros de algum tipo, e também de *relações* ou *proposições* entre conceitos, indicadas por uma linha que conecta dois conceitos. As palavras nas linhas especificam a relação entre os conceitos. Um exemplo ilustrativo simples de mapa conceitual construído com o software (gratuito para utilização educacional) Concept Map Tools, do Institute for Human and Machine Cognition – University of West Florida pode ser visto abaixo:



Mapa Conceitual simplificado de Plantas (vegetais).

Maiores detalhes sobre mapas conceituais colaborativos podem ser obtidos em <http://cmap.coginst.uwf.edu/info>¹⁷.

¹⁷ Hiperlink ativo em 22 de setembro de 2003 – 10:51 – GMT-03:00.

Use Cases (Casos de Uso)

É um método que se baseia na construção de documentos narrativos que descrevem a seqüência de eventos-ações de um ator (agente externo) utilizando um sistema para completar um processo. São Levantamentos do uso de um sistema, ou narrativas em prosa formal do uso desse sistema. Use Cases podem ser usados para capturar a estrutura e o comportamento desejados do sistema que está em desenvolvimento, sem a necessidade de especificar e detalhar como este sistema será implementado. (WOOLRIDGE, 1999).

Os casos de uso estão tradicionalmente muito vinculados à produção de software, mas são uma técnica que possibilita o diálogo entre especialistas e usuários, sem necessidade de conhecimento técnico aprofundado, sendo úteis para estabelecer critérios e características operacionais importantes no projeto de interfaces gráficas.

A importância dos casos de uso está historicamente relacionada à evolução das técnicas de programação orientada a objetos (POO).

O diálogo entre programadores e Designers Gráficos deverá levar a uma aproximação dos campos de conhecimento, fazendo com que os designers se interessassem por técnicas de “*software design*” como POO, UML, entre outras, assim como que os programadores se interessassem pela evolução do design gráfico e pela estética. Esse parece ser um movimento inevitável, representado atualmente pela área do chamado **webdesign**. Mas para ampliar ainda mais esse quadro, vale lembrar que os estudos sobre metodologia de projeto têm apontado para o Design como atividade humana generalista, presente em todas as áreas profissionais e mesmo científicas.

Como exemplo da intercambialidade de metodologias entre Design e computação, podemos citar o aproveitamento dos chamados “Padrões” ou “Patterns”.

“A origem dos padrões de projeto deu-se com o trabalho feito pelo arquiteto Christopher Alexander no final dos anos 70. Ele escreveu dois livros: “A Pattern Language” e “A Timeless Way of Building” que, além de exemplificarem, descrevem seu método para documentação de padrões. O trabalho de Alexander, apesar de ser voltado para a arquitetura, possui uma fundamentação básica que pode ser abstraída para a área de software.” (MALDONADO)

Software Livre

Como o uso de ferramentas computacionais se tornou imprescindível para o desenvolvimento do Design Gráfico, um dos fatores que mais impacto financeiro tem na composição de preço de uma peça gráfica é o preço do software.

Numa metodologia que seja realmente participativa, solidária e sustentável, o preço do trabalho realizado deve estar reduzido ao mínimo necessário para viabilizar o projeto, sendo que a extração de lucro financeiro direto não é o objetivo central. Muitas vezes o lucro é social, ou a satisfação pessoal do senso de ética e de participação política de quem realiza o trabalho. Ou vem em termos de trocas de serviços ou de associação da imagem do escritório de design a uma campanha ou instituição.

Para minimizar o custo da solução, a adoção de software livre ou pelo menos “freeware” ou “shareware”¹⁸ é aconselhável. Sempre que a solução tecnológica disponível for aceitável, a opção por software livre é imensamente superior em termos de coerência com as propostas político-filosóficas normalmente adotadas por muitas ONGs.

Como exemplo poder-se-ia citar as várias instituições de caráter social que atuam no campo da **“inclusão digital”** no Brasil. Muitas delas adotam o software livre por defenderem a autonomia e a liberdade de modificação que a licença oferece.

Em se tratando de propriedade intelectual, a comunidade do software livre vem travando uma árdua batalha para impedir que os monopólios e os interesses das grandes indústria de software suplantem politicamente os valores democráticos e comunitários que visam difundir a baixo custo o conhecimento da informática e outras tecnologias de informação e comunicação.

Aos poucos, os Designers Gráficos e Designers de Produto vão descobrindo as vantagens da escolha e da utilização do software livre, ainda que muito precise ser feito para difundir e melhorar as ferramentas existentes. Somente com o engajamento de muitos profissionais, escolas, escritórios e governos o software livre poderá continuar garantindo opções baratas e de qualidade em ferramentas computacionais para o Design.

A “Free Software Foundation” (<http://www.gnu.org>), a comunidade Linux (<http://www.linux.org>), assim como muitas empresas (<http://www.conectiva.com.br>, <http://www.mandrake.com>, ...), governos (<http://www.softwarelivre.org/>) e mesmo megacorporações como a IBM e a SUN Microsystems, já investem em desenvolvimento de

¹⁸ As diferenças entre software livre, “freeware”, e “shareware” estão ligadas ao fato de que o software livre tem código fonte aberto e uma licença de uso democrática e participativa. O “freeware” é gratuito, mas não tem o código aberto, necessariamente. O “shareware” é software comercial disponibilizado a preço acessível, em geral por pequenas ou médias empresas, mas com código proprietário e fechado, via de regra. Há muitas variações de licença de software atualmente, em torna destas três categorias principais, mas o diferencial básico é a propriedade intelectual do código.

soluções gratuitas ou a preços competitivos de caráter aberto e de licença baseada na Gnu Public License (GPL), um marco na história do licenciamento de software. Esta licença pode ser encontrada na Internet no sítio da Free Software Foundation, onde também se encontram outros documentos relativos a definição de software livre e de como colaborar com o movimento (<http://www.gnu.org/copyleft/gpl.html>).

Mais informação sobre software Livre, inclusive aplicativos específicos para a área gráfica, podem ser encontrados facilmente na Web.

Abaixo se vêem algumas telas de aplicativos gráficos que são software livre:



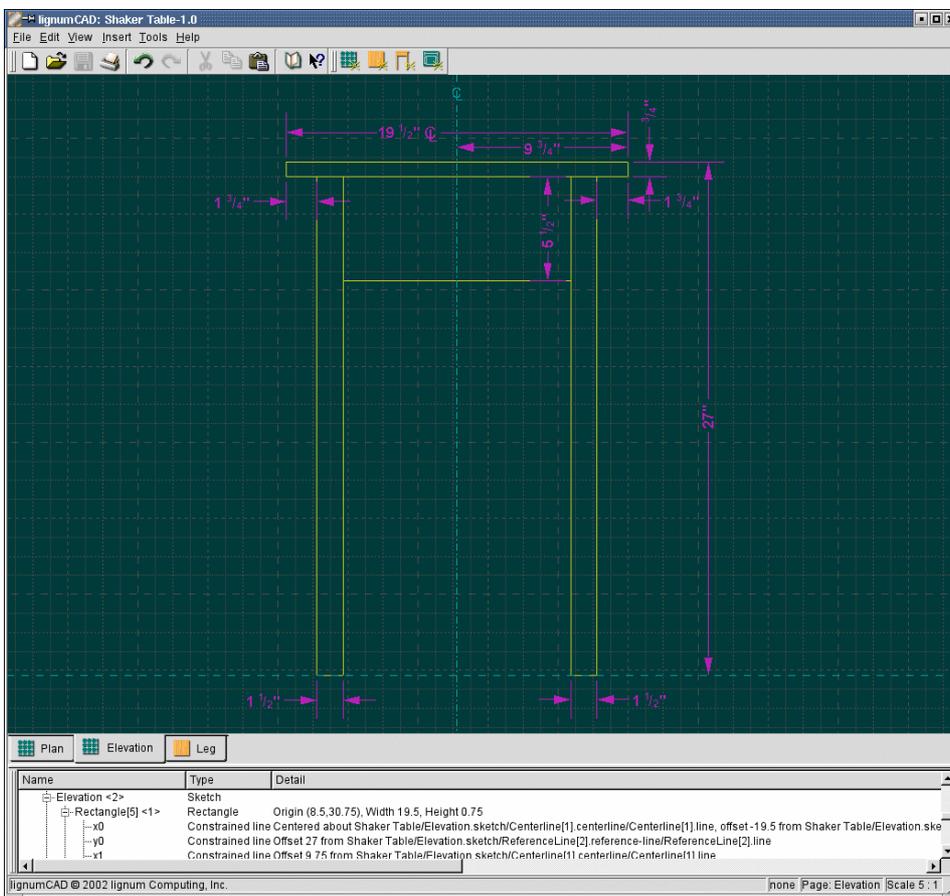
Blender (<http://www.blender3d.org>)



LEOCad (<http://www.leocad.org>)



GIMP (<http://www.gimp.org>)



lignumCAD (<http://lignumcad.sourceforge.net/doc/en/HTML/index.html>)

Conclusão.

“Outro Design é Possível”.

Como aproveitar as experiências do Design na indústria e nas empresas capitalistas em geral para instrumentalizar as ONGs? E o oposto seria possível?

Ao propor o esboço de uma abordagem específica para o Terceiro Setor, percebe-se que se tratarmos os problemas do Design sem o instrumental da **transdisciplinaridade**, estaremos abordando de maneira incompleta a teia de **complexidade** que constitui o ambiente contemporâneo, tanto tecnológica, como social e cientificamente.

Nietzsche já discutiu a influência do que ele chamou de “apolíneo” e “dionisíaco” no nascimento da tragédia grega. Razão e Emoção em conflito. Beleza em detrimento da Utilidade. Dinheiro em detrimento de Ética. Um velho dilema na história do Design.

Mas precisa mesmo ser um conflito? Tudo parece indicar que não necessariamente.

Talvez esse conflito seja apenas o primeiro passo de uma grande evolução, um “ponto de mutação”, uma síntese humana e complexa, que será apresentada por nós ao planeta que nos acolhe e do qual fazemos parte.

Talvez as grandes corporações realmente adotem estratégias de preservação e de respeito à ecologia. E (quem sabe?) desistam de ser tão “grandes”. E as organizações não-governamentais vinculadas à ecologia e à conservação do planeta terão a oportunidade de viabilizar soluções que venham trazer respostas para os grandes desafios do século.

Talvez a raça humana encontre um caminho alternativo entre o “desenvolvimentismo” mortal e “preservacionismo” apático. E é claro que o papel do Design e do Designer nessa tentativa é de valor inestimável. E pode ser interessante explorar mais profundamente o papel da metodologia de projeto na realização dessa “utopia” tão necessária.

As ONGs são o foco dessa revolução, e pensar o Terceiro Setor no Brasil, um país que emerge como palco de grandes questões ecológicas, sociais e políticas é um dos mais importantes desafios que a Universidade tem a enfrentar. Se este trabalho contribuiu para reforçar essa tese, cumpriu a maior parte de sua função.

Poderíamos ceder à tentação de pensar que tudo que precisaria ser dito já foi dito a respeito deste “outro” Design e que está mais do que na hora de agir.

E logo perceberíamos também que já muito se fez e se faz. E o porquê deste trabalho reside justamente aí. Quero que ele possa ser lido como um elo de uma corrente, que sustenta e restaura uma tradição de esperança e revolução cultural e histórica na atividade projetual. Apenas mais um elo de uma corrente não-linear, numa rede de elos multidimensionais. Um reforço, ainda que imperfeito, na estrutura alternativa dessa malha teórico-prática.

Este trabalho tentou fazer coro com todos aqueles trabalhos que o embasam e motivam na busca de contribuir com a reflexão e prática do Desenho no Brasil, de um ponto de vista específico nascido de experiências específicas. Não almejo superar minhas fontes. Apenas aceno positivamente com a cabeça.

Agradeço a todos os autores e professores a esperança que sinto ao ler cada artigo ou livro com o qual concordo, e a dúvida que me assalta quando discordo. Este trabalho é fruto dessas duas energias.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

- ARRUDA, José J. de A. *Revolução industrial e capitalismo*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1984.
- BACK, Nelson. *Metodologia de projeto de produtos industriais*. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara Dois S.A, 1983.
- BIGAL, Solange. *O design e o desenho industrial*. São Paulo: Annablume, 2001
- BONSIEPE, Gui. *Design: do material ao digital*. Florianópolis, SC: FIES/IEL, 1997.
- _____. *Teoría y práctica del diseño industrial. Elementos para una manualística crítica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A, 1978.
- CALÇADA, Ana (Cons. Edit.). *Manual de gestão de design*. Portugal: Bloco Gráfico Ltda, 1997.
- CAMARGO, Mariângela F. [et al.]. *Gestão do terceiro setor no Brasil*. São Paulo: Futura, 2001.
- CAPRA, Fritjof. *As conexões ocultas. Ciência para uma vida sustentável*. São Paulo: Ed. Cultrix, 2002.
- CHARTER, Martin; TISCHNER, Ursula. *Sustainable Solutions. Developing products and services for the future*. Wilshire, UK: The Cromwell Press, 2001.
- CICLO DE ESTUDOS NENO VASCO. *Tecnologia e Liberdade*. Lisboa: Ed. Sementeira 1988.
- COUTO, Rita Maria de S; OLIVEIRA, Alfredo J. (org.). *Formas do design: por uma metodologia interdisciplinar*. Rio de Janeiro: 2AB Editora Ltda/ PUC-Rio, 1999.
- ALEXANDER, Christopher [et. al.], *A Pattern Language*, Oxford University Press, New York, 1977.
- _____, *The Timeless Way of Building*, Oxford University Press, New York, 1979.
- De MASI, Domenico. (org.). *A economia do ócio/ Bertrand Russel, Paul Lafargue*. Rio de Janeiro: Sextante, 2001.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda., 1991.
- DORIA, Francisco A. *Marcuse: vida e obra*. Rio de Janeiro: Coedição José Álvaro Editor S.A/Paz e Terra, 1974.
- GOMES, Luiz V. N. *Desenhismo*. Santa Maria, RS: 2ª ed. Ed. da UFSM, 1996.
- GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira S.A., 9ª ed. 1991.

- GROPIUS, Walter. *Bauhaus: novarquitectura*. São Paulo: Ed. Perspectiva S.A, 1997.
- HURLBURT, Allen. *Layout: o design da página impressa*. São Paulo: Mosaico, 1980.
- JONES, John Chris. *Design Methods*. London: David Fulton Publishers, 1992.
- KOCH, Rudolf. *O Livro dos Símbolos*. Rio de Janeiro: Editora Renes, s/d.
- LLOVET, Jordi. *Ideologia y metodología del diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A, 1979.
- MALDONADO, José Carlos [et al.]. *Apostila Padrões e Frameworks de Software (Notas Didáticas)*. São Paulo: Universidade de São Paulo – Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação.
- MANU, Alexander. *ToolToys. Tools with an element of play*. Denmark: Danish Design Centre, 1998.
- MASSIRONI, Manfredo. *Ver pelo desenho: aspectos técnicos, cognitivos, comunicativos*. Lisboa – Portugal, 1982.
- MOLLISON, Bill. *Introdução à Permacultura*. Tradução: André Luis Jaeger Soares. Australia: Tagari Publications, 2ª ed. 1994.
- MORIN, Edgar. *Introdução ao Pensamento Complexo*. Lisboa: Instituto Piaget – Revista aprendizagem-desenvolvimento, 1991.
- NIEMEYER, Carla. *Marketing no design gráfico*. Rio de Janeiro: 2ª ed. 2AB Editora Ltda, 2000.
- NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: origens e instalação*. Rio de Janeiro: 2ª ed. 2AB Editora Ltda, 1998.
- PAPANÉK, Victor. *The Green Imperative. Natural Design for the Real World*. New York: Thames and Hudson Inc, 1995.
- PESSIS-PASTERNAK, G. (Org.) *Do caos à inteligência artificial*. 2ª ed. São Paulo: Ed. Unesp, 1993.
- POSTMAN, Neil. *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia*. São Paulo: Nobel, 1994.
- REDIG, Joaquim. *Sentido do Design*. escrito/projetado de 1978 a 1983, impresso pela Imprinta.
- _____. *Sobre Desenho Industrial (ou Design) e Desenho Industrial no Brasil*. Apostila. Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Setembro/1977.
- _____. *Forma é Conteúdo. Notas sobre metodologia e prática do Design*. Apostila. Agosto/1991.
- SANTOS, Boaventura de S. (org.). *Produzir para viver. Os caminhos da produção não capitalista*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- SATUÉ, Enric. *El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza

Editorial S.A., 1999.

SEUMOUR, John. *Guia prático da auto-suficiência*. São Paulo: Martins Fontes, 1ª ed. brasileira, 1983.

SILVA, Jorge E. *O anarquismo hoje. Uma reflexão sobre as alternativas libertárias*. Rio de Janeiro: Robson Achiamé, Editor, s/d.

TAMBINI, Michael. *O design do século*. São Paulo: Ed. Ática, 2ª ed. brasileira, 1999.

WOOLRIDGE, Richard. *Introduction to Use Case Analysis*. CBD/e White Papers. Disponível em formato digital (PDF) no sítio: http://www.cbdhq.com/PDFs/cbdhq_991115rw_usecaseanalysis.pdf, 1999.

ANEXOS:

Exemplos do Manual de Identidade Visual da AgroREDE.

Exemplos do Manual de Identidade Visual da Rede Brasileira de Permacultura (RBP).

Outros Exemplos de Design Gráfico no Terceiro Setor.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)