UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO E GESTÃO SOCIAL
MESTRADO MULTIDISCIPLINAR E PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO E GESTÃO SOCIAL

DESIGN DIALÓGICO: UMA ESTRATÉGIA PARA A GESTÃO CRIATIVA DE TRADIÇÕES

Márcia Luiza Freitas Ganem

SALVADOR/BA
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO E GESTÃO SOCIAL
MESTRADO MULTIDISCIPLINAR E PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO E GESTÃO SOCIAL

Márcia Luiza Freitas Ganem

DESIGN DIALÓGICO: UMA ESTRATÉGIA PARA A GESTÃO CRIATIVA DE TRADIÇÕES

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Multidisciplinar e Profissional em Desenvolvimento e Gestão Social do Programa de Desenvolvimento e Gestão Social da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento e Gestão Social

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Davel

SALVADOR/BA

2013

Escola de Administração - UFBA

G197 Ganem, Márcia Luiza Freitas.
Design dialógico: uma estratégia para a gestão criativa de tradições / Márcia Luiza Freitas Ganem – 2013.
160 f.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Davel.
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Salvador, 2013.

1. Artesãos. 2. Cultura popular. 3. Cultura popular - Associação de ideias. 4. Criatividade. 5. Identidade social. 6. Gestão de negócios. 7. Efeito das inovações tecnológicas. I. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. II. Título.

CDD – 306.47

FOLHA DE APROVAÇÃO

DESIGN DIALÓGICO: UMA ESTRATÉGIA PARA A GESTÃO CRIATIVA DE TRADIÇÕES

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Multidisciplinar e Profissional em Desenvolvimento e Gestão Social do Programa de Desenvolvimento e Gestão Social da Universidade Federal da Bahia – UFBA, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento e Gestão Social

Aprovada por

Profª. Drª. _____
Cláudia Sousa Leitão

Dr. _____
Vinícius Laje

Prof. Dr. _____
Fabio Almeida Ferreira

Prof. Dr. _____
Eduardo Paes Barreto Davel (Orientador)

SALVADOR/BA

2013

Universidade Federal da Bahia
Escola de Administração da UFBA
Programa de Desenvolvimento e Gestão Social - PDGS

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MÁRCIA LUÍZA FREITAS GANEM DO CURSO DE MESTRADO INTERDISCIPLINAR E PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO E GESTÃO SOCIAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA.

Aos 17 dias do mês de dezembro de dois mil e treze a Comissão Julgadora, eleita pelo Colegiado deste Programa de Desenvolvimento e Gestão Social da Universidade Federal da Bahia, composta pelo **Prof. Dr. Eduardo Davel** (PDGS/UFBA), orientador da aluna, pelos membros titulares **Profa. Dra. Cláudia Sousa Leitão** (UECE), **Prof. Dr. Fábio Almeida Ferreira** (UFBA) e o **Dr. Vinícius Nobre Lages** (SEBRAE/UAIN), se reuniu para julgar o trabalho de dissertação intitulado: **"Design Dialógico: Uma Estratégia Para a Gestão Criativa de Tradições"** de autoria de **Márcia Luiza Freitas Ganem**. Após a apresentação da dissertação a mestranda foi submetida à arguição pela comissão julgadora e ao debate. Em seguida, a comissão julgadora reuniu-se para analisar e avaliar o referido trabalho, chegando à conclusão que este merece ser aprovado. Nada mais havendo a ser tratado, esta Comissão Julgadora encerrou a reunião da qual lavrei a presente ata, que após lida e aprovada, vai assinada por mim, orientador/a, pelos demais membros da comissão e pela mestranda.

Salvador, 17 de dezembro de 2013.

Prof. Dr. Eduardo Davel
(PDGS/UFBA - Orientador)

Dr. Vinícius Nobre Lages
(SEBRAE/UAIN)

Profa. Dra. Cláudia Sousa Leitão
(UECE)

Sra. Márcia Luiza Freitas Ganem
(Mestranda)

Prof. Dr. Fábio Almeida Ferreira
(UFBA)

DESIGN DIALÓGICO: UMA ESTRATÉGIA PARA A GESTÃO CRIATIVA DE TRADIÇÕES

Agradecimentos: Ao orientador Eduardo Davel e aos professores Carlos Teixeira, Tânia Fisher, Rosana Bulhosa, Genauto França, pelas contribuições no decorrer de todo processo de pesquisa e escrita.

Às Rendeiras de Saubara, Nilo Trindade, Associação Beneficente 25 de Junho, Sociedade Beneficente Conceição Macêdo, À Inês Grimaux, Ricardo Fernandes, Isabelle Arciero Mahier e à equipe de artesãs do Atelier Márcia Ganem, pela imensa colaboração na vida e na construção das idéias do Design Dialógico aqui proposto.

À Xede Ganem, Waldecy Silva, Odília Grimaux e todos os amigos que acompanharam o processo, apoiando e participando generosamente de discussões e intercâmbios.

DESIGN DIALÓGICO: UMA ESTRATÉGIA PARA A GESTÃO CRIATIVA DE TRADIÇÕES

Márcia L. F. Ganem

RESUMO

Em um mundo cada vez mais globalizado, torna-se primordial reconhecer e preservar os valores identitários de cada cultura, enquanto elementos fundamentais para a diferenciação e competitividade no design e para a renovação e dinamização das tradições artesanais, contribuindo para a sua sustentabilidade e permanência. Por isso, a pesquisa *Design Dialógico: Uma Estratégia para a Gestão Criativa de Tradições* tem por objetivo examinar o campo sinérgico decorrente do relacionamento entre designers e grupos de artesãos tradicionais, contando para isso, com as referências teóricas no campo da criatividade, da inovação, da cultura e do design, examinando práticas para a formulação de estratégias voltadas para a gestão criativa, com base em entrevistas, observação participante e não participante e análise de documentos. A partir da análise de todo material, foi construída uma tecnologia de gestão social que considera as necessidades no relacionamento entre designers e grupos tradicionais, envolvendo reconhecimento de identidades, inovação, fruição, economia plural, monitoramento e celebração de resultados.Essa tecnologia é apresentada em uma proposta de livro que busca contribuir para a re-valorização dos territórios humanos, o respeito às identidades no trabalho entre designers e comunidades tradicionais, bem como o reconhecimento da inovação para a permanência das tradições.

Palavras-chave:Design Dialógico.Identidade.Inovação.Artesãos tradicionais.Gestão criativa.

Abstract

Within a globalised world, it becomes essential to recognise and preserve the identity values in each culture, and their contribution to the differentiation and competitiveness is priceless for the design in the global market.Thus, this research seeks to examine the synergetic field emerging from the relationship between designers and groups of traditional artisans. The theoretical basis is the field of creativity, innovation, culture and design. We have examined practices for the formulation of strategies oriented to creative management, using interviews, participant and non-participant observation, and documents.We have built a social management technology considering designers and traditional group necessities, involving the recognition of identities, innovation, fruition, plural economy, monitoring and celebration of results.Present in a book proposal, such technology seeks to contribute to the promotion of human territories, the respect of identities at work among designers and traditional communities, as well as the recognition of innovation for the continuity of tradition.

Keywords: Dialogic Design.Identities.Innovation.Traditional artisans. Creativity management.

SUMÁRIO

RESUMO

LISTA DE FIGURAS

LISTA DE DIAGRAMAS, FLUXOS E TABELAS

INTRODUÇÃO 17

1 BASE TEÓRICA E METODOLÓGICA 18

2. PRODUTO: PROPOSTA DO LIVRO DESIGN DIALÓGICO

UMA ESTRATÉGIA PARA A GESTÃO CRIATIVA DE TRADIÇÕES 24

Sumário

Introdução 30

2.1 Começando o Diálogo: Reconhecimento das Identidades 41

2.1.1 A Identidade do Design 42

2.1.2 A Identidade do Artesão Tradicional 46

2.1.3 Diário do Diálogo 46

2.1.4 Estudo de Caso do Design Dialógico com as Rendeiras de Saubara 47

2.1.4.1 Sobre as Rendeiras de Saubara 48

2.1.4.2 Sobre a Formação do Coletivo de Arte e Design no Diálogo com as Rendeiras de Saubara 58

2.1.4.2.1 Márcia Ganem e a Utilização da Fibra de Poliamida na Moda 60

2.1.4.2.2 Isabelle Arciero Mahier e o Trabalho com os Fios de Seda 62

2.1.4.2.3 Ricardo Fernandes e a Fotografia de Moda sobre os Conteúdos Tradicionais 64

2.1.4.2.4 Inês Grimaux e a Fotografia do Cotidiano 66

2.2 Aprofundando o Diálogo: A Renovação das Identidades 68

2.2.1 Inovação Endógena ao Grupo Tradicional 71

2.2.1.1 Caminho para Construção da Inovação Endógena 71

2.2.1.1.1 Sensibilização dos Artesãos para a Inovação Endógena 72

2.2.1.1.2 Identificação da Inovação no Grupo 73

2.2.1.1.3 O laboratório de Idéias 74

2.2.1.1.3.1 Parâmetros para aplicação da dinâmica 75

2.2.1.1.3.2 Aplicação da Dinâmica 76

2.2.1.1.3.3Resultados da Oficina de Idéias junto à IBCM 81

2.2.2 Inovação Aberta (Open Innovation) 85

2.2.2.1 Inovação Aberta Sobre Produto 85

2.2.2.1.1 Inovação no Produto Através do Uso de Novos Materiais 87

2.2.2.1.2 A Inovação Sobre Materiais no Trabalho de Márcia Ganem 88

2.2.2.1.2.1 A Renda de Bilro em Fibra de Poliamida no Diálogo com as Rendeiras de Saubara 90

2.2.2.1.2.2 O Filé em Fibra de Poliamida no Diálogo com a Sociedade Beneficente 25 de Junho 92

2.2.2.1.2 Inovação na Criação de Novas Tipologias de Rendas, à Partir das Técnicas Tradicionais 93

2.2.2.1.2.1 A Renda Flor da Maré de Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara 94

2.2.2.1.2.2 A Renda Saubara de Isabelle Mahier e as Rendeiras de Saubara 96

2.2.2.2 Inovação Aberta Sobre Cadeias de Valor- A Modelagem de Negócios Sustentáveis 97

2.2.2.2.1 O Mapeamento de Cenários – A Identificação dos Potenciais Locais 98

2.2.2.2.2 O Mapeamento de Cadeias de Valor Potenciais 100

2.3 Materializando o Diálogo: Tangibilização das Identidades 101

2.3.1 Tangibilização Através de Espaços 104

2.3.1.1 Espaço Físico 104

2.3.1.1.1 A Casa de Cultura de Saubara – O Espaço de Referência da Cultura Local 105

2.3.1.1.2 A Casa de Castro Alves – O Espaço de Referência para o Coletivo de Artistas 107

2.3.1.1.3 Espaços Virtuais 109

2.3.2 Tangibilização em Artefatos 109

2.3.2.1 Produção de Artefatos Voltados para a Comunidade Tradicional 109

2.3.2.1.1 A Cestaria em Seda no Diálogo com a IBCM 110

2.3.2.2 Produção de Artefatos Voltados para o Design 111

2.3.2.2.1 As Coleções de Moda de Márcia Ganem sobre a Renda de Bilro, Nhanduti, Filé e Macramê 111

2.3.2.2.2 A Criação de Novas Tipologias Artesanais 116

2.3.2.2.2.1 A Renda Flor a Maré 116

2.3.2.2.2.2 A Renda Nira 117

2.3.3 Tangibilização da Identidade em Espetáculos e Celebrações 118

2.3.3.1Celebrações e Espetáculos Voltados para a Cultura Tradicional 118

2.3.3.1.1. As Festas Populares 118

2.3.3.1.2 Exposições Sobre a Cultura Local 120

2.3.3.2 Espetáculos Voltados para o Design 121

2.3.3.2.1 Exposições 121

2.3.3.2.1.1.Exposição de Márcia Ganem e Ricardo Fernandes em Paris 122

2.3.3.2.1.2 Exposição do trabalho de Isabelle Arciero-Mahier na França 122

2.3.3.2.2 Desfiles 123

2.3.3.2.2.1 Desfiles Márcia Ganem 124

2.3.4 Tangibilização através de Vivências e Intercâmbios 124

2.3.4.1 Turismo Cultural 125

2.3.4.2 Intercâmbios e Residências 126

2.4 Ampliando O Diálogo – Fruição dos Resultados 127

2.4.1 Mix de Difusão 129

2.4.1.1 Mídias (impressa, web, digital, audiovisual) 129

2.4.1.2 Audiovisual 129

2.4.1.3 Articulação - Os Diálogos Institucionais 130

2.4.1.4 Modelagem de Cadeias e Geração de Negócios Sustentáveis 131

2.5 Capitalizando o Diálogo: Estratégias de Comercialização 133

2.5.1 Comercialização à Partir do Grupo Tradicional 134

2.5.1.1 Sentidos do Fluxo Multi Vetorizado de Comercialização 135

2.5.1.2. 1 Do Grupo Tradicional para o Mercado 135

2.5.1.2. 2 Do Mercado para o Grupo Tradicional 135

2.5.1.2.3 Do Grupo Tradicional para o Designer 135

2.5.1.2.4.Do Designer para o Mercado 136

2.5.1.2.5.Do Designer para o Grupo Tradicional 136

2.6 Celebrando O Diálogo - Apreciação de Resultados 138

2.6 .1 Por que avaliar 139

2.6 .2 De Volta ao Começo - O Marco Conceitual 140

2.6.3 Cenário: A Situação Atual 140

2.6.4 O Objetivo Maior: O que se Pretende com o Diálogo 141

2.6.5 Objetivos intermediários 142

2.6.6 A definição das atividades 143

2.6.7 A Pergunta Avaliativa 145

2.6.8 Os Indicadores – Composição Quali e Quanti 145

2.6.9 Forma de Coleta de Dados 147

2.6.10 Monitoramento das Fases do Projeto-Geração de Informações 148

2.6.11 Compartilhando as Informações, Dividindo Responsabilidades e Somando Possibilidades 150

2.6.12 A Celebração dos Resultados 151

2.7. Conclusão do Livro 153

3. DISCUSSÃO DA DISSERTAÇÃO 154

CONCLUSÃO DA DISSERTAÇÃO 157

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 158

Lista de Figuras

Figura 1. Rendeiras Fazendo Renda na Porta de Casa
(Foto Inês Grimaux) 48

Figura 2. Mapa da Bahia de Todos os Santos (Germen Bahia) 49

Figura 3. Pescador em Saubara. (Foto Inês Grimaux) 50

Figura 4. D.Kardo Rendando Enquanto Cuida do Peixe
(Foto Inês Grimaux) 51

Figura 5. Almofada de Renda de Bilro (Foto Ricardo Fernandes) 52

Figura 6. Festa da Marujada em Saubara 53

Figura 7 . Nego Fugido, Tradição de Saubara 54

Figura 8. Indumentária do Capitão do Mato, em Folhas Secas de Bananeira,
na Tradição do Nego Fugido – (Foto Inês Grimaux) 54

Figura 9. Cena da Chegança – Saubara (Foto Inês Grimaux) 55

Figura 10. O Samba das Raparigas (Foto Inês Grimaux) 56

Figura 11. Samba de Roda em Bom Jesus dos Pobres. 57

Figura 12. Coletivo de Designers e Artistas: Centro:Maria Rendeira,
dir. Ines Grimaux, esquerda Isabelle Arciero-Mahier, centro abaixo
Márcia Ganem (Foto Nilo Trindade) 59

Figura 13. A modelo Kel vestindo peça em Fibra de Poliamida-
foto Ricardo Fernandes 61

Figura 14. Vestido em Casulo de Seda de Isabelle Arciero-Mahier 62

Figura 15. Exposição de Isabelle Arciero Mahier -Peças em Casulo de Seda
(Foto Isabelle A. Mahier) 63

Figura 16. Sheyla Baum, Vestindo Márcia Ganem (por Ricardo Fernandes) 64

Figura 17. Bárbara Anjos , Vestindo Márcia Ganem (por Ricardo Fernandes) 65

Figura 18. Mãe com o Filho nos Ombros (Foto de Ines Grimaux) 66

Figura 19 . Cisne em dobradura de papel (fonte.: Taysk) 81

Figura 20. Guirlanda de papel (fonte: Nudelmania) 83

Figura 21. Xale de Cestaria em Organza de Seda, Desenvolvido pelo Grupo das Avós, com Orientação da Designer Márcia Ganem 84

Figura 22.Rede de Fibra de Poliamida (Foto Inês Grimaux) 88

Figura 23.Pescador de Saubara com a Rede de Fibra de Poliamida (Foto Inês Grimaux) 89

Figura 24. Processo de Confecção da Renda de Bilro com Fibra de Poliamida 90

Figura 25. Detalhe de Vestido de Renda de Bilro em Fibra de Poliamida de Márcia Ganem (Foto Ricardo Fernandes) 91

Figura 26 -Detalhe de Vestido em Fibra de Poliamida e Renda Filé (Foto: Ricardo Fernandes) 92

Figura 27. Detalhe da Renda Flor da Maré de Márcia Ganem e Rendeiras de Saubara (Foto Ricardo Fernandes) 95

Figura 28. Renda Saubara de Isabelle Arciero Mahier e as Rendeiras de Saubara 96

Figura 29 . A Casa de Cultura de Saubara(Foto Márcia Ganem) 105

Figura 30 . Cenas da Abertura da Casa de Cultura de Saubara 106

Figura 31. Casa de Castro Alves-Salvador 107

Figura 32. Cestaria em Organza, Realizado por Márcia Ganem e o Grupo das Avós (IBCM) 110

Figura 33. Blusa em Renda de Bilro e Fibra de Poliamida Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara (foto Ricardo Fernandes) 112

Figura 34. Vestido de Renda Filé em Fibra de Poliamida (Foto Ricardo Fernandes) 113

Figura 35. Vestido de Renda Nhandutí em Fibra de Poliamida- Márcia Ganem 114

Figura 36. Blusa em Macramê e Fibra de Poliamida (Foto Ricardo Fernandes) 115

Figura 37. Vestido de Renda Flor da Maré-Modelos Sheyla Baum no Fashion Rio(Foto Ricardo Fernandes) 116

Figura 38. Vestido em Renda Nira, Realizado em Parceiria Entre Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara 117

Figura 39. O Samba na Abertura da Casa de Cultura de Saubara 119

Figura 40. Meninas de Saubara ao Lado da Bailarina do Terno do Sol 120

Figura 41. Maria Rendeira em Frente a Exposição das Rendeiras na Casa de Cultura de Saubara 121

Figura 42. Exposição Márcia Ganem na Embaixada do Brasil na França 122

Figura 43. Exposição de Isabelle Arciero-Mahier na França 123

Figura 44.Desfiles Márcia Ganem 124

Figura 45. Imagens da Festa de Inauração da Casa de Cultura de Saubara 152

Lista de Diagramas, Fluxos e Tabelas

Imagem 1 - Fluxo do Design Dialógico 37

Imagem 2 - Mapeamento de Cenário da Cidade de Saubara 98

Imagem 3 Fluxo de Direções das Cadeias de Produtos e Serviços em Torno da Cultura Tradicional. 99

Imagem 4- Mapeamento de Cadeias e Oportunidades Potenciais 100

Imagem 5. Diagrama das Formas de Tangibilização da Cultura no Design Dialógico 102

Imagem 6. Tipos de Tangibilizações Produzidas no Processo Dialógico 103

Imagem 7 – Tabela de Vivências e Intercâmbios 125

Imagem 8- Tabela de Mix de Difusão 128

Imagem 9 -Tabela de Modelagem de Cadeias de Valor 132

Imagem 10- Diagrama de Fluxo de Comercialização 134

Imagem 11- Tabela de Formas de Comercalização 137

Imagem 12- Diagrama de Cenários e Objetivo 141

Imagem 13- Tabela de Objetivos Intermediários 143

Imagem 14-Diagrama de Definição das Atividades 144

Imagem 15- Tabela de Monitoramento do Diálogo 148

Imagem 16- Tabela de Monitoramento com Pergunta Avaliativa 149

INTRODUÇÃO

A pesquisa *Design Dialógico: Uma Estratégia para a Gestão Criativa de Tradições*, surgiu da observação do relacionamento entre designers e artesãos ao longo de uma década de trabalho como designer de moda, artesã e pesquisadora da cultura artesanal. Ao longo desse tempo, foi possível identificar a dificuldade de designers em reconhecer e incluir os valores identitários em suas proposições de produto, o que repercute na perda de diferenciação e consequente perda de competitividade no mercado global. Além disso, nas intervenções de design junto aos artesãos tradicionais, é percebida a dificuldade dos designers em entender e incluir a cultura e modo de vida dos artesãos, em proposições de produto e em formas de gestão, o que tem causado uma grande tensão no relacionamento e pouca efetividade de resultados.

Por outro lado, nessa observação, foi também percebida a dificuldade dos artesãos em exercer uma governança ativa, no encontro de caminhos para a dinamização de suas tradições, vendo seus saberes e fazeres excluídos do espaço contemporâneo, com risco crescente de descontinuidade.

Esta pesquisa tem por premissa que é de grande relevância para a construção de materialidades no mundo globalizado, a relação dialógica[1] entre o design[2] e as tradições artesanais, por isso, estabelece-se como objetivo examinar esse relacionamento e propor uma metodologia de trabalho, baseada na criação de um espaço colaborativo, no qual se reconheça e inclua os contextos culturais, condição que contribuiria para a preservação de tradições e para a diferenciação e competitividade no design.

---

1 Dialógico (do grego *dialogikós*, relativo a diálogo, discussão, conversação), dialogismo se dá a partir da noção de recepção/compreensão de uma enunciação, a qual constitui um território comum entre o locutor e o locutário. Pode-se dizer que os interlocutores, ao colocarem a linguagem em relação frente um a outro, produzem um movimento dialógico. O diálogo, no sentido estrito do termo, não constitui, é claro, senão uma das formas, é verdade que das mais importantes, da interação verbal pode-se compreender a palavra "diálogo" num sentido amplo, isto é, não apenas como a comunicação em voz alta, de pessoas colocadas face a face, mas toda comunicação, de qualquer tipo que seja (BAKHTIN, 1979, p. 109).

2. Segundo Schneider (2010) o design é a visualização crítica e sistemática dos processos de nteração das mensagens de diferentes atores sociais.

1 BASE TEÓRICA E METODOLÓGICA

As teorias que sustentam esta dissertação estão nos campos do design, inovação, dialogia, cultura e gestão social com enfoque em tradições artesanais. O design tradicional, que trabalha com foco no produto, tem causado uma tensão no relacionamento entre designers e artesãos, decorrente da espectativa que se estabelece, de que o artesanato, seja suficiente para estabelecer o caminho de sustentabilidade para comunidades tradicionais. Geralmente essa sustentabilidade não ocorre, o resultado da ação sobre produto é pontual e quando a ação termina, os seus efeitos também terminam.

Neste estudo, consideramos que artesanato tradicional, não é e nem pode ser visto apenas como um produto, ele representa uma cultura e é essa percepção que indica a necessidade de entendimento da riqueza de universo e da inclusão dessas nuances em projetos que contemplem as muitas materialidades e caminhos de sustentabilidade possíveis, entre elas, o artesanato e, para além desse, o próprio modo de vida dessas comunidades. Assim é possível perceber a ampliação do espectro do produto para o turismo, a cultura, a moda, a decoração, a gastronomia, os saberes e tantos outros, saindo de uma visão monofocal, para uma visão polifocal da atuação do design.

É perceptível que todas essas possibilidades de vetores econômicos, propiciam uma visão conjunta e colaborativa, baseada no fazer tradicional, onde as possibilidades de sustentabilidade são maiores e os resultados são coletivos e distribuídos no local. Segundo Carlos Teixeira[3], numa abordagem do design sobre cadeias de valor[4]:

> O design deve atuar combinando o desenvolvimento de produtos ao desenvolvimento de serviços e essa combinação pode ser definida como o resultado de uma inovação estratégica, que muda o foco do problema para o

3. Entrevista concedida por Carlos Teixeira, em Nova York em setembro de 2013. Carlos Teixeira é PhD pelo Instituto de Tecnologia de Illinois e professor da Parsons, The New School of Design de NY, com pesquisa em design, cadeias de valor, empreendedorismo e inovação, com foco nos países emergentes.

4. Segundo Rocha e Borinelle (2006, p. 4), cadeia de valor é um conjunto de atividades que se inicia com a origem de recursos e vai até o descarte do produto pelo consumidor final.

> foco da solução e a venda de um produto somente, para a venda de um sistema de produtos e serviços.

Essa amplitude de atuação, atende às necessidades específicas da combinação de demandas dos designers e grupos tradicionais, na qual se incluem as relações com os diferentes *stakeholders*. Ou seja, parcerias inovadoras são necessárias entre os artesãos e as forças atuantes na localidade, como organizações governamentais, não governamentais, empresas, universidades e outros. "O design tem sido cada vez mais entendido como uma das áreas capazes de lidar com esse nível de percepção e inclusão de contextos complexos" (Design Livre, p.22).

É possível uma atuação nesse sentido. Contudo, indicamos, nesta pesquisa, que a efetividade de resultados no relacionamento entre o design e a tradição se dá através da criação de um espaço dialógico de entendimento e inclusão, no qual o elemento que possibilita a efetiva ação e transformação é o reconhecimento dos valores individuais e a inclusão do outro, como afirma Freire, em Pedagogia do Oprimido: "O ser dialógico sabe que é exatamente o tu que o constitui [...]" (FREIRE, 1987, p.165).

O *Design Dialógico nas Tradições Artesanais* surge da busca de como criar uma relação simétrica de mútuos benefícios de reconhecimento e inclusão dos contextos culturais e, nesse caminho, ele se apropria de conceitos de dialética e síntese, advindos da Pedagogia do Oprimido (FREIRE, 1987) e das premissas do Design Livre (LUDENS, 2012), entre as quais se consideram as seguintes questões:

- O fortalecimento da relação de colaboração, baseada na confiança e no sentido de que todos ganham com o processo;
- O desenvolvimento da autonomia, entendida como a habilidade para criar, inovar, produzir e gerenciar conexões;
- O reconhecimento e a transmissão do repertório intelectual individual num processo de inclusão e ampliação de capacidades.

Esta dissertação entende que o diálogo, a inclusão de competências e a disseminação da autonomia, como base do processo cooperativo, são premissas para a gestão criativa aqui proposta, percebendo a gestão como um ato relacional que se estabelece entre pessoas, objetivando realizações, expressando interesses de indivíduos e grupos, numa

perspectiva dialógica e simétrica, na qual se busca o empoderamento e a força de transformação.

Esta força de transformação, aqui entendida como o fortalecimento trazido pela inclusão das capacidades, é um ato inovador, no qual produtos, processos e serviços diferenciados são criados, partindo-se do princípio de que inovação é um processo de conceber uma nova ideia e colocá-la em uso da maneira mais ampla possível e que esse conceito pode ser aplicado à introdução de novos conhecimentos a outros previamente existentes, com o intuito de criar produtos, serviços, processos e/ou sistemas que sejam novos ou aperfeiçoados (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008).

Contudo, existe ainda um tabu no relacionamento entre tradição e inovação, uma percepção de poucas compatibilidades, na qual se construiu a ideia de que inovar é sinônimo de aparato tecnológico, portanto, distante do alcance dos artesãos tradicionais. Esse é um grande equívoco, porque inovação não é sinônimo de tecnologia e, segundo Boldrini (2006), na realidade dos artesãos, as atividades do sob medida, as demandas diretas dos clientes, são as principais fontes para a pesquisa de ideias e para o desenvolvimento de novos produtos e de novas práticas. Essa percepção da inovação cotidiana na vida dos artesãos é uma quebra de paradigma, que indica que, de uma forma orgânica, não tecnológica, a inovação em produtos e serviços para a cultura artesanal, sempre existiu, mas não foi incorporada enquanto instrumental, nem foi entendida como tal.

A falta de compreensão de o quanto é simples e necessário inovar distancia a tradição de um exercício de renovação de seus conteúdos. Assim, neste estudo, entende-se que existem dois canais de aproximação entre a tradição e a inovação, colocados a serviço da dinamização das tradições.

O primeiro canal é a sistematização da prática da inovação, pelos artesãos, valendo-se do instrumental disposto na relação com o design, para estabelecer as renovações de produtos e serviços, de forma autônoma. Demos, neste estudo, o nome de inovação endógena a esse canal e, para sustentar suas ações, agregamos o conceito da inovação através da ludicidade (CHARALAMPOS; RONSONS, 2006), que preconiza que o brincar estimula novidades e encoraja experimentações.

O segundo canal é a participação dos artesãos em processos de inovações abertas, junto a designers, nos quais novos produtos e novas práticas que incluam cadeias de valor, possam ser empreendidas. Para melhor compreensão dessa perspectiva, buscamos o modelo de inovação aberta, de autoria de Henry Chesbrough, 2003.

O autor considera a interação entre empresas, academias e consumidores em uma dinâmica de co-criação e utiliza a terminologia "Conectividade e Desenvolvimento" que substitui "Pesquisa e Desenvolvimento" e, assim, amplia o universo da inovação através de conexões que vão além das organizações e suas tecnologias. É um contexto de combinação de demandas, no qual designers enriquecem seus repertórios a partir dos conteúdos tradicionais e os artesãos renovam suas tradições, acessando o instrumental da inovação.

Para o desenvolvimento dessa dissertação, foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, baseada em quatro experiências de relacionamento (diálogos) entre comunidades e designers. As técnicas de coleta de dados empregadas foram entrevistas semiestruturadas, observação participante, observação não participante e análise documental (filmes, reportagens, vídeos, fotografias). As entrevistas semiestruturadas foram feitas com artesãos e designers de cada experiência e, também, com teóricos do design estratégico, com o intuito de oferecer suporte ao pensamento sobre design dialógico. Esse material foi registrado em áudio e transcrito.

Com base nas observações participantes e não participantes e na análise de documentos, examinamos práticas para a formulação de estratégias voltadas para a gestão criativa. Foi realizada a análise global de todo o material e, à partir da análise, foram criadas seis fases estratégicas do relacionamento simétrico entre designers e artesãos, que perfazem uma metodologia, aqui denominada como *Design Dialógico nas Tradições Artesanais*, tecnologia essa que contempla as necessidades de designers e grupos tradicionais, envolvendo um processo de trabalho colaborativo, baseado no reconhecimento de identidades, inovação, fruição, economia plural, monitoramento e celebração de resultados.

Essa tecnologia de gestão social é apresentada na forma de um livro que busca contribuir para a revalorização dos territórios humanos, o respeito às identidades no trabalho entre designers e comunidades tradicionais, bem como o reconhecimento da

inovação para a permanência das tradições. O livro "*Design Dialógico nas Tradições Artesanais*" aborda o exercício de diálogo entre o designers e artesãos, enquanto ação colaborativa na qual são empreendidas soluções de produtos, de processos e de serviços, conduzidas essencialmente pelo reconhecimento e potencialização das identidades, criando um campo de sinergias a partir do qual são criadas ações de renovação, tangibilização, fruição e comercialização das materialidades advindas desse processo, com vistas à dinamização de cenários.

Para contribuir com o fortalecimento da relação entre designers e artesãos, enquanto entes autônomos e colaboradores entre si, fortalecidos em suas identidades e em condições propícias para trilhar um caminho parceiro, o livro propõe seis passos, os quais são analisados em cada um de seus seis capítulos, perfazendo a metodologia do *Design Dialógico*.

O primeiro capítulo aborda o reconhecimento das identidades, enquanto elemento condicionante para que se comece um processo de diálogo. São abordados os conceitos relativos à identidade da comunidade tradicional, à identidade do design, buscando perceber os desafios que esses encontram no mundo contemporâneo. Interessa-nos discutir, neste capítulo, como o reconhecimento do repertório individual contribui para gerar mudanças na percepção de valor e como esse fator é fundamental na preparação para o diálogo, ancorados nos conceitos relativos a identidade e diálogo em Bakhtin (1992), Furtado (1984), Moraes (2004) e Morin (1993).

O segundo capítulo fala sobre o aprofundamento do diálogo, a construção do espaço comum, o campo sinérgico, onde se aborda a importância da inovação para a permanência das tradições e a importância dos valores identitários no design contemporâneo. Aponta a brincadeira como instrumento de inovação endógena para a comunidade tradicional, dando ênfase à pesquisa e inovação, como processo de renovação das tradições, e o brincar enquanto estratégia de inovação endógena ao grupo tradicional, com base no conceito de Charalampos e Ronsons (2006). Neste capítulo, é aplicado o *Laboratório de Ideias*, como ferramenta para inovação, na metodologia do *Design Dialógico*.

No terceiro capítulo, são abordadas as materializações do diálogo, apresentando três formas e suportes de tangibilização das identidades contidas no espaço sinérgico: a

materialização em artefatos, a materialização em espaços e a materialização da cultura em espetáculos.

No quarto capítulo, é abordada a ampliação do diálogo, através das possíveis práticas de difusão das materializações surgidas do processo dialógico: os múltiplos canais de fruição (exposição na comunidade, em centros de cultura e através das parcerias com designers) e as diversas formas de fruição (produtos, mídias, vivências e intercâmbios).

O quinto capítulo aborda a capitalização do diálogo: estratégias de comercialização, a economia plural, baseada no conceito de Mauss (1988), Godbout, Jacquest T., em "O Espírito da Dádiva" (1939) e França Filho (2008), o qual fala de um caminho híbrido, entre a lógica de mercado e soluções solidárias, combinando práticas econômicas multidirecionais na comercialização de produtos e serviços decorrentes do processo dialógico. Nessa abordagem sobre economias híbridas, também citamos a economia criativa, na qual, a ideia da multiplicidade de economias aparece nas considerações de De Masi (1999) e também no pensamento dos especialistas da sociedade sustentável, Manzini e Vezzoli (2008, p. 50), os quais afirmam que a sociedade sustentável se apresenta como um sistema complexo, onde, além das tradicionais economias de produção e mercado, surgem: a economia informal e voluntária, a economia solidária, a economia social, a economia do terceiro setor, a economia distribuída, a economia dos resultados, a economia criativa, entre outras.

Por fim, o capítulo 6 discorre sobre a celebração do diálogo, a apreciação dos resultados, abordando a cultura de monitoramento de todos os passos do *Design Dialógico*, enquanto instrumento de gestão, baseado nos princípios da avaliação de Boullosa e Araújo (2009) e Mokate (2000). Discute a importância do desenvolvimento de capacidades de avaliação e monitoramento, na busca em articular e combinar avaliações que resultem em abordagens mais pluralistas, com uma leitura mais ampla da realidade. Este capítulo fala também da importância do reconhecimento e da celebração de resultados vividos no processo dialógico, num voltar os olhos para tudo que foi construído e para toda a aprendizagem que o processo proporcionou.

2. PRODUTO: PROPOSTA DO LIVRO DESIGN DIALÓGICO NAS TRADIÇÕES ARTESANAIS

Design Dialógico nas Tradições Artesanais

Márcia Ganem

Sumário

Introdução 30

2.1 Começando o Diálogo: Reconhecimento das Identidades 41

2.1.1. A Identidade do Design 42

2.1.2 A Identidade do Artesão Tradicional 46

2.1.3 Diário do Diálogo 46

2.1.4 Estudo de Caso do Design Dialógico com as Rendeiras de Saubara 47

2.1.4.1 Sobre as Rendeiras de Saubara 48

2.1.4.2 Sobre a Formação do Coletivo de Arte e Design no Diálogo com as Rendeiras de Saubara 58

2.1.4.2.1 Márcia Ganem e a Utilização da Fibra de Poliamida na Moda 60

2.1.4.2.2 Isabelle Arciero Mahier e o Trabalho com os Fios de Seda 62

2.1.4.2.3 Ricardo Fernandes e a Fotografia de Moda sobre os Conteúdos Tradicionais 64

2.1.4.2.4 Inês Grimaux e a Fotografia do Cotidiano 66

2.2 Aprofundando o Diálogo: A Renovação das Identidades 68

2.2.2 Inovação Endógena ao Grupo Tradicional 71

2.2.2.1 Caminho para Construção da Inovação Endógena 71

2.2.2.1.1 Sensibilização dos Artesãos para a Inovação Endógena 72

2.2.2.1.2 Identificação da Inovação no Grupo 73

2.2.2.1.3 O laboratório de Idéias 74

2.2.1.1.3.1 Parâmetros para aplicação da dinâmica 75

2.2.1.1.3.3 Aplicação da Dinâmica 76

2.2.1.1.3.3Resultados da Oficina de Idéias junto à IBCM 81

2.2.2 Inovação Aberta (Open Innovation) 85

2.2.2.1 Inovação Aberta Sobre Produto 85

2.2.2.1.1 Inovação no Produto Através do Uso de Novos Materiais 87

2.2.2.1.2 A Inovação Sobre Materiais no Trabalho de Márcia Ganem 88

2.2.2.1.2.1 A Renda de Bilro em Fibra de Poliamida no Diálogo com as Rendeiras de Saubara 90

2.2.2.1.2.2 O Filé em Fibra de Poliamida no Diálogo com a Sociedade Beneficente 25 de Junho 92

2.2.2.1.2 Inovação na Criação de Novas Tipologias de Rendas, à Partir das Técnicas Tradicionais 93

2.2.2.1.2.1 A Renda Flor da Maré de Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara 94

2.2.2.1.2.2 A Renda Saubara de Isabelle Mahier e as Rendeiras de Saubara 96

2.2.2.2 Inovação Aberta Sobre Cadeias de Valor- A Modelagem de Negócios Sustentáveis 97

2.2.2.2.1 O Mapeamento de Cenários – A Identificação dos Potenciais Locais 98

2.2.2.2.2 O Mapeamento de Cadeias de Valor Potenciais 100

2.3 Materializando o Diálogo: Tangibilização das Identidades 101

2.3.1 Tangibilização Através de Espaços 104

2.3.1.1 Espaço Físico 104

2.3.1.1.1 A Casa de Cultura de Saubara – O Espaço de Referência da Cultura Local 105

2.3.1.1.2 A Casa de Castro Alves – O Espaço de Referência para o Coletivo de Artistas 107

2.3.1.1.3 Espaços Virtuais 109

2.3.2 Tangibilização em Artefatos 109

2.3.3.1 Produção de Artefatos Voltados para a Comunidade Tradicional 109

2.3.3.1.1 A Cestaria em Seda no Diálogo com a IBCM 110

2.3.3.2 Produção de Artefatos Voltados para o Design 111

2.3.3.2.1 As Coleções de Moda de Márcia Ganem sobre a Renda de Bilro, Nhanduti, Filé e Macramê 111

2.3.3.2.2 A Criação de Novas Tipologias Artesanais 116

2.3.3.2.2.1 A Renda Flor a Maré 116

2.3.3.2.2.2 A Renda Nira 117

2.3.4 Tangibilização da Identidade em Espetáculos e Celebrações 118

2.3.3.1Celebrações e Espetáculos Voltados para a Cultura Tradicional 118

2.3.3.1.1. As Festas Populares 118

2.2.2.1.4 Exposições Sobre a Cultura Local 120

2.3.3.2 Espetáculos Voltados para o Design 121

2.3.3.2.1 Exposições 121

2.3.3.2.1.1.Exposição de Márcia Ganem e Ricardo Fernandes em Paris 122

2.3.3.2.1.2 Exposição do trabalho de Isabelle Arciero-Mahier na França 122

2.3.3.2.2 Desfiles 123

2.3.3.2.2.1 Desfiles Márcia Ganem 124

2.3.4 Tangibilização através de Vivências e Intercâmbios 124

2.3.4.1 Turismo Cultural 125

2.3.4.2 Intercâmbios e Residências 126

2.4 Ampliando O Diálogo – Fruição dos Resultados 127

2.4.1 Mix de Difusão 129

2.4.1.1 Mídias (impressa, web, digital, audiovisual) 129

2.4.1.2 Audiovisual 129

2.4.1.3 Articulação - Os Diálogos Institucionais 130

2.4.1.4 Modelagem de Cadeias e Geração de Negócios Sustentáveis 131

2.5 Capitalizando o Diálogo: Estratégias de Comercialização 133

2.5.1 Comercialização à Partir do Grupo Tradicional 134

2.5.1.1 Sentidos do Fluxo Multi Vetorizado de Comercialização 135

2.5.1.2. 1 Do Grupo Tradicional para o Mercado 135

2.5.1.2. 2 Do Mercado para o Grupo Tradicional 135

2.5.1.2.3 Do Grupo Tradicional para o Designer 135

2.5.1.2.4.Do Designer para o Mercado 136

2.5.1.2.5.Do Designer para o Grupo Tradicional 136

2.6 Celebrando O Diálogo - Apreciação de Resultados 138

2.6 .1 Por que avaliar 139

2.6 .2 De Volta ao Começo - O Marco Conceitual 140

2.6.3 Cenário: A Situação Atual 140

2.6.4 O Objetivo Maior: O que se Pretende com o Diálogo 141

2.6.5 Objetivos intermediários 142

2.6.6 A definição das atividades 143

2.6.7 A Pergunta Avaliativa 145

2.6.8 Os Indicadores – Composição Quali e Quanti 145

2.6.9 Forma de Coleta de Dados 147

2.6.10 Monitoramento das Fases do Projeto-Geração de Informações 148

2.6.11 Compartilhando as Informações, Dividindo Responsabilidades

e Somando Possibilidades 150

2.6.12 A Celebração dos Resultados 151

2.7. Conclusão do Livro 153

INTRODUÇÃO

Design Dialógico é uma ação projetual, colaborativa, entre dois entes, na qual o processo é conduzido essencialmente pelo reconhecimento, potencialização e inclusão de identidades. No *Design Dialógico*, não existe uma relação de sujeito e objeto, mas de sujeitos, em processos de troca de saberes e conteúdos, que se enriquecem e se alimentam, em suas diferenças, criando um campo de complementaridades e sinergias, com vistas à dinamização mútua de cenários.

As bases do *Design Dialógico* são:

- O fortalecimento da relação de colaboração, baseada na confiança e no sentido de que todos ganham com o processo;
- O desenvolvimento e disseminação da autonomia, entendida como a habilidade para criar, inovar, produzir e gerenciar produtos, processos, serviços e conexões;
- O reconhecimento e a transmissão do repertório intelectual individual num processo de inclusão e ampliação de capacidades: fazer-se entender, entender o outro e incluir novas competências;
- Visão polifocal de resultados.

O *Design Dialógico nas Tradições Artesanais* é uma ação colaborativa e de trocas, estabelecida entre designers e artesãos tradicionais, na qual são empreendidas soluções de produtos, processos e serviços, conduzidas essencialmente pelo reconhecimento e potencialização das identidades, criando um campo de sinergias a partir do qual são criadas ações de renovação, através dos instrumentais de inovação, ações de tangibilização, fruição e comercialização das materialidades advindas desse processo, com vistas à dinamização de cenários.

Ao longo de uma década de trabalho junto a comunidades tradicionais e a partir do processo de pesquisa para o desenvolvimento da metodologia do *Design Dialógico*, refletindo sobre os problemas enfrentados por designers e artesãos no espaço contemporâneo, foi possível observar que, entre esses dois contextos, existe um hiato causado, principalmente, pela falta de entendimento dos valores dessas partes.

Considerando a relevância para o mundo globalizado e sua construção de materialidades, o diálogo entre o design e as tradições astesanais, o *Design Dialógico* investe na sensibilização de designers e artesãos quanto à importância da aproximação e da geração de um campo de sinergia entre eles, onde se fortaleça e se diferencie o design e onde se renovem e dinamizem as tradições artesanais, num vasto campo de complementaridade.

Existe um expressivo legado artesanal no espaço contemporâneo, instaurado historicamente pela contribuição de diversas etnias e esse legado permanece vivo, mantido pelas comunidades de artesãos tradicionais. Contudo, esses saberes e fazeres ainda não conseguem representar reais vetores de sustentabilidade socioeconômica para tais comunidades.

Os artesãos tradicionais vivem uma dicotomia estrutural, caracterizada pela ruptura entre a grande riqueza dos seus saberes e a desvalorização histórica associada ao artesanato. Segundo Furtado (1984), esse elemento é um legado dos processos civilizatórios, nos quais a cultura popular era tida como de menor valor, marginal, entendida pelas elites como estranha, de mau gosto, deselegante, reduzida a uma referência negativa, símbolo de atraso, atribuindo-se significado nulo à sua herança cultural e se recusando valia à sua criatividade artística.

Nesse contexto de invisibilidade, os artesãos vivenciam dificuldades em dinamizar as suas tradições e, nos conglomerados rurais, onde se situa a grande maioria das comunidades tradicionais, mesmo em parcas condições de entrada formal no mercado de trabalho, os jovens não reconhecem em suas tradições, uma possibilidade real de geração de renda, o que coloca esses saberes e fazeres em um sério risco de descontinuidade.

Mesmo considerando um mundo contemporâneo em intensa mobilidade e comunicação, com tênues fronteiras, o entendimento e a afirmação da cultura, da história e de valores locais contribuem significativamente no processo de diferenciação e identidade, elementos importantes para o sentido de pertencimento e estabelecimento do vínculo entre pessoas e lugares. São essas digitais que distinguem e humanizam um lugar e sem elas, não importaria estar na Bahia, em Nova Iorque ou em Dubai, o mundo seria um território neutro, como shopping centers ou condomínios, espaços homogêneos a

serviço dos grandes interesses de consumo, onde se busca o esquecimento dos valores locais, das diferenças, em função da afirmação de espaços expatriados e alienados do entorno.

O esquecimento dos diferenciais, das identidades, é um grande risco na conduta de homogeneização dos lugares; é sinônimo do esquecimento da história, da construção social, que compreende as tradições que ali foram criadas e que, no contexto urbano, se tornam invisíveis e esquecidas.

Criar materialidades no mundo contemporânceo que visibilizem essas identidades é um grande desafio e uma grande contribuição do design para a sociedade. Assim, percebe-se a existência de um vasto campo de complementaridades e oportunidades entre a inovação e a tradição, entre designers e artesãos, que, por um lado, fortalece o design, ampliando o seu repertório e, por outro lado, contribui para a sustentabilidade e manutenção dessas tradições.

É desse campo de complementaridades, de sinergias, que trata o *Design Dialógico*, mas, para que ele seja possível, é necessário entender os potenciais, de cada componente do diálogo e os desafios que precisam ser superados para gerar as complementaridades.

No *Design Dialógico*, as diferenças são os maiores ativos, considerando que estas representam a riqueza e pluralidade de conteúdos, num ambiente onde é estimulado o interesse e o alcance de realidades distintas, no sentido de dar e receber informações, se fazer entender e entender o outro e incluir novas capacidades, enquanto, base para a construção colaborativa.

Para os grupos tradicionais, existe uma grande dificuldade em sair do seu contexto, de sua zona de segurança, e estabelecer um exercício de contato com o cenário contemporâneo, com códigos absolutamente diversos do seu. Da mesma forma, para os designers oriundos de uma cultura industrial, compreender as nuances e especificidades da cultura artesanal também é um exercício bastante complexo.

Para que seja possível o exercício do *Design Dialógico nas Tradições Artesanais* e, portanto, que haja concentração de esforços no sentido de criar o campo sinérgico, vamos trazer alguns desafios que precisam ser entendidos e superados:

Desafio 1- A Compreensão e Inclusão das Identidades como Base Dialógica - O Reconhecimento

No encontro entre designers e grupos tradicionais, os atributos de cada parte podem ser vistos como um entrave de relação: o grupo tradicional fechado para a inovação e o designer fechado para o modo de vida dos artesãos. Porém, no *Design Dialógico*, o repertório individual é percebido e depositado como ativo no campo sinérgico, para que seja manejado como argumento e elemento na agregação de valor, ao que venha a ser produzido à partir do diálogo. A compreensão e a inclusão de identidades é a condição *si ne qua non* para o *Design Dialógico*, o que infere sentido a qualquer nível de cooperação. Tal parâmetro é capaz de criar um espaço comum e, ao mesmo tempo, fortalecer os espaços individuais.

Faz-se necessário pensar que a integração exige um reconhecimento do outro e o entendimento da contribuição de cada um, num processo que leva em conta limites e potencialidades. Assim, é fundamental compreender códigos contidos nos grupos tradicionais, como o tempo empreendido na elaboração de cada peça, a singularidade de cada artefato, a importância das relações interpessoais e de confiança no processo de gestão, o universo de sutilezas que envolve o modo de vida. Da mesma forma, os valores que envolvem o design devem ser compreendidos, sua capacidade inovadora, propondo novos materiais, novos conhecimentos, novos processos, novas formas, novos usos, como grande elemento de vitalidade e dinamização.

Desafio 2 - A Necessidade de Qualificar o Vínculo no *Design Dialógico* – Gerando Maior Confiança, Protagonismo e Autonomia

O *Design Dialógico* é baseado na relação de colaboração. Portanto, um elemento fundamental para que se crie o campo cooperativo e sinérgico é a confiança, baseada no respeito e reconhecimento das identidades. A qualidade do vínculo é que vai revelar o potencial de geração de valor, perenidade de ações e a capacidade de transformação positiva de cenários, tanto para designers quanto para artesãos e para os empreendimentos compartilhados, surgidos a partir do diálogo.

Para que seja possível criar o campo sinérgico, colaborativo, é fisicamente necessária a produção ativa de energia de cada parte, é necessário que cada ente do processo dialógico, artesãos e designers, coloque sua energia no movimento, na dinâmica, no processo de desenvolvimento.

Esse desenvolvimento é entendido aqui como um conceito, no qual a produção e a distribuição de seus frutos são gerados e usufruídos pelos participantes do diálogo, o que inclui a comunidade como um todo. Portanto, implica em construção participativa e como o tecido social se organiza para isso.

Para que esse sistema seja sustentável, ou seja, para que cada parte sinta os resultados de forma perene, é necessária a incorporação de uma filosofia de ação, na qual todos sejam responsáveis e protagonistas no processo. Não basta que haja reconhecimento do repertório intelectual individual, mas esse repertório passa a fazer parte do outro, num processo de inclusão e ampliação de capacidades. Segundo o conceito de Freire: "O ser dialógico sabe que é exatamente o tu que o constitui [...]" (FREIRE, 2005, p.165).

O tema "reconhecimento e troca" é disseminado no *Design Dialógico*, como fundamento para a ampliação de capacidades, fazendo-se necessária uma relação de confiança, autovalorização e valorização do outro, enquanto amálgama que favorece uma esfera de compreensão e desejo dessa ampliação de conhecimento, onde todos podem ser habilitados para a autonomia criativa, entendida como o desenvolvimento da habilidade para criar, inovar, produzir e gerenciar as conexões.

No *Design Dialógico*, o processo criativo e inovador é atribuição de todos e disseminado em todos os elos da cadeia de valor. A metodologia investe na disponibilização de instrumentais técnicos em cada fase do processo e cria uma trilha de acompanhamento e monitoramento, onde tudo é descrito, codificado e transformado em conhecimento, para que seja um modelo replicável. Assim, tanto o processo criativo, inovador, quanto a expertize e valores dos artesãos tradicionais, são colocados no ambiente de trocas, para geração de ações cooperativas, co-criativas, dentro da perspectiva dialógica.

Desafio 3 – Superar a Visão Monofocal de Produto, no Trato com o Artesanato Tradicional

Na relação entre design e tradição, a ação projetual do design é comumente empreendida sobre um produto. Aqui entendemos que essa é uma visão monofocal, na qual materialidades são implementadas na direção de inovações sobre o produto artesanato tradicional. Existem experiências exitosas com relação a ações monofocais, voltadas apenas para o artesanato, nas quais comunidades funcionam como fábricas sociais, com altos níveis de produção, escala, gestão empresarial e um trato muito sofisticado com relação a toda a cadeia de valor, desde a gestão de insumos até a entrega do produto ao mercado.

Esse é um sistema caro, de difícil continuidade, onde as ações produtivas e relacionais podem ser muito invasivas, implicando em profundas mudanças no modo de vida da comunidade, considerando que essa prática migra soluções estritamente empresariais, numa lógica quase industrial e de mercado, para uma realidade artesanal. Muitas ações de design precisam ser empreendidas para resolver uma chave fundamental para o êxito nesse sistema que é a questão do reposicionamento de valor do artesanato e a escala de produção. Tais ações posicionam o design frente à tradição, como agente desse confronto de realidades.

A visão monofocal de produto, no trato com o artesanato tradicional, é difícil de realizar e de perenizar. Além disso, tenciona a relação entre designers e artesãos e, muito comumente, contribui para o desestímulo no relacionamento entre eles, uma vez que, fundamentalmente, o sucesso econômico nesse sistema tem uma relação direta com uma mudança de cultura no grupo tradicional.

Dessa forma, quando o designer se retira da cena, quando o projeto de intervenção no produto é finalizado, com a inferência de forma, produção, escala e escoamento, mesmo considerando o êxito no projeto focal, a comunidade encontra muita dificuldade em manter a ação, perenizando o modelo produtivo, porque isso não faz parte da sua cultura produtiva e, efetivamente, não terá havido uma mudança favorável de cenário.

Essas dificuldades aqui expostas podem provocar uma sensação de incompatibilidade entre artesãos e designers: os artesãos saem desses processos incapazes de ocupar o lugar de indústria social e permanece sobre suas cabeças o medo de ver seus saberes e

fazeres descontinuados; os designers finalizam essas ações, exaustos, mal compreendidos e desacreditando em empreendimento social.

Esse modelo destoa dos princípios de troca e inclusão de competências do *Design Dialógico*, porque nele, o designer não agrega ao seu trabalho os valores artesanais, os artesãos também não agregam os valores da inovação em seus processos produtivos, nenhuma das partes consegue realmente fortalecer suas individualidades e nem criar o espaço sinérgico, que é o enriquecimento do repertório individual.

No *Design Dialógico*, o artesanato tradicional é muito importante, ele é o centro e precisa ser bom para se manter vivo, mas as ações não podem se restringir a ele. É necessário que haja uma visão polifocal, onde muitos produtos, serviços e relacionamentos são pensados a partir dele, para gerar um sistema multivetorial que aumenta a capacidade de sustentabilidade no processo, baseado no reconhecimento e valorização de cada cultura.

A Visão Polifocal no *Design Dialógico* - A Capacidade de "Ver" o Horizonte de Possibilidades

O *Design Dialógico nas Tradições Artesanais* considera que o artesanato tradicional não é e nem pode ser visto apenas como um produto; ele representa uma cultura e, a partir do entendimento da sua importância, muitas materialidades são possíveis, entre elas, está o artesanato, mas para além desse, está o próprio modo de vida dessas comunidades, o que essas culturas tradicionais são e o que representam. Dessa forma, percebe-se a ampliação do espectro do produto para o turismo, a moda, a decoração, a gastronomia, saberes e tantos outros, saindo de uma visão monofocal, para uma visão polifocal de resultados.

Para lidar com uma possibilidade tão vasta de materializações da cultura tradicional, é necessária também uma compreensão vasta de possibilidades de vetorizar economicamente essas materializações. Assim, no campo da economia plural e da economia criativa, está o suporte para o entendimento de uma estratégia capaz de dar conta desse tema; nele se incorporam formas híbridas de comercialização, combinando o fortalecimento da comunidade e da ação junto aos parceiros do sistema dialógico.

Estamos falando de empreendedorismo social, onde a lógica e as competências do *Design Dialógico* são prementes, considerando que as comunidades de artesãos tradicionais são *locus* de extrema riqueza e complexidade, onde o campo sinérgico, desde a identificação de oportunidades e modelagem de novos negócios, até o impacto que isso pode trazer na transformação de cenários, é muito grande.

A gestão criativa de tradições é um modelo alternativo de gestão, que tem como foco de atuação a cultura da organizacão e a cultura local, envolvendo todos num processo criativo integrado e cooperativo. O *Design Dialógico* transforma-se numa estratégia para a gestão criativa, à medida em que busca o reconhecimento de identidades, como base de fortalecimento, para à partir dela, empreender a cooperação, a disseminação da autonomia, o protagonismo dos entes, enquanto fonte criativa.

As fases da metodologia envolvem reconhecimento, renovação e materialização das identidades, fruição e estratégias de comercialização dos resultados e apreciação do processo dialógico, com suas respectivas formas e fontes de alimentação de dados, conforme exposto na Imagem 1 abaixo.

Imagem 1 - Fluxo do *Design Dialógico*

A fase 1 do fluxo do *Design Dialógico* refere-se ao início do processo de diálogo, baseado no reconhecimento das identidades, onde, a partir dos conceitos relativos a identidade e diálogo em Bakhtin(1992), Furtado(1984), Moraes(2004) e Morin (1993), discute-se como o reconhecimento do repertório individual contribui para gerar mudanças na percepção de valor e que esse fator é fundamental na preparação para o diálogo.

Reconhecendo a importância das tradições artesanais, a importância do elemento inovador do design e de soluções sinérgicas do encontro entre esses no mundo contemporâneo, busca-se perceber os contornos do cenário onde cada ente do processo dialógico está imerso e os desafios que os artesãos e designers enfrentam para o reconhecimento das suas identidades e a identidade do outro.

A fase 2 refere-se ao aprofundamento do diálogo, onde é abordada a importância da inovação para a permanência das tradições, apontando a brincadeira como instrumento de inovação para a comunidade tradicional, com ênfase à pesquisa e inovação, como processo de renovação das tradições, e à brincadeira enquanto estratégia de inovação endógena ao grupo tradicional.

Com base no conceito de Charalampos e Ronsons (2006), é aplicado o instrumental do Laboratório de Ideias, contido na metodologia do *Design Dialógico*, foram também realizadas entrevistas com as rendeiras e designers que desenvolveram trabalhos conjuntos e pesquisa documental.

A fase 3, aborda a materialização do diálogo, a tangibilização das identidades, onde são consideradas três formas e suportes de tangibilização das identidades contidas no espaço sinérgico, a saber: a materialização em artefatos, a materialização em espaços e a materialização da cultura em festas e espetáculos. São realizadas pesquisas com as artesãs e atores da cultura local, observação de realidade, vivência direta com a comunidade e com os designers.

Na fase 4 - Ampliação do diálogo, práticas de fruição, são abordadas as diversas práticas possíveis de difusão, como exposições na comunidade, no centro de cultura, além das proposições de fruição através das parcerias com designers. São realizadas pesquisas com as artesãs e atores da cultura local e observada a vivência direta com a comunidade e com os designers.

A fase 4 - Capitalização do diálogo: estratégias de comercialização aborda a economia plural, baseada no conceito de Mauss(1988) e França Filho(2008), o qual fala de um caminho híbrido entre a lógica de mercado e soluções solidárias. Para isso, são realizadas pesquisas com as artesãs e atores da cultura local, através da observação de realidade, vivência direta com a comunidade e com os designers participantes do processo.

A fase 6 - Celebração do diálogo: apreciação dos resultados, vai abordar a disseminação da cultura de monitoramento interna aos participantes do processo, enquanto instrumento de gestão, são disponibilizados os instrumentos de avaliação, com base nos princípios da avaliação de Boullosa, Edgilson (2009) e Mokate (2000).

O *know-how* apresentado neste livro pode ser capitaneado pelo grupo de artesãos, pelos designers ou por gestores sociais, contudo, o sucesso dessa metodologia está na disseminação da cultura cooperativa e inovadora, onde todos participam do processo de gestão e todos realizam seus princípios dentro do seu universo, em busca da auto-organização, compartilhamento de conhecimento e sustentabilidade.

Por isso, os seus resultados possibilitam o surgimento de modelos de negócios sustentáveis, considerando que desse sistema podem proliferar proposições de novos empreendimentos para designers e para grupos tradicionais, em interfaces com o turismo, serviços, gastronomia e outros, ampliando a perspectiva de produto.

A visualização ampla de cenários e criação de plataformas e instrumentos de mobilização e mediação de diferentes cadeias e atores sociais, trabalhando soluções no campo do empreendedorismo social, design, gestão, inovação e identidade são os principais resultados que se busca na implantação dessa metodologia. A tecnologia é inclusiva, em todos os aspectos, baseada na filosofia do diálogo, na percepção de multivetores de produção e fruição, coerentes com os princípios da economia plural, porque investe numa lógica híbrida entre economia solidária e de mercado.

Ressaltamos aqui algumas abordagens de resultados desse diálogo:

Para as comunidades tradicionais, esse modelo pode contribuir para a sustentabilidade das matrizes tradicionais, tendo por premissa a valorização da identidade e da

governança dos grupos, buscando compatibilizar a necessidade de desenvolvimento humano, com a preservação cultural e ambiental.

Para os designers, o *Design Dialógico* cria um campo espectral de atuação, na percepção e modelagem de negócios sustentáveis, na criação ou interação com as cadeias produtivas ou de serviços necessárias.

Para as forças locais atuantes: gestão pública, privada, terceiro setor e universidades, a tecnologia busca dialogar com a construção de políticas públicas, com empresas privadas e seus sistemas de responsabilidade social, universidades e o terceiro setor, buscando a abertura de uma plataforma sistemática de diálogo com as comunidades tradicionais, visando a interação proativa, construindo bilateralidades com o lugar e suas tradições, a fim de alcançar múltiplas formas consensuadas de implantação de um sistema sustentável, que favoreça o desenvolvimento humano, à partir de alianças eficazes.

2.1 Começando o Diálogo: Reconhecimento das Identidades

> Não há diálogo, porém, se não há um profundo amor ao mundo e aos homens. Não é possível a pronúncia do mundo, que é um ato de criação e recriação, se não há, amor que a infunda.
> Sendo fundamento do diálogo, o amor é, tambem, diálogo. Daí que seja, essencialmente tarefa de sujeitos e que não possa verificar-se na relação de dominação. Nesta, o que há, é patologia de amor: sadismo em quem domina; masoquismo nos dominados. Amor, não, porque é um ato de coragem, nunca de medo, o amor é compromisso com os homens. Onde quer que estejam estes, oprimidos, o ato de amor, está em comprometer-se com a sua causa. A causa da sua libertação. Mas esse compromisso, porque é amoroso, é dialógico. (FREIRE, Paulo, 1970, p. 45)

Existe, no processo de diálogo, um elemento fundamental que é a identidade individual, um repertório intelectual que se refere àquilo que cada parte desse diálogo traz em si e que possue ligação direta com a sua história, cultura, experiência de vida e de trabalho. O reconhecimento dessa identidade contribui para o fortalecimento de cada um e se constitui como a contribuição para a identidade cultural e social do que será empreendido conjuntamente.

Muito comumente, artesãos tradicionais e designers vivem uma grande dificuldade em estabelecer uma relação de paridade, essa dificuldade está tambem associada à falta de compreensão, conhecimento e valorização das identidades. Nem a comunidade percebe as particularidades do design e sua cultura, nem os designers conhecem as particularidades das comunidades tradicionais, portanto, pouco sabem sobre como realizar um trabalho conjunto. A fim de preencher essa lacuna, este capítulo debruça-se sobre os conceitos e a compreensão dos universos particulares do design e das tradições artesanais e sobre o entendimento de como essas digitais estão diretamente interligadas às sinergias e caminhos produzidos, no processo dialógico.

2.1.1 A Identidade do Design

A palavra "design" vem do latim *designare*, que significa traçar, descrever e planejar. Pode-se falar aqui do design enquanto instrumento de idealização e criação de algo ou ação, orientado por uma intenção ou objetivo, normalmente para a solução de um problema. Essa é uma atividade projetual (traça e descreve) e estratégica (planeja).

Maldonado define *"design"* como uma atividade projetual que consiste em determinar as propriedades formais dos objetos a serem produzidos. *(Tomás Maldonado, 1961)*

Para o alcance do objetivo que é a solução de um problema, uma das principais capacidades do design é o desenvolvimento da escuta e observação. Esses são os canais de percepção e análise de cenário que permitem identificar onde estão os gargalos, não só no produto, mas em toda a cadeia de valor, o que compreende a observação do universo do qual esse produto faz parte, pensando soluções de uma forma mais ampla.

Em entrevista concedida por Carlos Teixeira, ele indica que:

> A gestão sobre a cadeia de valores é, por muitas vezes, quem define o produto, ou os produtos, e o sucesso na implementação de cada um deles.Portanto, o trabalho do designer não está apenas na prancheta, no desenho de produto, mas no desenvolvimento de capacidades, para a visualização e intervenção na cadeia de valor, atuante a partir de um tema.

Cadeia de valor, segundo Rocha e Borinelle (2006, p. 4), é um conjunto de atividades que se inicia com a origem de recursos e vai até o descarte do produto pelo consumidor final.

Na condição multifocal de abordagem de atuação do *Design Dialógico*, é importante agir sobre o artesanato tradicional e sua cadeia de valor, ou seja, insumos, produção, comercialização e logística de entrega, entendendo e fluidificando o movimento de todo o sistema.

O *Design Dialógico* age na percepção de oportunidades para a dinamização do cenário no qual o artesanato tradicional existe. Por exemplo, a partir do diálogo com a comunidade tradicional e da visualização das forças que atuam na localidade, podem ser identificados os potenciais de produtos e serviços, como artesanato, moda, decoração, turismo, gastronomia, o que delinea o entendimento sobre as diversas cadeias de

produtos e serviços existentes, ou a serem construídas. Assim, cria-se um universo propício para o desenvolvimento direto do grupo tradicional e da comunidade ao qual ele pertence, ou seja, a ampliação do processo e seus resultados para a localidade.

O design possui o *know-how* para identificar oportunidades, para agregar valor e, principalmente, tem a capacidade de influenciar, de articular cenários. Este trabalho inicia-se com o levantamento da realidade, na observação e na escuta, buscando a compreensão das forças atuantes na comunidade tradicional.

O Relatório de Economia Criativa da United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD, 2008) descreve o design como ferramenta de criação funcional, geradora de renda e de sustentabilidade.

Para Edna dos Santos, pesquisadora da UNCTAD, o conceito de Economia Criativa usado no Relatório estabelece uma "relação ou interface entre economia, tecnologia e a sociedade, utilizando a criatividade como *input* básico. Como os produtos possuem conteúdo criativo, ideias transformadas em produtos e serviços têm objetivo de mercado, com conteúdo cultural e impacto econômico e social". (SANTOS, 2009)

O *Design Dialógico nas Tradições Artesanais* aborda a importância da inclusão dos contextos culturais no universo de materialidades contemporâneas, enquanto caminho de alinhamento entre a cultura e o desenvolvimento humano, social e econômico das comunidades tradicionais, a partir dos princípios da economia criativa.

A complexidade que os contextos tradicionais trazem é muito grande, pela diversidade de forças atuantes. Assim sendo, o *Design Dialógico*, nesses ambientes, é um instrumento capaz de identificar e articular essas cadeias multidirecionais. A chave de atuação do *Design Dialógico* é a capacidade de inovar e agregar valor sobre produto e, para além dele, sobre as cadeias de produtos, serviços e redes de relacionamento, dentro das potencialidades que se apresentam no cenário, agregando valores culturais a outras atividades e setores e entendendo o que precisa ser criado, dentro desse cenário, para que a dinamização seja possível.

Os Atributos do Design na Percepção de Multicadeias

De acordo com as observações no processo de pesquisa, foram percebidos e estruturados três atributos do design, necessários para a percepção das multicadeias atuantes na realidade dos grupos tradicionais:

- **Design enquanto catalizador**

Esse atributo refere-se à capacidade do design de estimular mudanças ou acelerar processos. O *designer,* em primeira instância, através da escuta e da observação fina, é o elemento que vai visualizar o cenário e perceber as cadeias que podem ser mobilizadas, promovendo um mecanismo de ativação. As informações são abundantes, mas é necessário contextualizar, entender e transformar as informações em ideias, criar um conceito e transformá-las em propostas de inovação.

- **Design enquanto modelador**

A modelagem é a capacidade de dar forma, de transformar os indicativos da escuta e da observação, em ideias, em inovação, em mudança de mentalidade. A partir do conceito e da proposta de agregação de valor e inovação sobre as cadeias, o designer posiciona-se como o modelador, aquele que planifica, monta, percebe a forma, modela a ação, entende o conceito do todo, mas trata e modela por partes, planificando as cadeias.

- **O design enquanto orquestrador**

A orquestração é a capacidade de compreender as interfaces, as conjunções, e identificar pontos de intercessão, os vínculos. Por exemplo, as forças atuantes no lugar podem estar desarticuladas e cabe ao designer promover a visualização do cenário conectivo, compreender as interfaces e buscar soluções integradas para essa complexidade, estimulando práticas que consigam unir os elos das cadeias de valor que se apresentam.

O designer na gestão de interfaces tem o desafio de influenciar os *stakeholders*, buscando entender e dialogar com eles, com base nos benefícios particulares, ou seja, o diálogo só se faz possível, se o *stakeholder* entender, na sua linguagem, os benefícios que serão alcançados na aliança. Contudo, esse benefício individual será uma parte do todo, do esforço comum, que é o desenvolvimento sócio ambiental para a comunidade.

Essa é a percepção do campo de ação do *Design Dialógico*: um trabalho colaborativo, sinérgico, que exige uma visão mais abrangente, onde o designer se posiciona, não mais como prestador do serviço criativo, mas como modelador de empreendimentos socialmente sustentáveis, expandindo seu âmbito de atuação para identificação ou mesmo criação de outras cadeias, necessárias ao florescimento de resultados.

Sabemos da importância de alinhar a política de sustentabilidade social, indicando caminhos de ação para as indústrias com atuação no território, as quais são importantes *stakeholders* para as comunidades tradicionais. É necessário dialogar com a indústria, na sua linguagem, apresentando argumentos concretos, para a parceria. Por exemplo, será justificado um investimento, baseado num modelo de negócio sustentável, que promova o desenvolvimento local, que resultará, no curto ou médio prazo, no incremento do turismo, na geração de renda, baseado no produto tradicional e no florescimento da cultura local.

O design tem essa capacidade de sintetização dos caminhos, de buscar soluções e estratégias, que em suas implementações, vão demandar a articulação das cadeias de produtos e serviços, disseminando a ideia de um ambiente inovador e envolvendo por consequencia todas as disciplinas de design, como o design de moda, de produto, de embalagem, design da comunicação, design de serviço, design interativo, *e-commerce* e outros.

2.1.2 A Identidade do Artesão Tradicional

O conceito de artesanato tradicional de Leite (2004) em Cultura Popular e Artesanato diz que nele se guarda a memória de saberes tradicionais que se perpetuam e se renovam na arte do fazer e que esses saberes condensam experiências coletivas.

O artesão tradicional estrutura o seu ofício numa relação holística com a sua vida cotidiana e com o seu universo de relações interpessoais. Assim, o seu fazer representa o canal de comunicação com o mundo, nas relações interpessoais, religiosas e familiares, estando, portanto, em relação direta com a sua cultura.

Com base nessa compreensão, podemos entender que o que esse indivíduo constrói faz parte de um universo integralizado no qual cada parte é consonante e reverbera um todo, numa lógica conectiva e gregária.

Segundo Morin (1990), fazemos parte de uma sociedade, e trazemos sociedade como parte de nós, assim, entender a parte requer entender o todo, portanto, não se pode falar do artesanato tradicional sem enxergar seus autores, sua história, sua localidade, a cultura, a religiosidade, do qual o fragmento, que é o artesanato, faz parte.

2.1.3 Diário do Diálogo

O Diário do Diálogo é um instrumento de trabalho importante no *Design Dialógico*. Ele é aberto para cada projeto e acompanha todas as fases implementadas, com registro de fontes bibliográficas sobre o objeto, entrevistas, fotografias, buscando entender e descrever a comunidade tradicional e o designer em diálogo.

Ele vai trazer, em seu primeiro capítulo, os dados coletados sobre a localidade onde a comunidade tradicional se insere, sua geografia, a cultura e a história locais e dados sobre a cultura e a história da tipologia artesanal no local, sua origem e como chegou à localidade. Esses dados serão obtidos em entrevistas com atores locais, historiadores e antropólogos.

Assim, apresenta-se a seguir, o Diário de Diálogo das Rendeiras de Saubara e do Coletivo de designers e artistas que realizaram a metodologia junto a elas.

2.1.4 Estudo de Caso do *Design Dialógico* com as Rendeiras de Saubara

O primeiro passo do *Design Dialógico* é, portanto, a percepção das identidades, compreender quais as características dos artesãos tradicionais, buscando o fortalecimento das referências identitárias, como fator preponderante em todo o processo. Além disso, a compreensão do design enquanto agente na contemporaneização de saberes e fazeres e fomentador de diálogos, compreendido como a principal ferramenta na articulação de papéis e sinergias.

O entendimento dessas identidades deve ser feito através de pesquisas e de um meticuloso trabalho de escuta, de entrevistas, construindo um amplo registro audiovisual, visando transformar a memória existente em ativo que subsidiará todas as atividades posteriores.

2.1.4.1 Sobre as Rendeiras de Saubara

As Rendeiras de Saubara são artesãs especialistas em renda de bilro, organizadas através da Associação de Artesãos de Saubara, composta por 120 mulheres que fazem seu trabalho no espaço físico da associação, embora muitas mantenham o velho hábito de fazer renda na porta de suas casas (Figura 1).

Figura 1. Rendeiras Fazendo Renda na Porta de Casa (Foto: Inês Grimaux)

A Associação de Artesãos de Saubara está instalada na cidade de Saubara, no Recôncavo Baiano, às margens da Baía de Todos os Santos.

> *[...]* A Baía de Todos os Santos - BTS (Figura 2), é uma grande baía localizada nas bordas da terceira maior cidade brasileira, Salvador, capital da Bahia. Apresenta uma área de 1.233 km², sendo a segunda maior baía do Brasil, atrás apenas da baía de São Marcos, no Maranhão. No entorno da BTS há hoje um contingente populacional superior a três milhões de habitantes. Dentre as baías da costa leste brasileira, é a única que apresenta

dez terminais portuários de grande porte, um canal de entrada naturalmente navegável e canais internos profundos, o que, desde sempre, a têm tornado um elemento facilitador do desenvolvimento da região. Sua riqueza natural, com expressiva extensão de recifes de corais, estuários e manguezais e sua forte relação com a história do Brasil fazem da BTS um polo turístico por excelência (Baía de Todos os Santos : aspectos oceanográficos / Vanessa Hatje, Jailson, B. de Andrade, organizadores. - Salvador : EDUFBA, 2009.)

Figura 2 - Mapa da Baía de Todos os Santos (Fonte: GERMEN)

A Economia

A fonte econômica da população é a pesca, a mariscagem, o artesanato e o turismo. Na organização produtiva familiar da comunidade, os homens são pescadores, (figura 3) e as mulheres marisqueiras. Nas horas vagas, as mulheres exercem a atividade do artesanato, na confecção de renda de bilro e cestaria (ver Figura 4).

Figura 3 - Pescador em Saubara (Foto: Inês Grimaux)

Figura 4 - D.Kardo rendando enquanto cuida do peixe (Foto: Inês Grimaux)

Apesar do desejo das mulheres de se dedicar exclusivamente à atividade de artesãs, dando continuidade a essa tradição secular, isso torna-se extremamente difícil, porque, segundo elas, o artesanato não traz retorno imediato, é necessário que se coloque o produto no mercado e não existe capacidade organizacional e produtiva que viabilize isso, de forma a ter um resultado que atenda favoravelmente às necessidades de manutenção do ofício, o que tem causado uma evasão das atividades artesanais.

Crispina Jonildes , presidente da Casa das Rendeiras em Saubara, em vídeo entrevista, fez o seguinte pronunciamento sobre os problemas enfrentados pelas artesãs da Casa das Rendeiras de Saubara, "Atualmente a Casa das Rendeiras tem inscritas 110 mulheres e em atuação somente 55 pessoas, por falta de escoamento da produção local".

Fonte: http://bernardescomunicacao.blogspot.com.br/2011/02/rendeiras-de-saubara-pedem-ajuda.html

Segundo Leahy (2012, p.71), é consenso entre os pesquisadores que, no Brasil, não se pode ter certeza da data e motivo da introdução da renda de bilros, ficando indicado

entre os autores estrangeiros, que Portugal e Espanha exportavam esse artesanato para terras brasileiras, assim como para "certos pontos da América do Sul" (LEFÉBURE *apud* RAMOS, 1948, p. 35). Do mesmo modo, os estudos no Brasil referem-se a uma provável vinda da renda de bilros por vias portuguesas e registros antigos referem-se a essa renda sendo utilizada em igrejas ou como artigo de vestimenta das classes sociais brasileiras mais altas, vindas dos polos europeus de rendas de bilros (França, Itália e Flandres). Partindo de uma provável procedência de Portugal, Ramos (1948, p.9) acredita que ela tenha vindo para o Brasil pelas mãos de mulheres que teriam emigrado com suas famílias portuguesas, a partir de lugares onde se fazia renda de bilros. Para as classes brasileiras mais altas, a renda significava *status*, não só pela delicadeza do trabalho, mas pelo porte de escravas próprias para a confecção desse artesanato (ver Figura 5).

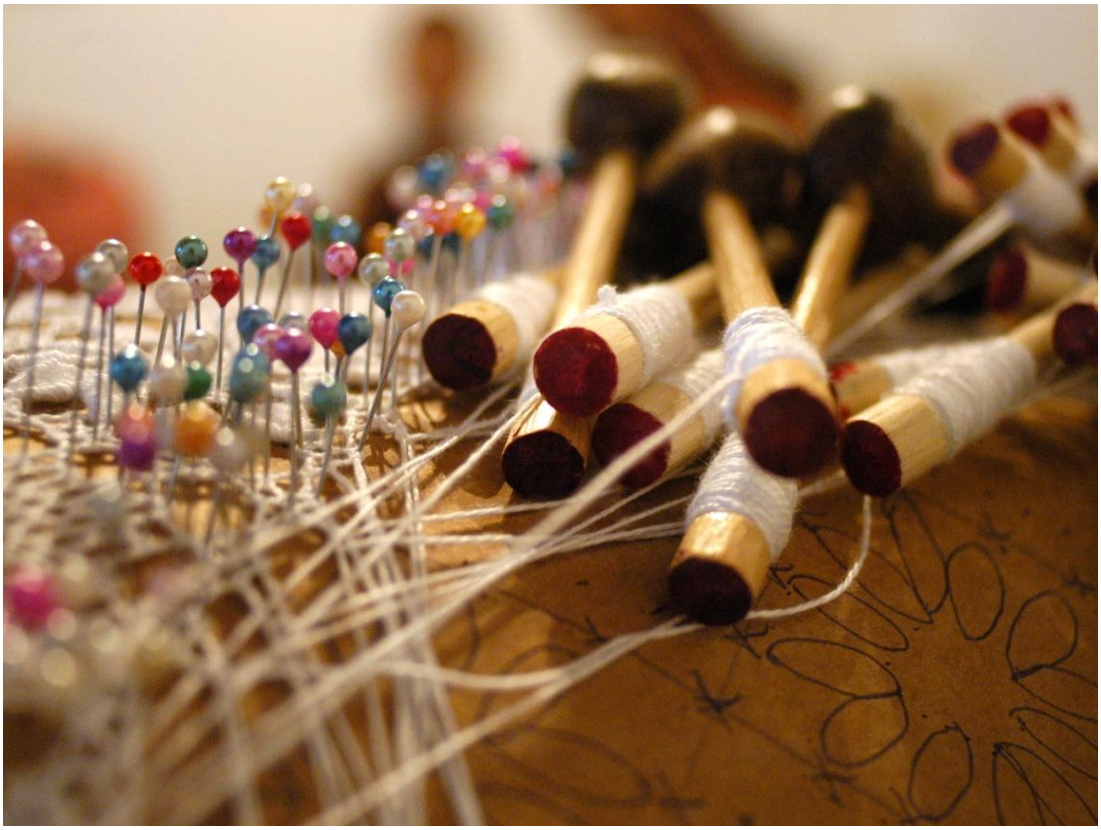

Figura 5 - Almofada de Renda de Bilro (Foto: Ricardo Fernandes)

Saubara é uma cidade que apresenta um diverso patrimônio cultural, um espaço privilegiado onde as histórias são fixadas por meio de brincadeiras: Marujada (Figura 6), Nego Fugido (Figuras 7 e 8), Caretas, Chegança (Figura 9), Bailes variados

(Figura 10), o Samba Chula (Figura 11) alem de Rita da Barquinha, Zé do Vale, Lavagens, Ternos, Ranchos, Pastoris e o ofício das artesãs, confeccionando renda de bilro e cestaria.

Figura 6- Festa da Marujada em Saubara

Figura 7 - Nego Fugido, tradição de Saubara

Figura 8- Indumentária do capitão do mato, em folhas secas de bananeira, na tradição do nego fugido (Foto: Inês Grimaux)

Figura 9- Cena da Chegança – Saubara (Foto: Inês Grimaux)

Figura 10- O Samba das Raparigas (Foto: Inês Grimaux)

Figura 11 - Samba de Roda em Bom Jesus dos Pobres

2.1.4.2 Sobre a Formação do Coletivo de Arte e Design no Diálogo com as Rendeiras de Saubara

Falamos no diário do diálogo sobre as rendeiras e agora, vamos alimentar o diário, com as informações sobre os designers que vão dialogar com elas.

O *Design Dialógico* propõe a constituição de um coletivo multidisciplinar de designers (moda, *web*, mobiliário), artistas plásticos, fotógrafos, cineastas, entre outras categorias de profissionais, os quais, em contato com a comunidade tradicional, vão criar novas leituras sobre a matriz da cultura artesanal. É importante que na composição desse coletivo, se busque a combinação de aspectos locais e globais, incorporarando tambem ao projeto, estrangeiros, para troca de experiências e interações com a comunidade local.

Para dialogar com as Rendeiras de Saubara e com o lugar, foi formado um coletivo multidisciplinar, (figura 12) constituído por Isabelle Arciero-Mahier – artista plástica francesa, pesquisadora de sedas, Márcia Ganem, designer de moda baiana, pesquisadora do uso de insumos reciclados na moda, como a fibra de poliamida, Ricardo Fernandes, paulista, fotógrafo de moda e Inês Grimaux, fotógrafa etnóloga Argentina. Seguimos, portanto, o Diário de Diálogo, falando da identidade de cada componente deste coletivo.

Figura 12 - Coletivo de designers e artistas: Maria Rendeira (ao centro), Inês Grimaux (à direita), Isabelle Mahier (à esquerda), Márcia Ganem (embaixo, ao centro) Foto: Nilo Trindade

2.1.4.2.1 Márcia Ganem e a Utilização da Fibra de Poliamida na Moda

Para a autora deste livro, entender o relacionamento entre inovação e tradição no design é um dos seus maiores interesses, investigando desde a pesquisa de novos insumos à criação de novas tipologias de manufaturas. A designer iniciou, em 1998, uma pesquisa sobre a utilização da fibra de poliamida, refugo do processo industrial de confecção de pneus e cintos de segurança, como insumo no seu trabalho de moda (Figura13).

A fibra, ou cordonel de poliamida, é um fio técnico de alta tenacidade, originalmente utilizado na indústria automobilística, dentro da linha de produção de lona de pneu, os materiais que estão fora das especificações de qualidade são retirados do processo fabril e descartados como refugo industrial.

É uma característica estética e funcional da fibra de poliamida a alta tenacidade, o que confere aos produtos gerados à partir dela, uma vida útil de gerações. Outra característica importante é a aparência orgânica do material, que pode ser confundido com a fibra de coco.

.

Figura 13 - A modelo Kel vestindo uma peça em fibra de poliamida (Foto: Ricardo Fernandes)

2.1.4.2.2. Isabelle Arciero-Mahier e o Trabalho com os Fios de Seda

Isabelle Arciero-Mahier é uma artista plástica francesa que desenvolve um trabalho de arte e design em torno do tema das sedas. Conhecendo todo o processo de obtenção do material, do cultivo do bicho da seda e seus casulos até a tecelagem, Isabelle extrai de seu conhecimento diversos elementos para suas criações: casulos em diversos tamanhos e estados, cascas, fios brutos ou refinados, ferramentas envolvidas na fabricação e tudo que diz respeito à cultura da seda. A partir desses elementos, cria quadros, vestimentas, pequenas e grandes, esculturas e até mesmo instalações completas em que os casulos e fios da seda são protagonistas, (ver figuras 14 e 15).

Figura 14. Vestido em Casulo de Seda de Isabelle Arciero-Mahier

Figura 15. Exposição de Isabelle Arciero-Mahier -Peças em Casulo de Seda

2.1.4.2.3 Ricardo Fernandes e a Fotografia de Moda Sobre os Conteúdos Tradicionais

Ricardo Fernandes é um artista plástico e fotógrafo de moda, cujo trabalho faz uma reflexão sobre o delicado universo das manufaturas (figuras , aplicado à alta costura. Ricardo retrata o tema em sua conexão com ambientes naturais, num apurado registro de luz e sombras.

Figura 16. Sheyla Baum fotografada por Ricardo Fernandes, vestindo Márcia Ganem

Figura 17 - Bárbara Anjos, vestindo peça de Márcia Ganem, fotografata por Ricardo Fernandes.

2.1.4.2.4 Inês Grimaux e a Fotografia do Cotidiano

O trabalho de fotografia de Inês Grimaux debruça-se sobre o registro do cotidiano. No coletivo de arte e design, Inês dedicou-se a registrar a vida da comunidade de Saubara, as rendeiras e as relações que se estabelecem com a cultura local, as relações sociais, a geografia do lugar, as festas, celebrações, estética e religiosidade que envolvem esse universo.

A memória das mãos que tecem, entrelaçam, amarram, a memória da mulher rendeira que transmite valores, em um código comunitário que articula e desenha uma rede material e imaterial entre recôncavo e metrópole, entre tradição e inovação, entre tecnologia e técnicas tradicionais.

Figura 18 - Mãe com o filho nos ombros nos festejos de Saubara (Foto: Inês Grimaux)

Começar um processo de diálogo requer uma abertura para o entendimento pessoal e para o reconhecimento do outro, a percepção sobre a sua história, cultura, experiência de vida e de trabalho. Não se pode imaginar estabelecer diálogo sem essa base, à partir da qual se constrói um espaço aglutinador onde se torna possível o fortalecimento de cada parte e do todo.

Essa não é uma atitude simples de ser realizada; a primeira questão a ser equacionada é a disposição de cada componente do diálogo em participar de um processo de autoidentificação e reconhecimento, em que a questão fundamental é quem sou, de onde venho. A partir desse reconhecimento, podemos pensar em ver o outro,entender no que o outro colabora com esse ente que sou eu e de que maneira eu posso colaborar com o outro. É um processo de entendimento e negociação que vai derivar, no campo sinérgico, o nós.

A decorrência dessa noção de identidade, esse nós, é uma posição da qual se visualisa em que sociedade eu estou e que mundo eu quero. Portanto, essa é uma percepção que confere força e discurso ao processo dialógico.Concluímos sobre a etapa do reconhecimento de identidades que uma porta de percepção sobre as individualidades e suas grandes riquezas se abrem para, com base nesse entendimento, criar um projeto dialógico e conjuntivo.

Assim, no próximo capítulo, será abordada a inovação e a criação do campo sinérgico, na busca pela renovação das identidades.

2.2 Aprofundando o Diálogo: A Renovação das Identidades

> Não há uma palavra que seja primeira ou a última, e não há limites para o contexto dialógico (este se perde num passado ilimitado e num futuro ilimitado) [...]. Em cada um dos pontos do diálogo que se desenrola, existe uma multiplicidade inumerável, ilimitada de sentidos esquecidos, porém, num determinado ponto, no desenrolar do diálogo, ao sabor de sua evolução, eles serão rememorados e renascerão numa forma renovada (num contexto novo). Não há nada morto de maneira absoluta. Todo sentido festejará um dia seu renascimento. (BAKHTIN, 1974, p. 413-414)

O *Design Dialógico*, a partir de um ponto focal, é capaz de empregar as suas capacidades como catalizador, modelador e orquestrador para desenhar estratégias locais gregárias e germinativas, ou seja capazes de impulsionar a junção de pessoas, gerando ações criativas, em busca do estabelecimento de um ambiente favorável. No design Dialógico aplicado nas tradições artesanais, esse ponto focal é o artesanato tradicional, é por meio dele que se estabelece a percepção das trocas e cooperações entre entes, no caminho da renovação dessas identidades e inovação sobre conteúdos tradicionais. As estratégias são gregárias e germinativas, pelo alto grau de aderência e repercussão das ações sobre toda a localidade, na medida em que instaura uma cultura de trabalho voltada à dinamização do todo, apoiada pela memória, identidade do grupo e do local ao qual pertence.

A vida dos produtos, mesmo relacionados a tradições, está sujeita à manutenção desses, vivos dentro da dinâmica cotidiana. Podemos ter um produto tradicional, carregado de história, que representa uma cultura tradicional importante, mas se ele não se faz presente e necessário no espaço contemporâneo, se ele perde o uso e função, possivelmente ele pode se extinguir. Pode, até mesmo, virar uma obra de arte, uma peça de museu, mas isso não é capaz de manter uma cultura produtiva ativa.

A inovação é um valioso instrumental, para ampliação de possibilidades de novas formas, funções e usos, em busca da renovação dos saberes e fazeres tradicionais, sendo capaz de ancorar produtos vivos no espaço contemporâneo, que falam sobre suas histórias e cultura.

Existe ainda um tabu no relacionamento entre tradição e inovação, uma percepção de poucas compatibilidades, onde se construiu a ideia de que inovar é sinônimo de aparato tecnológico e, portanto, distante do alcance dos grupos artesanais. Esse é um grande equívoco, porque inovação não é sinônimo de tecnologia, ela está relacionada ao

processo de conceber uma nova ideia e colocá-la em uso da maneira mais ampla possível. Tal conceito pode ser aplicado à introdução de novos conhecimentos a outros previamente existentes com o intuito de criar produtos, serviços, processos e/ou sistemas que sejam novos ou aperfeiçoados (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008).

A renovação sempre fez parte da dinâmica de permanência dos saberes tradicionais, ela se faz necessária e é amplamente praticada, no contato desses grupos com sua clientela. Isso faz parte da vivência de artesãos e grupos tradicionais, de forma absolutamente orgânica, considerando que para que essas culturas tradicionais fossem mantidas vivas durante séculos, houve, sem dúvida, a extrema sabedoria dos artesãos em manter úteis e renovados esses saberes.

Essa relação direta do artesão com sua clientela possibilita melhorar seus produtos e mesmo criar novos produtos ou serviços, orientado pela própria demanda; é uma forma empírica de inovação, muito menos burocrática e mais viável do que a inovação em grandes empresas, tendo uma possibilidade muito ampla de entendimento e atendimento de demandas de adaptação de produtos.

As atividades do sob medida, as demandas diretas dos clientes, são as principais fontes para a pesquisa de ideias e desenvolvimento de novos produtos e de novas práticas (BOLDRINI; CHÉNÉ, 2006). Podemos então afirmar que a criatividade e a inovação são tanto possíveis como plenamente aplicáveis no contexto de saberes tradicionais, em múltiplos espaços, que vão desde a percepção de novas possibilidades de comunicar seus produtos, sua cultura, serviços, formas de acesso a mercados, até a possibilidade de aplicação de processos criativos e inovadores com relação ao desenvolvimento dos produtos tradicionais, com novos insumos, novas aplicações e mesmo novas formas.

Citaremos dois caminhos, entre tantos outros possíveis, nesse processo de compreensão e apropriação pelos grupos tradicionais de diferentes manejos dos conhecimentos e ferramentas da inovação:

- Inovação endógena - Aquela que acontece no interior do grupo tradicional, desenvolvida pelo próprio grupo. Busca-se, através desse instrumental, adensar a capacidade criativa, de modo a estimular os esforços de pesquisa e desenvolvimento, no sentido de promover a autonomia e o aperfeiçoamento de seus produtos.

- Inovação aberta (*Open Innovation*)-A inovação acontece externamente ou em cocriação com o grupo, através do trabalho de designers, artistas e outros, buscando a geração de novos produtos, processos e/ou serviços.

O conceito de inovação aberta, criado por Henry Chesbrough e apresentado no seu livro *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology (2003),* é que, o conhecimento está globalmente distribuído e que as empresas não teriam recursos suficientes para confiarem totalmente na pesquisa desenvolvida internamente.

O modelo de inovação aberta de Chesbrough considera a importância da interação entre empresas, academias e consumidores numa dinâmica de co-criação e utiliza a terminologia "Conectividade e Desenvolvimento", adicional à tradicional "Pesquisa e Desenvolvimento", ampliando o universo da inovação através de conexões que vão além das organizações e suas tecnologias.

O *Design Dialógico* nas Tradições Artesanais, busca uma complementaridade entre a inovação endógena, que aumenta a capacidade interna de produzir inovações e fortalecer a sustentabilidade econômica do grupo, com a *Open Innovation*, que é um caminho de parceria, no qual a inovação é criada fora do grupo, num processo colaborativo. Esses caminhos não são excludentes. É possível, e muito positiva, a existência concomitante da inovação endógena e da inovação aberta nas organizações artesanais, em função da ampliação de possibilidades de mercado para os produtos gerados.

Na inovação endógena, serão produzidos, pelo grupo tradicional, os produtos novos ou renovados, que serão sujeitos às ações de mercado pelo próprio grupo; e a inovação aberta abre a perspectiva de geração de produtos, pensados por outros e que possivelmente, serão responsáveis pelas ações de mercado à serem realizadas.

A combinação das duas linhas de ação proporciona uma ampliação de mercado, fortalecendo a comercialização direta dos grupos e incluindo o acesso ao mercado de forma parceirizada, com uma gama maior de possibilidades de fruição e comercialização.

A utilização excludente de uma vertente de ação da inovação pode ocasionar consequencias negativas à estratégia de acesso à mercado, por exemplo, se o grupo realiza apenas a inovação endógena, corre o risco de perder oportunidades de ampliação de comercialização, que seriam proporcionadas pelo plano de marketing dos parceiros. Por outro lado, se o grupo opta apenas pela inovação aberta, corre o risco de dependência dos parceiros para acesso à mercado e perda de autonomia no manejo de seus produtos.

2.2.1 Inovação Endógena ao Grupo Tradicional

Inovação endógena é aquela exercida pelo próprio grupo tradicional e para que isso seja possível, é necessário a apropriação do instrumental da inovação, encontrando a convergência desta, com a prática criativa do grupo.

O *Design Dialógico* entende que o instrumental de inovação colocado à disposição do grupo tradicional deve buscar uma sistematização de processos inovadores do cotidiano, que são conhecidos empiricamente pelos artesãos e que portanto, podem facilmente ser apropriados. Assim é possível aproximar o processo de inovação, de forma que todos entendam a sua função e identifiquem onde e como os seus princípios estão associados à vida cotidiana.

O universo simbólico dos grupos tradicionais é pautado na vida cotidiana, no trabalho, nas relações pessoais, na religiosidade, nas festividades, na geografia, na história, elementos que constituem um ambiente extremamente rico, que detém em si a argumentação fundamental para o campo da inovação, buscando imprimir esses signos nos fazeres artesanais, assim, no *Design Dialógico*, a vida cotidiana é o insumo fundamental para o processo de criatividade e inovação.

2.2.1.1 Caminhos Para a Construção da Inovação Endógena

Considerando a vida cotidiana como o insumo para o processo de inovação endógena, a efetividade de resultados , estará diretamente relacionado a uma gestão criativa que estimule e crie um ambiente favorável ao processo, sugerindo uma concepção pouco enfatizada do processo de inovação, ou seja, para se inovar é necessário gerir com leveza o processo criativo, permitindo aproximar a inovação do cotidiano, criando um laboratório contínuo de ideias e novas práticas.

À partir do entendimento de que o espaço lúdico é o que representa a cultura dos grupos tradicionais e baseado nos estudos de Charalampos Mainemelles e Sarah Ronsons (2006), que apontam que o brincar pode ser um instrumental efetivo no processo de inovação, foi criado um método de inovação, o *Laboratório de Ideias,* que se estrutura em ações lúdicas e de memória.

O *Laboratório de Ideias*, enquanto método de construção da inovação endógena, perfaz um caminho constituído pelos seguintes passos: a sensibilização do grupo tradicional para a inovação endógena, onde será colocado em questão as razões para a inovação, a identificação das inovações já praticadas no cotidiano do grupo e a prática sistematizada da inovação**.** Estes passos serão apresentados à seguir:

2.2.1.1.1 Sensibilização dos Artesãos para a Inovação Endógena

A sensibilização dos artesãos para a inovação endógena é realizada através de encontros ou reuniões com o objetivo de entender o porque inovar, quais as possibilidades que esta ação pode trazer para renovação de produtos e para a permanência dos saberes tradicionais.

Segundo Schumpeter (1968) a inovação é a mola propulsora capaz de dar movimento e expansão à economia, é o surgimento de um novo produto processo, ou serviço, ou ainda a renovação de um antigo produto, que vai oxigenar o mercado, ou ainda, manter o produto oxigenado e atuante no mercado.

Considerando que a ação de renovar contém em si elementos de criatividade, que são presentes no dia-a-dia de qualquer pessoa, podemos analisar que toda a ação reflexiva que projeta "novas" formas de agir, pensar ou executar uma ação, está relacionada com processo criativo.

A mente trabalha no sentido oposto ao novo, nas sinapses, quando um estímulo é repetido diversas vezes, sem modificação, cria-se um padrão ou habituação, portanto é muito mais fluente repetir um processo que já sabemos, do que cogitar maneiras diferentes de realizar uma ação.

O exercício de um olhar criativo dentro da vida cotidiana, é que vai criar o espaço para imaginar e testar novas possibilidades. Segundo LEHRER(2012), esse olhar criativo associado à espontaneidade são requisitos importantes para que as ideias inovadoras

aconteçam e possam se transformar numa ferramenta para processos de pesquisa e desenvolvimento.

Assim repensar os produtos tradicionais, imaginar novas formas, novos materiais, novos processos, pode conduzir ao processo inovador, que implica em imaginar, materializar a ideia, colocá-la em prática e ter a aceitação do mercado.

A distinção entre a criatividade e a inovação, é que a inovação compreende esta cadeia sucessiva, que vai desde a criatividade, a materialização de produto ou serviço, até a aceitação deste no mercado. Não basta ter uma ideia criativa, é importante que ela seja útil, para que haja uma ação inovadora.

2.2.1.1.2 Identificação da Inovação no Grupo

O processo de identificação é estabelecido quando o grupo cria a consciência de como a prática da inovação já faz parte do processo criativo e produtivo do grupo, esse é um momento de busca e rastreamento e reconhecimento das ações inovadoras que já foram realizadas, desde pequenas inovações de produto a inovações em serviço e em materiais.

Lembrando ainda Schumpeter, a inovação pode acontecer através do surgimento de um bem novo, ou renovado, ou através de um novo método de produção ou de comercialização, ou numa nova fonte de matéria-prima, ou ainda numa nova forma de serviço, enfim, é um campo bastante vasto de possibilidades.

Quando uma rendeira, realiza um novo desenho para a sua renda, isso é um ato inovador, uma inovação no design, ou a utilização de uma linha nova na confecção da renda é uma inovação no produto, através da utilização de uma nova matéria prima, que vai inferir novas características ao produto final, como maior resistência, diferença na textura, ou mesmo uma diferença no toque.

Estas são ações de inovação sobre produto e sobre processo, que talvez sejam realizadas e não entendidas como inovações.

Identificar, listar, datar estas ações, significa reconhecer o seu nascimento e autoria, evento extremamente importante, por diversos aspectos citados à seguir:

- Reconhecimento da inovação

- Reconhecimento da autoria
- Reconhecimento do diferencial competitivo do grupo e da localidade
- Agregação de valor ao produto.

O processo de Identificação da Inovação, deve ser realizado através de um exercício de memória, de forma relatorial, descrevendo as mudanças ocorridas com o artesanato tradicional, se possível relembrando data, nome de quem pensou e implantou a mudança, relato sobre a incorporação da nova prática pelo grupo, ou não, e quais foram os seus resultados à nível de mercado.

O próximo passo é a aplicação de instrumentais de inovação junto ao grupo, com o objetivo de sistematizar e estimular a criatividade, para isso, foi criada a dinâmica do *Laboratório de Idéias* , descrito à seguir:

2.2.1.1.3 **O Laboratório de Ideias**

O Laboratório de Ideias é uma dinâmica que busca emergir a memória física e afetiva, hábitos, relações humanas e história de origem, enquanto elementos para a construção de materialidades.

O Laboratório de Idéias, dentro do *Design Dialógico*, é um exercício criado para pensar e materializar novos produtos, proposições de inovações, que materializam a memória e iconografia, em resultados que sejam representativos e afetivos para os artesãos e atenda às atuais necessidades de consumo do espaço contemporâneo.

Esse exercício tem como objetivo, criar soluções para as seguintes questões:

1. Necessidade de reunir dados que apresentem a iconografia das comunidades tradicionais, aumentando a possibilidade de interpretação de sua memória;

2. Necessidade de trazer memórias e iconografia para uma articulação com o contexto da vida cotidiana contemporânea;

3. Disseminação de habilidades de pesquisa e desenvolvimento, voltadas à renovação de produtos pelo grupo tradicional.

O laboratório baseia-se nos princípios da brincadeira, abordados por Charalampos e Ronsons (2006), que diz que o brincar estimula novidades, encoraja experimentações,

desconstrói o risco normalmente associado a isso, produzindo assim uma variedade de ciscunstâncias e novas respostas.

Considerando que, brincar é um contexto de comportamento que pode, simultanemente, abranger todos os elementos e processos estimuladores de criatividade, envolvendo imaginação, metáfora e analogias, tudo que facilita a criatividade e estimula processos inovadores.

No espaço lúdico, reside um importante vínculo entre tradições artesanais e inovação, sendo importante enfatizar que a manutenção de culturas centenárias, como os ternos, as cirandas, as máscaras, se abrigaram no campo do espaço lúdico, permanecendo dentro da cultura popular como festejos. Portanto, o brincar é um importante canal condutor, pelo qual é possível transitar a criatividade e a inovação.

Segundo Koester (1964); Plsek (1998) e De Bono (1992), existe similaridade entre os processos mentais associados com o humor e aqueles associados com o desenvolvimento sério das ideias inovadoras.

Assim, uma boa brincadeira funciona, porque faz o indivíduo pular de um caminho existente, para outro, que é inesperado.

2.2.1.1.3.1 Parâmetros para aplicação da dinâmica

Alguns parâmetros são necessários para aplicação eficiente da dinâmica, considerados a seguir:

Apreensão de conteúdo

Todo o material produzido no processo da dinâmica, deve ser registrado, preferencialmente filmado, ou gravado em áudio, ou ainda pode ser transcrito e/ou desenhado, de acordo com a melhor solução para o grupo.

Perfil do grupo

O perfil de quem vai compor o laboratório é totalmente flexível. Contudo, sugerem-se alguns critérios de seleção, relacionados a seguir:

- Pessoas que tenham uma história significativa dentro do grupo.
- Pessoas criativas, que manifestem a habilidade de sugerir novas ideias.

- Pessoas que conheçam as histórias locais e as relações interpessoais do grupo, com a localidade.

Escolha do local da dinâmica

O local escolhido deve sugerir liberdade para que as pessoas se sintam a vontade, sugere-se que seja um lugar distinto do local de trabalho e se possível, um local isolado.

2.2.1.1.3.2 Aplicação da dinâmica

A dinâmica do Laborátório de Ideias é constituída por 4 fases, que perfazem as etapas do processo, como descritas a seguir:

Fase 1. Memória afeto-carregada

1. O mediador do laboratório, que pode ser um designer, um gestor, ou alguem do próprio grupo tradicional, deve iniciar o processo, realizando um trabalho de relaxamento.

   As pessoas se sentam ou deitam no chão, na grama, ou num lugar confortável.

   O mediador coloca uma música tranquila

   A intenção é relaxar o corpo, não fazer nada com ele, apenas entrar em contato consigo, descansar.

2. O mediador vai pedir para que as pessoas que estão no estado de relaxamento, procurem em si, um lugar de muita importância pra elas, um lugar onde elas desejam muito ir, este pode ser um lugar de encontro interior, pode ser um lugar da infância, que seja significativo.

   Deixe que cada um encontre esse lugar, dê o tempo necessário pra isso, não ha pressa.

3. Peça a cada participante que olhe profundamente pra este lugar, pode haver pessoas ali fazendo parte deste espaço, peça que seja objservado tudo neste lugar, sons,

aromas, pessoas, o que elas representam, o sentimento que elas emanam, observe os objetos que fazem parte deste espaço.

4. Deve ser observado o cenário e suas personagens, evocando a memória afetiva dos participantes. É importante que sejam contextos pertinentes à realidade, como o passado remoto, evocando memórias, relacionamentos, lugares, elementos.

5. Com estas observações feitas, com estes universos pessoais percebidos, aos poucos, o mediador, deve chamar as pessoas do estado de relaxamento.

6. Cada participante recebe papel e caneta e o passo seguinte é a descrição da experiencia que foi vivida, o que foi encontrado nessa emersão, estas memórias podem ser escritas, ou desenhadas, num esforço de trazer os objetos, os aromas, as pessoas, todo o universo que foi percebido na dinâmica.

7. O mediador deve estimular e valorizar a percepção de cada participante, sugerindo que eles tragam da memória e imaginação, o máximo de detalhes possíveis, ambiente, cores, pessoas, emoções, nunca limitar suas ideias. O direcionamento é apenas para que as ideias possam começar a surgir e criar um ambiente de acolhimento para essas memórias e imagens do grupo.

8. O movimento seguinte é a fala, cada participante da dinâmica, vai descrever para o grupo, com a maior riqueza de detalhes possível, o que viu e o que sentiu em sua emersão, este momento suscita um importante movimento do grupo, que é a escuta e o compartilhamento do universo de memória do outro.

Esta memória individual, descrita, desenhada e falada, deverá estar registrada em vídeo ou áudio, alem do material escrito produzido, buscando descrever lugares, pessoas, peças de vestuário, transporte, artefatos e outros detalhes.

A fase 1 da dinâmica, resulta na geração de informações advindas do grupo, que foram registrados, na descrição de cada experiência de emersão de memória. Nominaremos esses elementos suscitados de formulação iconográfica de cada indivíduo.

Fase 2- Reformulação iconográfica

A reformulação iconográfica consiste no entendimento das novas materialidades surgidas do exercício de memórias afeto-carregadas, enquanto possíveis propostas de inovação.

No início da dinâmica de reformulação iconográfica, é proposta a seguinte atividade individual:

- Exercício 1 - Com base no registro pessoal produzido à partir da emersão de memória, da fase 1, cada participante do laboratório vai propor um produto, que represente a essência afetiva, captada na dinâmica de memória.

Nota.: Esta proposição material pode dizer respeito a lugares, pessoas, peças de vestuário, jóias, objetos, transporte, artefatos, elementos que traduzam as relações interpessoais, sendo importante o estímulo à total liberdade criativa.

Como resultado do exercício proposto, cada participante da dinâmica, vai descrever para o grupo o produto imaginado à partir da sua memória afeto-carregada, descrevendo suas características e méritos.

No momento da reformulação iconográfica, os participantes da dinâmica, vão avaliar as proposições individuais, enquanto possibilidades de produção e investimento de pesquisa e desenvolvimento.

- Exercício 2 - Com base nas proposições de produto apresentadas, os participantes vão realizar as seguintes ações:

    1. Se organizar em grupos, orientados pelos interesse comum, ou pela afinidade de propostas.

    2. Cada grupo formado, vai eleger entre as propostas individuais dos seus participantes, uma proposta de produto que será desenvolvida pelo grupo, durante o laboratório de Idéias.

Portanto na fase de reformulação iconográfica, poderão ser geradas várias possibilidades de produtos, considerando que diversas proposições individuais podem ser levadas à cabo pelos diversos grupos, que funcionarão como equipe de pesquisa e desenvolvimento.

A adoção de uma proposta individual como pesquisa para o grupo, não deve desconsiderar a autoria individual desta, portanto esta certificação de autoria deve ser registrada, reconhecendo o mérito de criação e proposição, da mesma forma deverá ser reconhecido o mérito da equipe de P&D (pesquisa e desenvolvimento), ou seja, o grupo que vai materializar a ideia proposta.

Fase 3 - Capacidade Empática

Empatia, palavra derivada do grego empátheia, é definido no Aurélio, como a tendência ou a capacidade de sentir o que sentiria se estivesse na situação e circunstâncias, experimentada por outra pessoa. (FERREIRA, A. B. H. Aurélio século XXI: o dicionário da Língua Portuguesa. 3. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999).

A capacidade empática pode ser entendida, como a capacidade de conectar-se a outra pessoa, de ser sensível a, compreender os sentimentos, pensamentos e experiências de outra pessoa.

Na fase 3 é abordada esta capacidade de se colocar no lugar do outro, que será o receptor da sua proposição, aquele que vai receber o artefato ou serviço proposto e vivenciar o seu uso.

As pessoas do grupo fazem um exercício de transpor a proposição material, advinda do exercício de memória afeto-carregada, para a vida contemporânea, do ponto de vista daquele que vai utilizar o produto proposto.

Ou seja, no processo criativo, suscitado por relações e memórias afetivas, foi pensado e materializado, objetos, enquanto proposições criativas. Estas proposições criativas, serão trazidas para a vida real, onde seus criadores, farão um esforço no sentido de colocar-se em lugares alternativos à sua vida comum, trocando de papel, com o usuário do produto criado.

O objetivo é buscar o entendimento estrutural de adequação dos produtos que emergiram na Fase 2, no contexto contemporâneo, assim cada participante, vai se inserir num processo de empatia com o consumidor, fazendo um exercício de imaginar como o seu objeto seria acolhido.

Esse é um exercício de troca de papéis, onde o artesão vai se perceber dentro do mundo contemporâneo, urbano, com outros códigos e necessidades, e avaliar como este ambiente absorveria seus produtos.

O grupo deve ser estimulado com imagens, vídeos e considerações sobre costumes e hábitos urbanos e levantar questões como:
Quais são os hábitos do(s) ambiente(s) apresentado(s)?
Como o produto que eu estou propondo dialoga com esta outra relidade?
O que eu comunico através dele?
Qual a percepção que as pessoas teriam a respeito dele?
Qual o uso?
Que análise de aplicabilidade poderíamos fazer?
A minha cultura é refletida nesse produto?
O outro percebe a minha cultura nesse produto?

Fase 4 - Prática de Soluções Alternativas e Proposições de Produtos

A partir da iconografia produzida na fase de memórias afeto-carregadas e do exercício de empatia (colocar-se no lugar do outro no contexto contemporâneo), o grupo tem por desafio propor produtos que representem essa memória afetiva, que atendam às necessidades de identidade do grupo e às necessidades do contexto do consumidor.

É uma experiencia de conciliação entre memória afetiva, processo criativo e aplicação do produto no mercado, com grande possibilidade de geração de produtos que tenham fortes bases identitárias com relação ao grupo e sua história e que realizem uma ponte humanizadora, com relação ao usuário, quebrando a distância entre produção e uso.

2.2.1.1.3.3 Resultados da Laboratório de Ideias junto à Instituição Beneficente Conceição Macêdo.

A Instituição Beneficente Conceição Macedo (IBCM) é uma organização sem fins lucrativos que desde 1989 atua na prevenção do HIV/AIDS e apoio à pessoas que convivem com o vírus. A instituição promove encontros de mulheres idosas e mulheres com HIV/AIDS das redondezas e adjacências do bairro de Pernambués, em Salvador, desenvolve atividades lúdico, produtivas e terapêuticas, com 2 encontros mensais, participando de Oficinas de geração de Trabalho e Renda e informação sobre prevenção e tratamento de HIV/AIDS.(http://www.ibcmaids.org.br)

Foi criado no âmbito do projeto, o Grupo Vovós, Nós e Ponto, formado pelas avós das crianças atendidas, que tinha por objetivo, produzir artefatos artesanais. O Grupo desenvolvia trabalhos artesanais de dobradura de papel (fig.18) e desejava uma amplicação de produtos, convidando Márcia Ganem para realizar um processo de pesquisa e proposição.

Fig. 19 – Cisne em dobradura de papel (fonte.: Taysk)

Para isso foi realizada uma agenda de encontros semanais, com aplicação do Laboratório de Ideias.

Na dinâmica do Laborátório de Ideias junto à SBCM, foram realizadas as fases do Laboratório, com os resultados descritos a seguir:

Fase 1. Memória afeto-carregada

Das diversas memórias do processo de emersão, advindas dos participantes, foi constituído o elenco de formulação iconográfica de cada indivíduo e do grupo.

Fase 2- Reformulação iconográfica

À partir da iconografia produzida na fase de memória afeto-carregada, foram propostos diversos produtos e identificado que existia uma memória comum, sobre uma antiga técnica artesanal de dobradura, a serpentina (fig.19) usada em festas juninas, um processo similar à tecnica de cestaria.

Fase 3 - Capacidade Empática

No exercício de transposição da proposição material, advinda do exercício de memória afeto-carregada, para a vida contemporânea, foram avaliados os hábitos de consumo e o diálogo da técnica com a relidade de mercado, sendo identificado um grande potencial de desenvolvimento de produto para moda, o que representaria uma nova frente de trabalho.

Fase 4 - Prática de Soluções Alternativas e Proposições de Produtos

A partir da iconografia produzida na fase de memórias afeto-carregadas e do exercício de empatia, foi proposto a confecção de xales em organza de seda na técnica de cestaria.

Optou-se pela técnica de cestaria em espiral- guirlandas (figura 19), que foram executadas em organza, na confecção de xales, entendidos como elementos icônico, estreitamente relacionados com as avós.

Fig. 20 – Guirlanda de papel (fonete: Nudelmania)

Figura 21 - Xale de cestaria em organza de seda, desenvolvido pelo Grupo das Avós, com orientação da designer Márcia Ganem (Foto Márcia Ganem)

2.2.2 Inovação Aberta (*Open Innovation*)

A inovação aberta ou *open innovation*, considera que a inovação seja realizada fora da empresa ou do grupo tradicional, que é o foco deste estudo, sugerindo o envolvimento de outros entes, como designers, artistas e outros parceiros, apoiado pelos artesãos, num processo de cocriação.

Na relação dialógica, o trabalho primaz para o designer é olhar para as tradições artesanais, interrogando-se onde suas competências em inovação, agregação de valor, criação de materialidades e capacidade de influenciar podem ser incorporadas, contribuindo para transformações positivas de cenários.

Neste mesmo ambiente, o trabalho primaz da comunidade tradicional é construir uma dinâmica de fortalecimento da sua capacidade ativa de diálogo e governança junto ao designer, em busca da renovação de tradições e das oportunidades que se apresentam para a dinamização da sua localidade.

A seguir, discorre-se sobre como a inovação aberta pode ser realizada na relação entre designers e artesãos e casos de atuação dentro do *Design Dialógico*, trabalhando duas frentes:

- A inovação aberta, sobre produto;
- A inovação sobre cadeias de valor, na modelagem de negócios sustentáveis.

2.2.2.1 Inovação Aberta sobre Produto

No *Design Dialógico*, a inovação aberta é um instrumental utilizado na relação colaborativa, portanto, trata-se aqui da geração de produtos num processo de coautoria entre designers e artesãos.

Um produto nascido dentro da filosofia do *Design Dialógico* vem imbuído do DNA do designer e da tradição artesanal, existindo assim uma predisposição nesse processo, a alterações em materiais, formas, usos e mercados acessados.

Essa é a grande aventura para designers e artesãos: assumir riscos e desacomodações decorrentes do projeto de inovação, mas é necessário entender que o risco é condição do

novo e que para que artesãos e designers se posicionem frente ao grande desafio no mundo globalizado, que é criar um repertório autêntico e diferenciado, é necessário enfrentar os riscos, até que se chegue ao conforto do diferencial competitivo.

Segundo Doughety (1997), inovação de produto é compreendida como a conceitualização, desenvolvimento, operacionalização, manufatura, lançamento e gerenciamento continuado de um novo produto ou serviço (COOPER,1983; IMAI *et al*.,1985; DOUGHERTY, 1992). Novo para a organização, pode envolver novos clientes, novos usos, nova estrutura de distribuição e/ou nova logística. (DAFT, 1966).

Para ajudar a compreender as especificidades do artesanato tradicional, será abordada a experiência com a renda de bilro, trazendo alguns dados sobre a tipologia e o processo do *Design Dialógico* sobre ela.

Na maioria dos lugares em que era feita no Brasil, a renda de bilro caracterizou-se, durante quase todo o século XX, por ser um tipo de artesanato tipicamente realizado pela população mais humilde, por mulheres e crianças de todas as idades, completando a renda da família. Nas portas de suas casas, as rendeiras conversavam, depois dos afazeres domésticos, e, enquanto contavam casos e fumavam cachimbos, trançavam fios e histórias (RAMOS, 1948, p. 37).

Muito se mantém das velhas formas e heranças relacionadas a essa prática, as rendeiras repetem o velho hábito de trançar fios e histórias, desde muito jovens, mantendo esta atividade por toda uma vida, portanto existe um alto nível de especialização nesta atividade, contudo, historicamente, há uma incompreensão do valor material e imaterial existente nestes fazeres e saberes.

A renda de bilro é feita em forma de bicos, barras, que são comumente aplicados em roupas de cama e mesa e em peças de vestuário, um metro de bico ou barra de renda de bilro consome uma semana do trabalho de uma rendeira e são comercializados aos metros.

O problema é que existe uma desconexão de fatores relacionados à atividade, como o alto nível de especialização das rendeiras, o tempo de trabalho dedicado à confecção das peças de renda, frente a um design tradicional utilizado pelas rendeiras e a percepção de

pouco valor atribuído no mercado de consumo. Esta equação de fatores contraditórios levam a um posicionamento dissonante da atividade no mercado.

O designer, percebendo essa desconexão, pode, a partir do projeto criativo, desenvolver novos produtos, estabelecendo novas percepções, definindo novos materiais, novas formas, novas funções, que reposicionem o produto num possível novo target de mercado que aprecie as características inerentes.

A manufatura está intimamente ligada ao preciosismo, dessa forma, existe um vínculo das tradições artesanais e geração de bens de alto valor agregado, assim, é importante criar soluções de produtos que se posicionem em um mercado que compreenda e absorva esses atributos.

À seguir, será abordada a geração de produtos inovadores à partir da utilização de novos insumos e da criação de novas tipologias, como alternativas na inovação aberta sobre produto.

2.2.2.1.1 Inovação no produto através do uso de novos materiais

A possibilidade de proposição de novos materiais é um componente chave nos processos de inovação sobre as técnicas artesanais e pode resultar em profundas modificações da performance final do produto.

A diferenciação do designer, por vezes, se dá através dos materiais que ele utiliza, seu estilo e pesquisas. No processo de diálogo, esses elementos são colocados à disposição da cocriação com a comunidade tradicional.

Considera-se também que o material utilizado no processo produtivo, tem uma carga simbólica muito grande, que é diretamente relacionada ao conceito e filosofia do trabalho. Por exemplo,a utilização de materiais reciclados na confecção das rendas tradicionais, vai proporcionar a associação de significados ecológicos, como uma referência suplementar positiva na construção do conceito.

Como exemplo analisamos a seguir, duas experiências de inovação aberta, realizadas junto às Rendeiras de Saubara, baseadas na utilização de novos matérias para produção da renda de bilro.

2.2.2.1.2 A Inovação sobre Materiais no Trabalho de Márcia Ganem

Márcia Ganem desenvolve, desde 1998, uma pesquisa de utilização da fibra técnica de poliamida na moda. A fibra de poliamida é um material de alta tenacidade, refugada do processo de confecção da manta de pneu e cinto de segurança.

O refugo industrial da fibra de poliamida também é utilizado na feitura de redes de pescaria, lembrando que as Rendeiras de Saubara são marisqueiras, esse fio é bastante conhecido por elas e pelos pescadores, conforme apresentado nas Figuras 22 e 23.

Figura 22 - Rede de Fibra de Poliamida (Foto: Inês Grimaux)

Figura 23 - Pescador de Saubara com a Rede de Fibra de Poliamida (Foto: Inês Grimaux)

2.2.2.1.2.1 A Renda de Bilro em Fibra de Poliamida no Diálogo com as Rendeiras de Saubara

O início do desenvolvimento de trabalho entre as Rendeiras de Saubara e Márcia Ganem deu-se a partir da substituição do fio de algodão pela fibra de poliamida, na feitura da renda de bilro, mantendo a forma tradicional da renda, contudo investindo na modificação do insumo.

Figura 24 - Processo de Confecção da Renda de Bilro com Fibra de Poliamida (Foto: Ricardo Fernandes)

Na ação de eco design no trabalho realizado entre Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara,(fig.25) o reuso da fibra de poliamida traz novos atributos estéticos e funcionais ao produto, como resistência, estrutura e forma, alem da incorporar valores ambientais.

Figura 25 - Detalhe de Vestido de Renda de Bilro em Fibra de Poliamida de Márcia Ganem (Foto: Ricardo Fernandes)

2.2.2.1.2.2 O Filé em Fibra de Poliamida no Diálogo com a Sociedade Beneficente 25 de Junho

A Sociedade Beneficente 25 de Junho funciona desde 1972, está inserida no subúrbio de Salvador e sua atuação abrange os bairros de Itacaranha, Alto de Santa Terezinha e Rio Sena, desenvolvendo diversas atividades produtivas, formando gruposde artesãos, trabalhando com bordados e rechilieur e outras atividades .

Em parceiria com Márcia Ganem, as bordadeiras da Sociedade Beneficente 25 de Junho iniciaram um processo de desenvolvimento de produtos de moda, com base na renda filé, buscando o posicionamento desse produto no mercado global de luxo.

Para o desenvolvimento desse trabalho, foi mantida a forma tradicional da renda, inovando na utilização do insumo, foi utilizada a fibra de poliamida sobre rede de pesca, para composição da renda, mudando características como toque, estrutura e resistência.

Figura 26 -Detalhe de Vestido em Fibra de Poliamida e Renda Filé (Foto: Ricardo Fernandes)

2.2.2.1.2 **Inovação na Criação de Novas Tipologias de Rendas a partir das Técnicas Tradicionais**

Desde os primórdios da tragetória da renda, ela foi sendo apropriada por diferentes povos, que inferiam modos e motivos específicos em sua feitura, são as possíveis diferenciações regionais na realização de uma tipologia artesanal.

No Brasil, no período da escravidão, a renda de bilros era feita por escravas e sinhazinhas, "e, por estranho que possa parecer, umas e outras procuravam criar modelos, sem prejuízo de trabalharem comumente em modelos de "papelões" que eram conservados e transmitidos de geração em geração." (FUNARTE, 1986, p. 13).

Essa criação de modelos, é aqui considerada como um processo empírico de inovação, a possível inovação cotidiana, sem identificação de autorias e nem localização regional, contudo, consideramos que as autorias são importantes e podem ser instrumentos de propagação de valores regionais.

É tambem possivel, que essa modificação na forma, seja tão profunda, que resulte numa criação de uma nova renda, tendo a mesma base técnica de confecção, o que suscita uma discussão muito oportuna, que é: a possibilidade no espaço contemporâneo, de reconhecer o nascimento de novas tipologias, feitas á partir de técnicas conhecidas, o que dentro das regras dos direitos autorais, se chamaria novos modelos de utilidade.

Assim dentro do design dialógico, na perspectiva da inovação aberta, falamos que é possivel a existencia de um fato gerador de novas tipologias de rendas e manufaturas, reconhecendo autorias e regionalidades.

Vamos trazer alguns exemplos de criação de novas tipologias artesanais, à partir da renda de bilro e as circunstâncias do processo criativo:

2.2.2.1.2.1 A Renda Flor da Maré de Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara

Em 2008, a maré vermelha atingiu venalmente a economia da população de Saubara, inviabilizando a pesca e mariscagem por seis meses na região.

> Manchas de cor ferruginosa típicas de uma maré vermelha foram vistas novamente, desde a sexta-feira passada, no litoral de Saubara e na Barra do Paraguaçu, localidade pertencente a Salinas da Margarida. O fenômeno natural foi apontado, em laudo divulgado no início do mês, como a causa da mortandade de 50 toneladas de peixe na Baía de Todos os Santos, ocorrida em março deste ano [...] Esse fenômeno levou o Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis (Ibama) a proibir, até 29 de maio, a pesca em cinco cidades – São Francisco do Conde, Saubara, Santo Amaro, Salinas das Margaridas e Madre de Deus –, mais as Ilhas dos Frades e de Bom Jesus dos Passos.(REVISTA DIGITAL CRA)

Nessa ocasião, Márcia Ganem desenvolveu junto às Rendeiras de Saubara, uma nova técnica de renda, chamada de Flor da Maré, (FIGURA 27) numa campanha de geração de novo produto para escoamento em mercado nacional e internacional, como alternativa produtiva para as marisqueiras.

Nesse momento, as rendeiras dispuseram-se a apoiar uma ação projetual de criação da nova renda, com o objetivo de ampliação de mercado. A coleção Flor da Maré, foi lançada no verão de 2008 no Brasil e em seguida apresentada em Madrid, Londres e Japão.

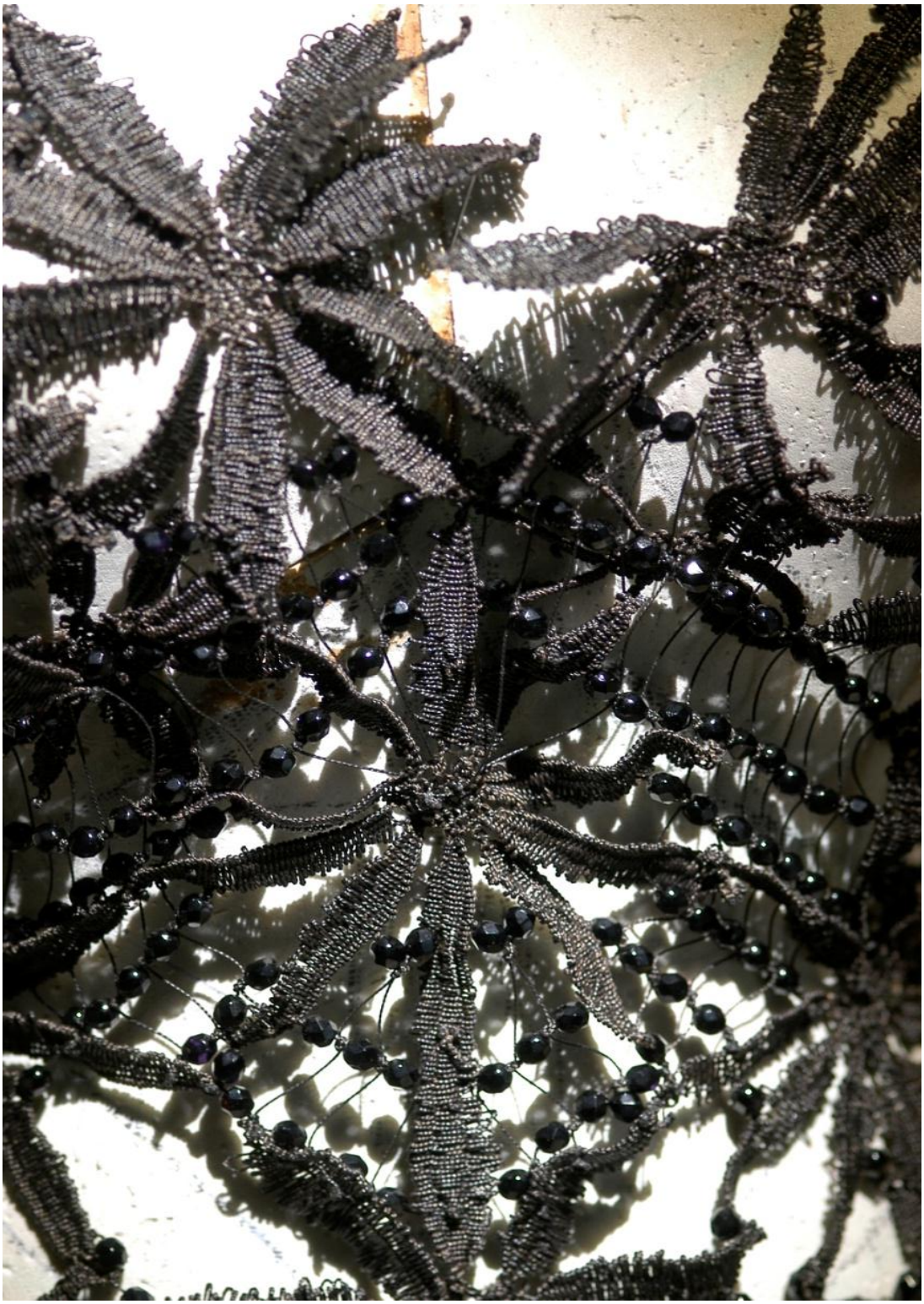

Figura 27 - Detalhe da Renda Flor da Maré de Márcia Ganem e Rendeiras de Saubara (Foto: Ricardo Fernandes)

2.2.2.1.2.2 A Renda Saubara de Isabelle Arciero-Mahier e as Rendeiras de Saubara

Isabelle Arciero-Mahier no seu processo de inovação junto às Rendeiras de Saubara, propôs a substituição do fio de algodão por fio de seda e criando um novo design de renda, intitulada renda Saubara, para construção de indumentárias e instalações artísticas, buscando o posicionamento desse produto no mercado global de arte e moda.

Figura 28- Renda Saubara de Isabelle Arciero-Mahier e as Rendeiras de Saubara (Foto: Márcia Ganem)

2.2.2.2 Inovação Aberta sobre Cadeias de Valor- A modelagem de Negócios Sustentáveis

Na ação projetual, o artesanato tradicional deve ser observado na perspectiva de meta projeto, dentro de cenários complexos, considerando a cultura, território e relações interpessoais, a partir de uma visão integradora.

Esta ampliação de cenário, viabiliza a identificação das diversas cadeias de produtos e serviços (existentes ou necessárias) para o desenvolvimento do foco projetual, que é o artesanato tradicional.

É essa observação e ação sobre as forças atuantes na localidade, que pode determinar a criação de um ambiente propício para a efetividade das ações propostas sobre a tradição artesanal.

Dentro da ação multifocal do *Design Dialógico*, a dinâmica criada pelo sistema de ações está sobre o produto e sobre as multicadeias de produto e serviço possíveis no cenário, criando uma ambiência de desenvolvimento multivetorizado.

Assim, é proposto o trabalho sobre o artesanto tradicional, que é o foco das ações, e a observação do cenário de origem e de destino, pensando estrategicamente em formas de ampliar o âmbito do produto, fortalecendo a sua origem e estabelecendo maior contato e trocas com o seu destino.

Origem----------produto----------destino
(cenário) (cenário)

O ambiente onde as comunidades de artesãos tradicionais estão inseridas, detem grande riqueza e complexidade, por isso o campo sinérgico gerado junto aos designers, desde a identificação de oportunidades e modelagem de novos negócios, até o impacto que isso pode trazer na transformação de cenários, é muito significativo.

Nesse sentido, as capacidades do design vão atuar sobre redes de relacionamentos, identificando oportunidades a partir da análise de multicadeias de valor, dentro de um cenário territorial, estimulando um ambiente de geração de novos modelos de negócios sustentáveis.

2.2.2.2.1 Mapeamento de Cenários – A Identificação dos Potenciais Locais

Como exemplo, abaixo é apresentado um exercício de mapeamento de cenários e, em seguida, o mapeamento de cadeias, com a identificação das potenciais vocações de Saubara (conforme Imagem 2).

ponto focal	Patrimônio	Categorias	atrativos e tipologias
Locus	patrimônio cultural	Artefatos	renda de bilro
			Cestaria
			Rede
		Música	samba de roda
		Celebrações	nego fugido
			Marujada
			ternos
	patrimônio natural	Geografia	Praia
			Mangue

Imagem 2- Mapeamento de cenário da cidade de Saubara

Nota.:Esse levantamento deve compor o Diário de Diálogo, na Etapa 1.

Abaixo é apresentado o fluxo de direções das cadeias de produtos e serviços em torno da cultura tradicional (Imagem 3).

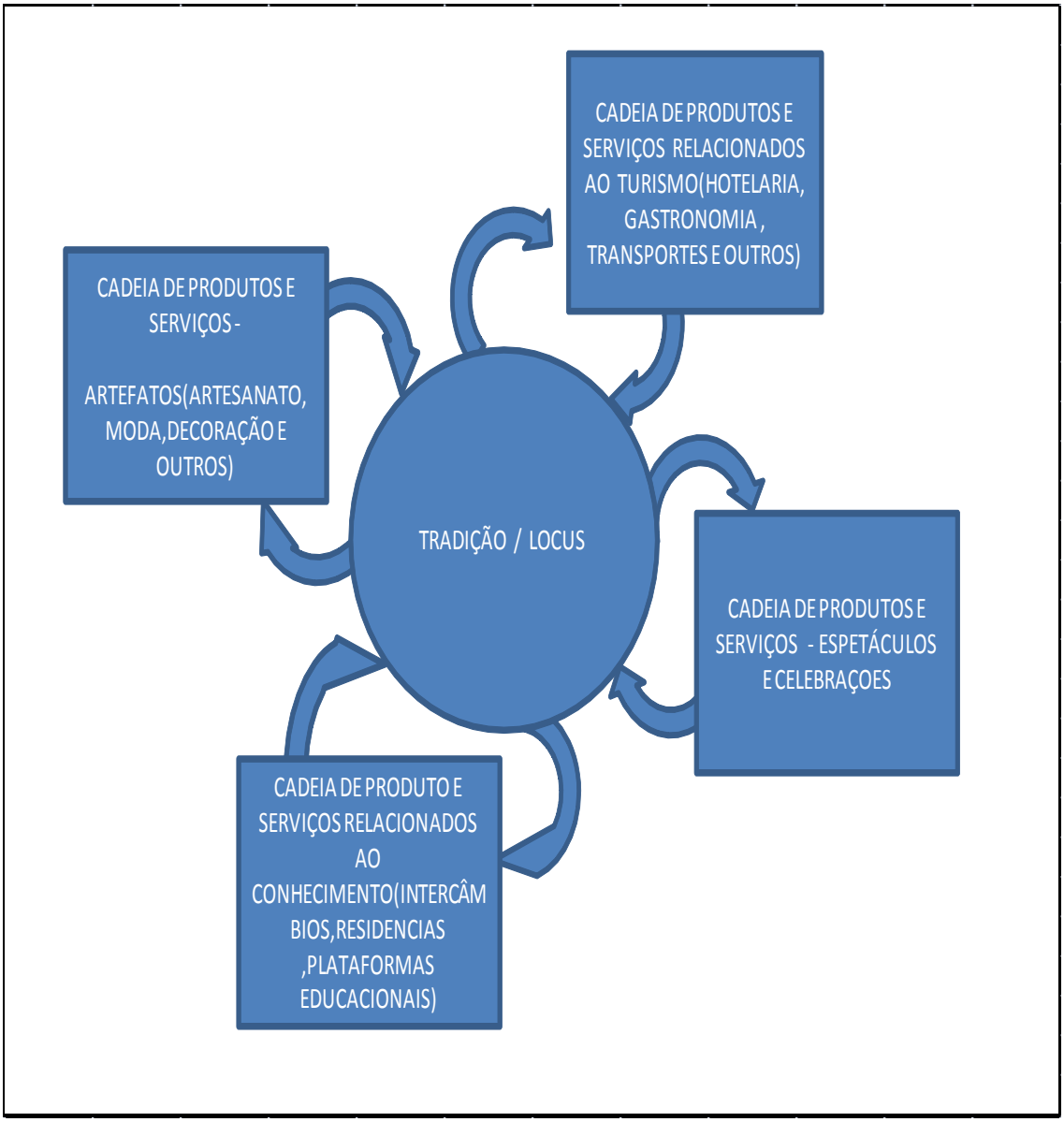

Imagem 3 -Fluxo de direções das cadeias de produtos e serviços em torno da cultura tradicional.

2.2.2.2.2 Mapeamento de Cadeias de Valor Potenciais

Abaixo é apresentado o mapeamento de cadeias e oportunidades potenciais (Imagem 4), identificadoa partir do levantamento de cenário de Saubara.

cadeias de valor/produtos e serviços	**Turismo**	**agências de turismo**	**Roteiros de viagens**
			Serviços de hospitalidade
			Serviços turísticos
	Gastronomia	**rede de restaurantes e empreendedores**	**Culinária tradicional**
	Artesanato Tradicional	**Artesãos**	**Produtos dos artesãos**
			Conhecimento
		designers parceiros	**Moda**
			Decoração
			Joalheria
			Conhecimento

Imagem 4- Mapeamento de Cadeias e Oportunidades Potenciais

2.3 Materializando o Diálogo: Tangibilização das Identidades

Furtado (1984), fala que a manutenção da cultura popular viva no Brasil teve relação com o processo de esquecimento, de invisibilização dessa, pela sociedade civilizatória e mimética, voltada para a estética e valores estrangeiros. Então, a sobrevivência dessa cultura, em algum momento, se deu graças à falta de comunicação entre as elites e o povo.

A visibilização aqui proposta é também uma estratégia de sobrevivência da cultura popular, da qual o artesanato tradicional faz parte. Materialização e visibilização aqui representam meios de criação de uma massa crítica de valorização das tradições artesanais. O *Design Dialógico* entende a importância de lançar luz sobre os grupos tradicionais, reconhecer seus valores, identidade, história, capacidade inovadora e comunicar esses conteúdos, nos mais diversos meios possíveis, para que à partir de uma nova percepção, a valorização das tradições artesanais se estabeleça como estratégia de manutenção desses saberes.

Partindo do princípio de que materializar é tornar visível, o *Design Dialógico* busca transformar tudo que foi percebido na identidade da tradição artesanal e do design e que foi trazido para a construção do espaço comum entre eles, seja materializado ou tangibilizado em produtos, processos e serviços.

Estão aqui classificadas quatro tipos de tangibilizações da cultura matricial, entendidas como:

- Tangibilização da cultura através de espaços
- Tangibilização da cultura através dos artefatos
- Tangibilização da cultura através de espetáculos e celebrações
- Tangibilização da cultura através de vivências e intercâmbios

Apresentamos à seguir o diagrama com os tipos de tangibilizações da cultura (Imagem 5):

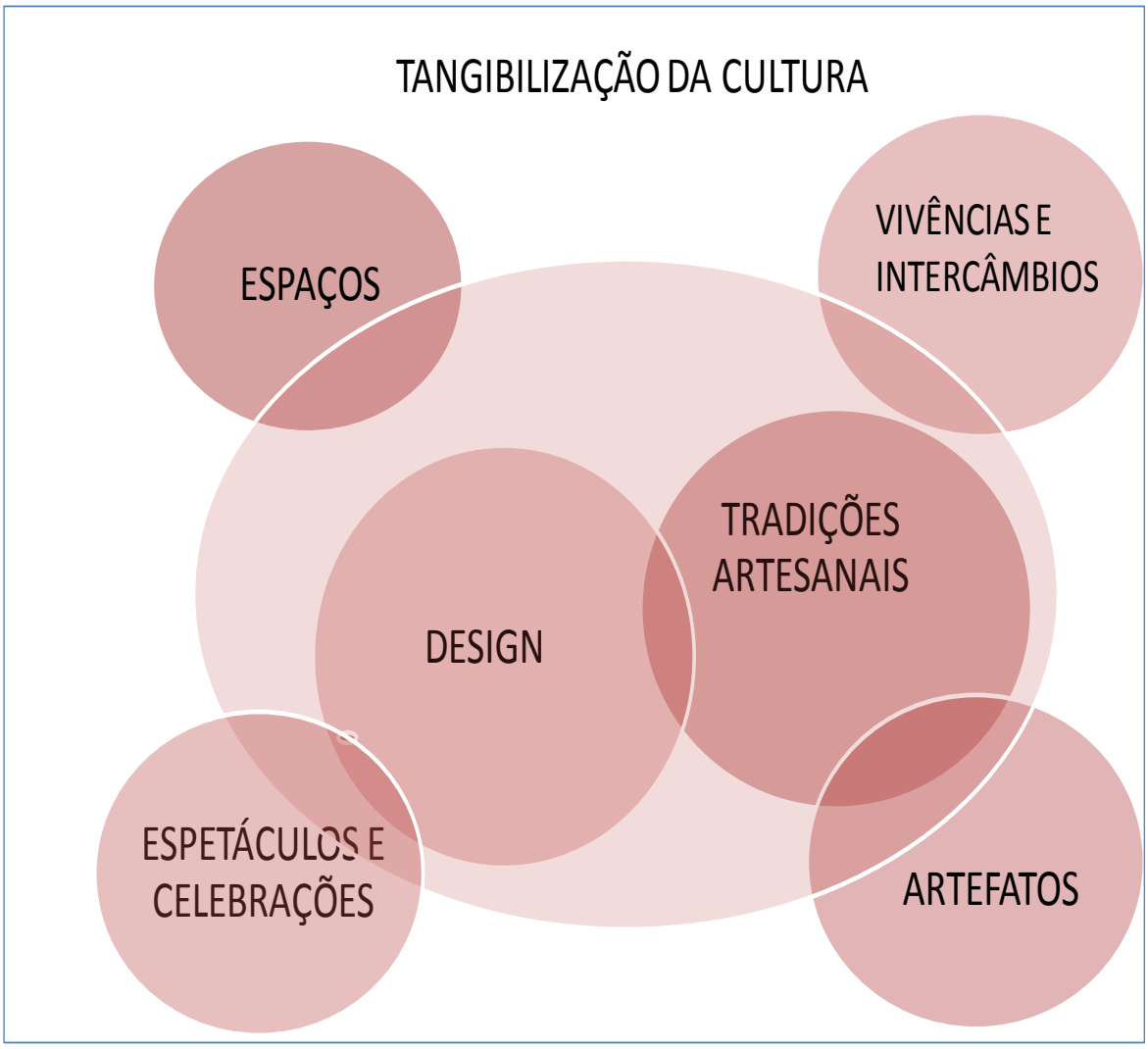

Imagem 5 – Diagrama das Formas de Tangibilização da Cultura no *Design Dialógico*

Apresentamos a seguir, a planificação de tipos de tangibilizações produzidas no processo dialógico.

Tipos	Tangibilizações
3.2.1. Espaços	**Casa de Cultura, Associação dos artesãos, espaços individuais**
	Casa de Cultura centro urbano e espaços individuais
	Espaços virtuais
3.2.2.Artefatos	**moda, decoração, acessórios e outros**
3.2.3. Espetáculos e celebrações	**Desfiles**
	Exposições
	Mostras
3.2.4. Vivências e intercâmbios	**Vivências e turismo de experiência baseado na cultura e celebrações**
	residências e intercâmbios de saberes

Imagem 6 -Tipos de Tangibilizações Produzidas no Processo Dialógico

2.3.1 Tangibilização Através de Espaços

A tangibilização através de espaços, consiste na instauração de espaços virtuais e físicos, enquanto meios dinâmicos de apresentação da cultura matricial e das interpretações desta, na interação com os designers e artistas.

No processo de aplicação da metodologia, parte-se do princípio da impossibilidade de falar em artesanato tradicional, sem enxergar a história e a cultura da qual ele faz parte. Sendo assim, o primeiro passo dado na implantação da metodologia é o mergulho nas identidades (grupo tradicional e designer), realizando um estudo sobre a comunidade tradicional, sua história, cultura, modo de vida, geografia, relações etc, da mesma forma que é estabelecido o conhecimento da identidade do designer e do coletivo de artistas, dando partida ao encontro e processo de trabalho.

No segundo momento, é dado o passo no sentido de aprofundar e renovar as identidades, no qual o exercício de abertura para a inovação e criatividade é feito, tanto pelo grupo tradicional quanto pelos designers. Durante esse processo, um vasto material de registro é produzido (vídeo, fotos, áudio) e alocado no Diário do Diálogo.

A primeira abordagem de tangibilização é a criação de espaços físicos e virtuais, com o objetivo de abrigar todo o acervo produzido no processo de conhecimento da cultura tradicional e do encontro desta com designers e artistas, comunicando e compartilhando esse conhecimento com quem participou diretamente do processo e com a sociedade de uma forma mais ampla.

2.3.1.1 Espaço Físico

O projeto trabalha no sentido de estabelecer espaços físicos onde serão abrigadas as materialidades produzidas no processo dialógico, em meio urbano e em meio rural, no cenário da comunidade tradicional. Os espaços físicos têm o formato de museus ou centros de cultura, com o objetivo maior de criar uma reflexãosobre a cultura tradicional e seu diálogo com a inovação, contar a história local e reunir suas manifestações culturais. Tais espaços são ambientes de estímulo à criticidade e produção de conhecimento, numa dinâmica integrativa direta, portanto, quanto maior o vínculo e envolvimento da

comunidade, maior a qualidade do que será produzido nele.Uma experiência prática para esse conceito de espaços criados para abrigar identidades é a Casa da Cultura de Saubara e a Casa de Castro Alves, que serão apresentadas a seguir.

2.3.1.1.1 A Casa de Cultura de Saubara – O Espaço de Referência da Cultura Local

A Casa de Cultura de Saubara (figura 26) foi um esforço coletivo desde a sua formação, um passo fundamental para o protagonismo da comunidade e para o fortalecimento dos vínculos de cooperação com o coletivo de artistas e designers. Houve uma junção de esforços, por parte de diversas instituições civis, como a Associação do Samba de Roda, a Associação de Artesãos de Saubara, a Associação da Terceira Idade, designers e artistas, para materialização desse espaço de referência. O espaço físico e a infraestrutura de funcionamento foram cedidos pela Prefeitura de Saubara e os grupos da cultura local, junto com os designers, foram responsáveis pela concepção, cenografia e expografia.

A idéia é que os espaços criados constituam-se em campos neutros, apropriados pela cidade, aglutinando os diversos agentes, na busca de criação de um cenário favorável ao desenvolvimento da economia criativa na localidade.

Figura 29 - A Casa de Cultura de Saubara (Foto: Márcia Ganem)

A Casa foi aberta no dia 13.06.2012, numa ação entre o INDI e o povo da cultura do lugar, com o apoio da gestão municipal.Vinham artistas populares de toda a região, se ver na Casa.

Figura 30 - Cenas da Abertura da Casa de Cuclтura de Saubara (Foto: Márcia Ganem)

2.3.1.1.2 A Casa de Castro Alves – O espaço de referência para o coletivo de artistas

Castro Alves, poeta abolicionista baiano do século XIX, é fortemente presente e referendado na Bahia, sendo nome de cidade, nome de praça, nome de teatro, de escolas etc.; a sua poesia continua viva e atual, e representa , o maior vínculo entre o poeta e o

espaço contemporâneo, isto é, a luta pelo respeito, dignidade e liberdade humana.

A Casa de Castro Alves (Figura 27) é um espaço integrado de memória, cultura popular, arte, design e orquestrado pela poesia. Instalado na antiga residência de Castro Alves e sua família, na Rua do Passo 52, Centro Histórico de Salvador. A Casa de Castro Alves abriga em seu espaço de galeria, exposições realizadas pelos designers e artistas junto às comunidades tradicionais, representando, portanto, o espaço urbano do projeto.

Sua concepção é bastante distinta da casa de cultura da comunidade tradicional, onde o espaço consegue reunir, grande parte das manifestações culturais locais. No espaço urbano, o vínculo da comunidade local se dá de forma menos abrangente pela questão da multiplicidade do tema cultura no ambiente urbano. Contudo, a Casa de Castro Alves representa uma página importante da história da cidade de Salvador, a casa do poeta que lutou pela dignidade e liberdade, nisso se estabelece o espaço comum, de apropriação. A Casa propõe-se a apresentar a obra política de Castro Alves, trazendo o diálogo das artes em todas as suas expressões, com a poesia e com a interpretação da liberdade. Por isso, tudo que é criado e apresentado na Casa é feito não só para a contemplação, mas para provocar perguntas e produzir conhecimentos.

CASA DE CASTRO ALVES - CENTRO HISTÓRICO DE SALVADOR

Figura 31- Casa de Castro Alves, Salvador (Fotos: Márcia Ganem)

A Casa de Castro Alves, abriga em seu espaço de galeria, a exposição dos trabalhos realizados entre os designers e artesãos tradicionais (figura

2.3.1.1.3 Espaços Virtuais

O espaço virtual, também criado para abrigar as identidades, constitui-se como uma plataforma de diálogo, capaz de aglutinar uma rede conectiva global de apreciação e participação do processo. Nessa plataforma, são utilizadas diversas linguagens virtuais, como site, redes sociais, blog e outros, para exposição, troca de ideias, informações, cumprindo uma função da maior importância, que é disseminar a filosofia do trabalho produzido.

Sua grande importância está no nível de alcance que consegue estabelecer com o público, portanto, da mesma forma que os espaços físicos, o espaço virtual deve espelhar as identidades, de forma que a comunidade tradicional, bem como os designers e artistas participantes, sintam-se representados.

2.3.2 Tangibilização em Artefatos

O processo de aprofundamento do diálogo entre grupo tradicional e designers, adotando ações no sentido da inovação endógena e *open innovattion* para renovação das identidades, descrita no Capítulo 2, deu origem a uma produção de artefatos baseados na cultura matricial, que são vetorizados em duas direções: na produção de artefatos voltados para a comunidade tradicional e na produção de artefatos voltados para o design.

Essas direções são abordadas com mais detalhes a seguir, trazendo também experiências de materialidades produzidas.

2.3.2.1 Produção de Artefatos Voltados para a Comunidade Tradicional

Os artefatos gerados no Laboratório de Ideias, dentro do conceito de inovação endógena, como novos produtos de moda, decoração, objetos, *souvenirs* e outros, são feitos e destinados ao próprio grupo.Além dos artefatos, o registro em fotografia,vídeo documentário, produção de material acadêmico, CDs, DVDs e áudio visual dos processos, constitue um forte instrumento de materialização da cultura matricial, para a comunidade. Esses elementos devem ser utilizados amplamente na expografia da Casa de Cultura.

Seguem algumas experiências de produção de artefatos voltados para a comunidade tradicional.

2.3.2.1.1A Cestaria em Seda no Diálogo com a Instituição Beneficente Conceição Macêdo (IBCM)

No trabalho com o Grupo das Avós, a introdução da organza de seda no trabalho de cestaria foi de grande importância, agregando volume e leveza para o entrelaçamento. A Figura 28 apresenta a ténica básica de cestaria em organza de seda.

Figura 32 - Cestaria em organza, realizado por Márcia Ganem e o Grupo das Avós– IBCM (Foto: Márcia Ganem)

2.3.2.2 Produção de Artefatos Voltados para o Design

Os artefatos desenvolvidos nas parcerias junto ao coletivo de artistas e designers abrem um espectro muito vasto de materialidades. São coleções de moda, trabalhos de arte, fotografia, áudio visual, objetos, novas tipologias de renda, livros e catálogos de design e arte, documentários sobre processos criativos, produção de material acadêmico e outras possibilidades.

São novas alternativas de materialização da cultura matricial, feitas a partir de um processo cooperativo. Esses elementos devem ser utilizados amplamente na expografia dos espaços urbanos do projeto.

2.3.2.2.1 As Coleções de Moda de Márcia Ganem sobre a Renda de Bilro, Nhanduti, Filé e Macramê

O processo do trabalho de inovação sobre as rendas tradicionais como a renda de bilro, nhanduti, filé e macramê, realizado por Márcia Ganem, consiste em introduzir a fibra de poliamida na confecção das técnicas de renda e outras manufaturas tradicionais. A inovação portanto, está na utilização de um novo insumo, o que resulta em novas características no produto final, como maior resistência da renda, diferenciação de textura e estrutura da peça.

Abaixo apresenta-se alguns exemplos de design sobre técnicas tradicionais, com a modificação do insumo, a exemplo de peças feitas em renda de bilro (Figura 33), filé (Figura 34), nhanduti (Figura 35) e macramê (Figura 35).

Figura 33 -Blusa em renda de bilro e fibra de poliamida. Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara (Foto: Ricardo Fernandes)

Figura 34 -Vestido de Renda Filé em Fibra de Poliamida. Márcia Ganem e a Associação Beneficente 25 de Junho, Salvador (Foto: Ricardo Fernandes)

Figura 35 - Vestido de renda nhanduti em fibra de poliamida de Márcia Ganem (Foto: Ricardo Fernandes)

Figura 36 - Blusa em macramê e fibra de poliamida (Foto: Ricardo Fernandes)

2.3.2.2.2 A Criação de Novas Tipologias Artesanais

2.3.2.2.2.1 A Renda Flor da Maré

A renda Flor da Maré (figura 37), tem a mesma base técnica da renda de bilro, contudo a inovação está na forma e no desenho, constituído exclusivamente de flores. O resultado estético é bastante diferenciado da renda de bilro e uma diferença importante é a redução de tempo de confecção da renda.

Figura 37 - Vestido de Renda Flor da Maré – Modelo: Sheyla Baum-Fashion Rio (Foto: Ricardo Fernandes)

2.3.2.2.2.2 A Renda Nira

A renda Nira foi feita em parceiria com as Rendeiras de Saubara, utilizando a mesma lógica de confecção do filé.A renda é feita tecendo tiras de tecido sobre rede (Figura 38).

Figura 38. Vestido em renda Nira, realizado em parceiria entre Márcia Ganem e as Rendeiras de Saubara (Foto: Ricardo Fernandes)

2.3.3 Tangibilização da Identidade em Espetáculos e Celebrações

A materialização da cultura através de espetáculos e celebrações é uma das formas mais estratégicas de tangibilização, capaz de agregar e comunicar toda a diversidade da cultura matricial. Dentro dessa perspectiva, a riqueza da cultura, seus fazeres e saberes, seus mitos, histórias, celebrações e estilo de vida se cruzam no mesmo ambiente de contato, que é a celebração. Baseado no encantamento e na força da alegria, os espetáculos e celebrações catalizam o olhar, a sensibilidade e mobilizam uma rede de pessoas para comunicar a criatividade materializada. A celebração é o maior agente na permanência da cultura popular, essa é uma prática autêntica das comunidades tradicionais, que combina todas as suas matizes, como arte, artesanato, festas, religiosidade, relações interpessoais, nas quais, a experiência da alegria é o grande agente na mudança de olhar e atitude participativa da sociedade, voltada para a preservação da cultura.

2.3.3.1 Celebrações e Espetáculos Voltados para a Cultura Tradicional

2.3.3.1.1 As Festas Populares

A festa é uma prática e característica das comunidades tradicionais, um importante instrumento de manutenção da cultura, numa experiência de produção coletiva e solidária, que se motiva por razões religiosas, cívicas e históricas entre outras. Estes festejos, se constituem como o cenário por onde prolifera a arte local, as tradições, a gastronomia,a moda, que portanto se constituem enquanto elementos fundamentais no processo social de interação da comunidade, movimentam a economia local e são fortes elementos para o fortalecimento do turismo.

Em Saubara,existem diversas tradições e festas, como a Chegança, Lavagens, Ternos, Ranchos, Pastoris e Bailes. É de extrema importância que essa ambiência e diversidade cultural seja fortalecida e apoiada por uma vasta programação artística, incentivada pela gestão da cultura municipal, estadual e federal, fortalecendo a capacidade de manutenção desse patrimônio imaterial e oxigenando as cadeias produtivas de cultura e turismo.

Os centros de cultura criados no processo, devem manter uma agenda artística permanente, esse é um eixo fundamental para a roteirização turística da localidade.

A abertura da Casa de Cultura de Saubara, motivou a reunião do povo da cultura da região para uma grande celebração, com muito samba , (Figura 39).

Figura 39- O samba na abertura da Casa de Cultura de Saubara (Foto: Márcia Ganem)

2.3.3.1.2 Exposições sobre a cultura local

A exposição sobre a cultura tradicional é um elemento fundamental para o reconhecimento da comunidade e da sua percepção de autoestima. Muito comumente, existe um desconhecimento de dados históricos da comunidade e localidade, por isso, a exposição sobre história, geografia e cultura, é um elemento muito importante, que contribui para a consolidação e difusão da trajetória e perfil da comunidade.

Como resultado do trabalho de emersão na cultura tradicional, os dados históricos, o mapeamento das manifestações culturais, acervo de indumentárias, devem ser estruturados e apresentados, dentro de uma exposição permanente, no espaço cultural da cidade (Figuras 40 e 41).

Figura 40 - Meninas de Saubara ao lado da bailarina do Terno do Sol (Fotos: Márcia Ganem)

A Casa de Cultura reuniu em sua expografia as manifestações culturais de Saubara, mostrando a tradição da renda. A exposição apresenta obras das Rendeiras de Saubara e peças do artesanato regional, como as máscaras de Acupe, as indumentárias do samba de roda, da marujada e demais expressões culturais.

Figura 41- Maria Rendeira na frente da exposição das rendeiras na Casa de Cultura(Foto: Márcia Ganem)

2.3.3.2 Espetáculos Voltados para o Design

2.3.3.2.1 Exposições

Para o designer, uma exposição de sua obra é um meio de apresentação de trabalho,capaz de alinhar conceito, cenografia e linha do tempo. Serão apresentados, a seguir,alguns exemplos de exposições realizadas pelo coletivo de designers e artistas, sobre o trabalho junto às Rendeiras de Saubara.

2.3.3.2.1.1 Exposição de Márcia Ganem e Ricardo Fernandes em Paris

Em abril de 2010, Márcia Ganem e Ricardo Fernandes realizaram uma exposição do trabalho de moda na Embaixada do Brasil na França (figura 42).

Figura 42-Exposição de Márcia Ganem na Embaixada do Brasil na França (Foto: Ricardo Fernandes)

2.3.3.2.1.2 Exposição do trabalho de Isabelle Arciero-Mahier na França

Isabelle Arciero-Mahier tem apresentado amplamente os trabalhos desenvolvidos em parceria com as Rendeiras de Saubara na França, em exposições (ver figura 43) e passarelas.

Figura 43 - Exposição de Isabelle Arciero-Mahier na França (Foto: Isabelle Arciero-Mahier)

2.3.3.2.2 Desfiles

O desfile é uma plataforma de comunicação de grande impacto, um espetáculo de moda, onde se conta uma história através da roupa, da cena, da música, do ambiente, envolvendo uma interdisciplinaridade muito grande: modelos, imprensa, produção, fotógrafos, maquiadores e uma imensa gama de outros profissionais. Um instante fugaz, mas com grande capacidade de mobilização de pessoas e difusão.

A seguir, são apresentadas algumas desfiles já realizados, abordando as rendas das Rendeiras de Saubara.

2.3.3.2.2.1 Desfiles Márcia Ganem

As coleções desenvolvidas por Márcia Ganem junto às Rendeiras de Saubara já foram apresentadas em semanas de moda, no Brasil, Tóquio, Angola, Nova York, Rússia, Panamá etc. (figura 44).

DESFILES MÁRCIA GANEM NO FASHION RIO, ANGOLA, FORTALEZA, TÓQUIO E NOVA YORK

Figura 44 - Desfiles Márcia Ganem (Foto:Ricardo Fernandes)

2.3.4 Tangibilização Através de Vivências e Intercâmbios

Vivências e intercâmbios são materializações da cultura, que levam o público ao relacionamento direto com a comunidade e designers. Compreende-se, dentro desse universo, a formatação de roteirização turística de experiência, baseada na cultura, atributos naturais e celebrações, bem como residências e intercâmbios relacionados aos saberes tradicionais e às trocas junto aos designers, conforme indicado na imagem 7-Tabela de Vivências e Intercâmbios.

3.2.4. Vivências e intercâmbios	**Vivências e turismo de experiência baseado na cultura e celebrações**
	residências e intercâmbios de saberes e fazeres

Imagem 7 – Tabela de Vivências e Intercâmbios

Recursos naturais, paisagens históricas, saberes, festas e celebrações são ativos importantes para o desenvolvimento de negócios voltados para o turismo. Na primeira fase da metodologia, o estudo realizado sobre a geografia e identificação de lugares potenciais, festas e celebrações, saberes e fazeres, deve ser utilizado como *input* na modelagem de um sistema voltado para o turismo de experiência, negócio e saberes.

É necessário identificar e criar valor sobre os recursos naturais, arquitetônicos, os saberes e as festas, enquanto instrumentos para atração do público à experiência direta com a comunidade e sua localidade. Trata-se de uma atração pautada na experiência, na emersão, portanto, é necessário uma gestão atenta e políticas adequadas para o turismo cultural e criativo.

2.3.4.1 Turismo Cultural

Trazendo o exemplo das Rendeiras de Saubara, a cidade oferece lindas praias, mangues, enseadas, além de trilhas para visitação de sítios históricos.A calendarização das festas e datas devocionais é uma fonte importante de atração de público, com um grande potencial de fidelização, porque são calendários sólidos, que já fazem parte da cultura local, o que garante continuidade e aperfeiçoamento, dadas as possibilidades de apoio.A diversidade e qualidade dos atributos são grandes e têm um potencial significativo de atrair um público qualificado, além de conseguir mobilizar e atrair o público da mesma localidade ou do seu entorno.

2.3.4.2 Intercâmbios e Residências

Focados na importância do intercâmbio de saberes e fazeres , o processo de residências , tem por objetivo, estimular o aprendizado e práticas relacionadas à cultura tradicional.

Essa forma de vivência possibilita a criação de um canal de trocas e enriquecimentos, por onde transitam os valores matricias e inovadores, enriquecendo repertórios através de novos olhares.

Um importante resultado dessa troca, é a incorporação de novos conteúdos em arte e tecnologia trazidos pelos residentes, podendo ter resultados práticos da experiência, dentro das seguintes áreas e campos de atuação:

Design – reinterpretação da tipologia
Áudio visual – vídeo e fotografia
Tecnologia – Utilização de novas tecnologias
Literatura e produção de conteúdo
Monitoria
Web

A experiência de intercâmbio e residências, dá curso a um processo efetivo de diálogo baseado na transversalidade do conhecimento e na prática sócio cultural, além de contribuir para a difusão da cultura matricial.

2.4 Ampliando o Diálogo – Fruição dos Resultados

Fruir é dar movimento, compartilhar histórias, culturas, relações, conhecimento, materializações e, dentro das premissas do *Design Dialógico*, todo objeto a ser difundido vem do reconhecimento da cultura matricial. Portanto, a produção física e intelectual advinda desse processo pretende portar os valores essenciais da cultura local, respeitando efetivamente suas peculiaridades.

A fruição no processo dialógico, pode percorrer duas direções: a fruição orientada para a tradição e a fruição orientada para o design. Em cada um desses pontos focais, existe um conjunto de ações que possibilitam a comunicação e propagação do que está sendo construído e o conjunto das duas orientações vai se constituir como um dos grandes responsáveis pelo processo de dinamização de cenários.

A fruição orientada para a tradição é um caminho de fortalecimento das relações diretas da comunidade com seus *stakeholders* (todos os envolvidos direta ou indiretamente no negócio: clientes, fornecedores, parceiros, gestão pública, empresas, comunidade local, academia e outros), estabelecendo seus próprios canais de difusão, comunicação e vínculo direto com o seu público, buscando a ampla circulação de seus conteúdos materiais e intangíveis, gerando ações de visibilidade e a criação do mercado consumidor.

A fruição orientada para o design amplia o espectro de alcance de difusão das materialidades construídas junto aos artesãos, através de publicações, imprensa, mídias, plataforma *web*, exposições, desfiles, mostras e demais possibilidades, dentro da planificação de acesso ao mercado, contemplando escalas globais. A exemplo dos produtos do coletivo de artistas, ou seja, coleções, exposições, documentários, CDs, DVDs, publicações e outros meios, são apresentados em ações nacionais e internacionais, em semanas de moda, exposições em museus, meio acadêmico, conferências, simpósios, abrindo um leque amplo de possibilidades de fruição.

A implementação das ações de fruição pode contribuir para a oxigenação da cadeia produtiva de turismo de experiência, enquanto atividade importante para o desenvolvimento socioeconômico, buscando a inserção da localidade, numa rota turística cultural regional, nacional e internacional.

Em todo o processo da metodologia, foram estabelecidos pontos importantes nos quais seriam ancoradas ações de difusão, criando uma gama de produtos e serviços, compreendidos dentro da classificação de: espaços, artefatos, espetáculos , celebrações, vivências e intercâmbios, planificados na Tabela de Mix de Difusão (Imagem 8).

Tipos	Tangibilizações	Difusão
Espaços	**Casa de Cultura, Associação dos artesãos, espaços individuais**	**Mix de difusão: imprensa,escrita e televisiva, plataforma web, publicações, sensibilização de público alvo (participação em eventos de artísticos na Casa de cultura para divulgação da arte e atração de público,**
	Casa de Cultura centro urbano e espaços individuais	
	Espaço virtual	
Artefatos	**moda, decoração, acessórios e outros**	**Mix de difusão: imprensa,escrita e televisiva, plataforma web, publicações, difusão interna através da exposição dos produtos nos pontos de venda e Centros de Cultura, difusão externa através de parceiros, participação em eventos(exposições externas, desfiles e outros)**
Espetáculos e celebrações	**Desfiles**	**Mix de difusão: imprensa,escrita e televisiva, plataforma web, publicações, sensibilização de público alvo.**
	Exposições	
	Mostras	
Vivências e intercâmbios	**Vivências e turismo de experiência baseado na cultura e celebrações**	**Mix de difusão: imprensa,escrita e televisiva, plataforma web, publicações, sensibilização de público alvo(participação em eventosde turismo para divulgação de roteiro e atração de público, difusão externa através das agências de turismo.**
	residências e intercâmbios de saberes	

Imagem 8- Tabela de mix de difusão

Foi estabelecido um *mix* clássico de difusão, composto por imprensa escrita e televisiva, plataforma *web*, publicações, sensibilização de público alvo dentro dos critérios de produto, como participação em eventos de artesanato, ou de moda, ou de turismo, ou de cultura, os quais vão sustentar as ações comerciais e estreitar o relacionamento com o

público, tanto levando as informações e produtos quanto atraindo esse público para a localidade.

Um elemento importante desse *mix* é o fortalecimento de parcerias que vão contribuir para a difusão da cultura matricial, ampliando o alcance de públicos distintos do ambiente natural da comunidade, através de planos conjugados de mídia com outros alcances de imprensa: televisão, jornais, revistas e outros.

Da mesma forma que se pensa a importância da qualidade dos artefatos e outras materialidades produzidas, enfatiza-se a importância que deve ser dada à qualidade dos conteúdos informacionais produzidos, os quais deverão ser disponibilizados em plataformas virtuais. Esse é um elemento fundamental na autonomia de difusão.

A produção de conteúdo é fundamental no processo de difusão, tanto para os grupos tradicionais, quanto para designers e artistas, é preciso comunicar o que se faz a partir do olhar de quem faz . Esse é o maior testemunho do empoderamento dos participantes do processo e um elemento chave do envolvimento público com o processo e as transformações causadas.

2.4.1 Mix de Difusão

2.4.1.1 Mídias (imprensa, web, audiovisual)

Um importante veículo de fruição do trabalho desenvolvido são as publicações, aqui citados os livros de Ricardo Fernandes e Inês Grimaux, bem como as publicações da Black Dog e Bradley Queen sobre o trabalho de Márcia Ganem. A produção acadêmica já derivou dissertações sobre a renda Flor da Maré, de autoria de Renata Learh.

2.4.1.2 Audiovisual

Existem atividades de fruição que são mais permanentes (foto, filme etc.) e outras mais efêmeras (festas,etc.), e a tendência é tornar permanente o efêmero e ao fazer isso, o gestor cultural consegue multiplicar a fruição. As ações periféricas, ações individuais de cada componente, de escala nacional e internacional, contribuem para a sensibilização do público quanto ao trabalho desenvolvido pelas comunidades tradicionais e designers, levando à possibilidade de atração do público local, nacional e internacional, ao

relacionamento direto com os grupos produtivos, o que traz como consequência a possibilidade de articulação direta, das comunidades com novos parceiros institucionais.

2.4.1.3 Articulação - Os Diálogos Institucionais

Comunicação e difusão implicam em diálogo, interação, intercâmbio, para construir interesses e acordos comuns, um espaço ativo de trocas que vai contribuir para o fortalecimento da participação social num ambiente onde a cultura seja vista como um real vetor de desenvolvimento humano. Para que seja possível a mudança de cenário, faz-se necessário colocar o setor público, setor privado, academia, terceiro setor, frente à comunidade tradicional e discutir os problema e possíveis caminhos de solução, buscando o consenso em torno da criação de sinergias para dinamização local. Sabe-se que os diálogos só são possíveis graças à articulação dos interesses, buscando que cada um se comprometa e crie uma agenda propositiva de papéis e ações. Dessa forma, o projeto funciona com mais facilidade e a sociedade como um todo, é beneficiada.

É importante compreender as relações que se estabelecem na comunidade e o delicado equilíbrio entre os interesses coletivos e os individuais, partindo da ideia de que é muito importante considerar o constructo social, investir no processo social, em ações que vão impactar na gestão participativa, na percepção do valor da comunidade, no resgate da autoestima de seus habitantes. Isso é perene, isso promove mudanças profundas no tecido social. O maior desafio, é buscar essa coalisão, essa junção de forças; todos sabem que deve existir, mas ninguém sabe muito bem como fazer. A vontade existe, contudo a prática ainda é um gargalo, dentro do processo.

O objetivo é trazer uma maior possibilidade de negociação das comunidades com essas instituições, estabelecendo um modelo de governança participativa que busque a catalização das reais demandas dos grupos produtivos por um lado e, por outro, a escuta e possibilidade de incluir nas pautas das entidades públicas e privadas a construção de uma política de responsabilidade social efetiva, com base consultiva. O resultado desejado é o fortalecimento da participação do povo da cultura local, numa lógica de construção de um planejamento integrado, que pense a cultura como um real vetor de desenvolvimento humano.

O projeto busca o equilíbrio entre as forças que podem, conjuntamente, beneficiar o cenário do desenvolvimento nos territórios, forças essas compostas pela sociedade civil, através dos representantes da cultura nas localidades, junto com os governos municipal, estadual e federal, articuladas também com a iniciativa privada e universidades, balisadas por essa governança da sociedade civil organizada, pensando uma política de desenvolvimento territorial consciente das reais necessidades e das oportunidades existentes. Esse é o elemento fundamental: o empoderamento da sociedade que apontará os diversos desdobramentos que as comunidades desejam, para o desenvolvimento da economia criativa local.

2.4.1.4 Modelagem de Cadeias e Geração de Negócios Sustentáveis

A sustentabilidade desse sistema vem na composição e percepção das diversas cadeias, esse é o elemento chave da questão, a variável, a equação que, ao se resolver, vai fazer funcionar todo o sistema.

Se, dentro da localidade, houver a valorização dos produtos das rendeiras pelas universidades, pelas empresas privadas e pela gestão pública, o sistema vai funcionar e as rendeiras vão perceber os frutos disso.

Cada modulação de tangibilização, cada materialização, se insere numa cadeia que pode ser de produto, de serviço, de relacionamentos, ou seja, essa materialidade existe em relação sistêmica. Por exemplo, quando imaginamos o produto artesanato, ele está dentro de uma cadeia produtiva que, a grosso modo, podemos desenhar como: insumo-produção-fruição-comunicação-mercado-avaliação.

Contudo, existe ainda um outro sistema relacional, mobilizado pelo que foi produzido, como o sistema financeiro, a gestão pública com o seu sistema de incentivos governamentais, academia, produção de conhecimento, cultura, na manutenção do patrimônio intangível.

Percebe-se, então, onde o produto está inserido e o que ele pode mobilizar. Essa visualização torna perceptível o âmbito de atuação, a arena de comunicação dessa materialidade. Isso delineia o universo possível de sensibilização para o florescimento do negócio, uma cartografia e sua planificação de cadeia (Imagem 9)

.

Categorias	Tangibilizações	modelagem e sensibilização de cadeias
Artefatos	**souvenirs, decoração, cama-mesa-banho,moda e outros**	**público consumidor, artesãos, rede publica de estímulo à produção artesanal, empresas privadas-sist.de responsabilidade social, empreendedores locais, sistema de transportes, operadoras de turismo, rede hoteleira, rede de restaurantes, comercio local;**
espetáculos e celebrações	**roteiros turísticos voltado para as festas,**	**sociedade, artistas, organismos públicos ligados ao setor dacultura, empresas privadas-sist.de sustentabilidade, industria fonográfica, industria do audiovisual, indústria do entretenimento, agências de turismo, sistema de transportes, micro empreendedores locais, rede de hospedagem, rede de restaurantes, comercio local periférico(lojas, supermercados, farmácias,bares etc).**
	negócios fonográfico	
	criação de festivais, negócios relacionados ao audio visual	
	criação de festivais	
Vivências e intercâmbios	**roteiros turísticos baseado na recursos naturais, arquitetura, sítios históricos e saberes**	**sociedade, artesãos, artistas, organismos públicos ligados ao setor do turismo, cultura, empresas privadas-sist.de sustentabilidade, agências de turismo, sistema de transportes, micro empreendedores locais, rede de hospedagem, rede de restaurantes, comercio local periférico(lojas, supermercados, farmácias,bares etc).**
Espaços	**Casa de Cultura, Associação dos artesãos, espaços individuais**	**sociedade, gastrônomos, organizações públicas ligados ao setor , empresas privadas-sist.de responsabilidade, agências de turismo, sistema de transportes, micro empreendedores locais, rede de hospedagem, rede de restaurantes, comercio local periférico(lojas, supermercados, farmácias,bares etc).**

Imagem 9. Tabela de Modelagem de cadeias de valor

2.5 - Capitalizando o Diálogo: Estratégias de Comercialização

Percebendo a economia como toda forma de produção e distribuição de valor e o desenvolvimento como conceito, produção e distribuição desse valor no tecido social, o *Design Dialógico*, atua na capitalização plural de seus resultados, ou seja, na capacidade de estabelecer estratégias mais abrangentes de comercialização das meterialidades advindas do processo dialógico, ancoradas em bases colaborativas. Dentro dos princípios da economia plural, na via sustentável-solidária, fala-se de um caminho híbrido, entre a lógica de mercado combinada com soluções solidárias, imaginando diferentes caminhos na vida econômica e social (FRANÇA, 2008).

As relações colaborativas construídas no *Design Dialógico* seguem dentro dessa percepção e são baseadas na relação de re-conhecimento das identidades e, portanto, nos laços que são construídos a partir dessa plataforma, a qual tem por princípio econômico não a escassez, mas a bonança que existe nesse encontro e a noção de que todos têm a ganhar com o diálogo. A qualidade desse vínculo é o fato gerador de valor, tanto para a comunidade tradicional quanto para o designer; o vínculo é que provoca e possibilita a sinergia. Portanto, quanto mais qualificado esse vínculo, maior a capacidade de gerar sinergias positivas e essa qualificação está diretamente relacionada à capacidade colaborativa, a capacidade de fortalecimento das individualidades a partir da complementaridade e a generosidade intelectual de ambos. A estratégia é o fortalecimento, expansão e combinação das capacidades de comercialização interna dos grupos produtivos e da capacidade de comercialização do designer, conforme descrito no Diagrama de Fluxo de Comercialiação (imagem 9).

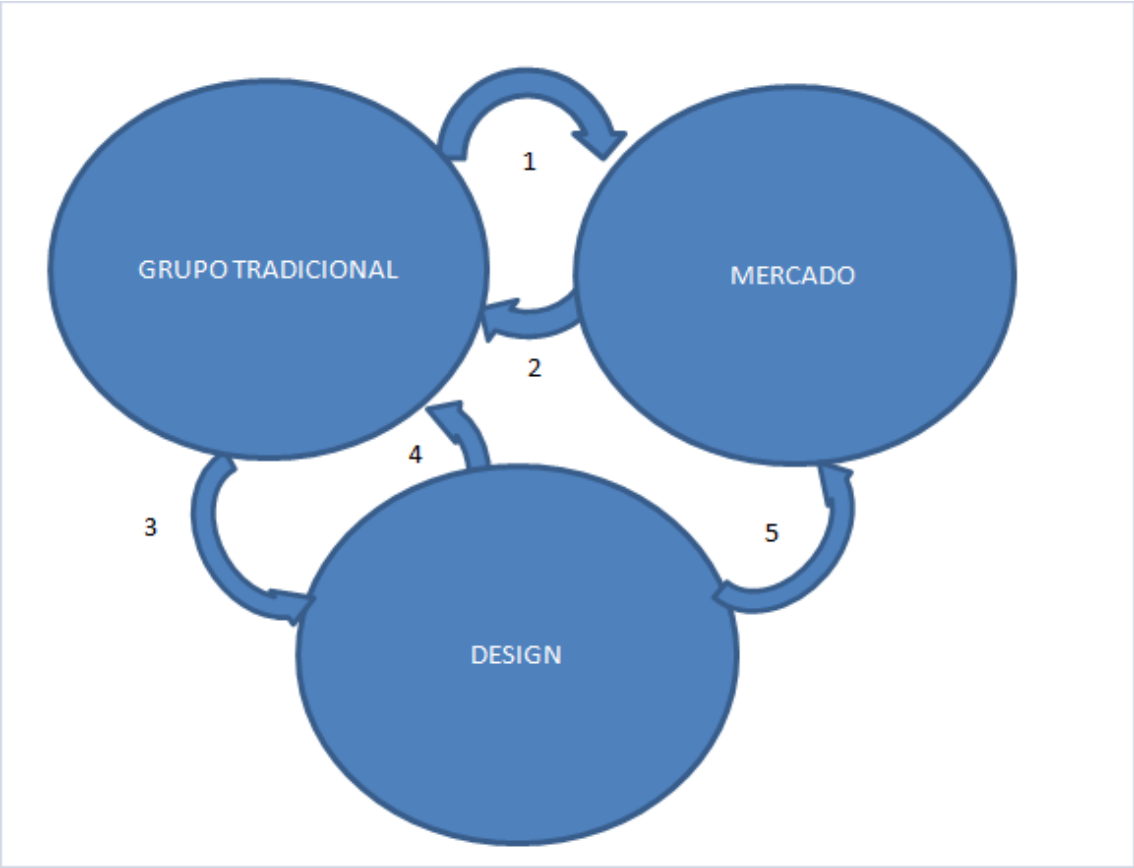

Imagem 10- Diagrama de fluxo de comercialização

2.5.1 Comercialização a Partir do Grupo Tradicional

A comercialização interna vai compreender as diversas possibilidades de atração do mercado ao *locus* do grupo tradicional, para absorção dos diversos produtos já abordados na tangibilização de cultura como: o artesanato, a gastronomia, os saberes tradicionais, através da realização de cursos e *workshops*, oferecidos pela própria comunidade e a roteirização turística.O grupo tradicional desenvolve seus próprios canais de distribuição e vínculo direto com o público, criando um fluxo multivetorizado de ampla circulação, que gera visibilidade e fomenta a criação de mercado consumidor.

2.5.1.1 Sentidos do Fluxo Multivetorizado de Comercialização

2.5.1.1.1 Do Grupo Tradicional para o Mercado

O sentido do fluxo multivetorizado, do grupo tradicional para o mercado, é visto aqui como a venda de produto das comunidades produtivas, em contato direto com o mercado. Nesse sentido, apresentam-se duas formas de realização:

- Na comercialização de produto nos Centros de Cultura e nos espaços de exposição, geridos pela própria comunidade;
- Nas ações de mercado previstas, participações em feiras, representações, rodadas de negócios.

2.5.1.1.2 Do Mercado para o Grupo Tradicional

Esse fluxo estabelece-se em ações nas quais o mercado vai até o grupo tradicional. São citadas aqui algumas exemplificações desse vetor:

- No desenvolvimento de turismo de experiência;
- No turismo de negócios, quando designers vão até o grupo para desenvolvimento de coleções;
- Na realização de cursos e *workshops* na comunidade, abrindo a possibilidade de residências e intercâmbios junto a designers;
- Na atração de público externo, através da realização de celebrações e espetáculos.

2.5.1.1.3 Do Grupo Tradicional para o Designer

Neste fluxo, o designer é cliente do grupo tradicional, ele adquire os produtos realizados à partir do processo criativo junto à comunidade.

2.5.1.1.4 Do Designer para o Mercado

Neste caso, o acesso ao mercado se dá através da estratégia comercial do designer, garantindo uma maior amplitude e alcance em mercados globais.

2.5.1.1.5 Do Designer para o Grupo Tradicional

O relacionamento entre o designer e o grupo tradicional, dentro do conceito do *Open Design*, é ancorado em bases colaborativas, o que exige uma visão mais abrangente sobre sua ação. O designer posiciona-se não mais como prestador do serviço criativo, mas ele passa a atuar como um modelador de empreendimentos socialmente sustentáveis. Dentro dessa perspectiva, o designer amplifica geometricamente as oportunidades de capitalização do diálogo com as tradições, porque um novo prisma se abre na modelagem de novos negócios, baseados nas cadeias de produtos e serviços e nas redes de relacionamento que se apresentam. Ele, enquanto catalizador, percebe as oportunidades em cadeias existentes ou na formação de novas cadeias.

Como modelador, coloca sua expertize na montagem de logística de cada cadeia, na identificação e montagem de negócios cooperativados, criando sistemas de marca e posicionamento, capacitando, encubando empreendimentos, sistema de varejo e tantos outros âmbitos possíveis e, como orquestrador, ajuda a fluidificar as relações e possíveis parcerias.

O trabalho sobre *mix* de produtos continua existindo, mas para o *Design Dialógico*, sua atenção está voltada para a gama de produtos, serviços e relacionamentos que florescem do cenário fomentado. Aí se localiza o maior resultado do relacionamento sincrônico: o designer pode ser empreendedor, parceiro, consultor, capacitador, suas possibilidades de atuação são maiores e ele orquestra, como foi dito, uma gama de disciplinas do próprio design.

Entender o sistema como um todo, a interconexão entre as multicadeias e como os produtos e serviços se posicionam em relação a essas multicadeias, integrar práticas que possam azeitar o movimento, onde o produto artesanato tradicional é o mote, é uma mudança de perspectiva para o designer, o qual passa a empregar as suas capacidades como catalizador, modelador e orquestrador, desenhando estratégias locais germinativas

e gregárias. É a criação de um ambiente empreendedor, onde existe uma ampla circulação de produtos e serviços, gerando visibilidade e fomentando mercados; onde os grupos tradicionais criam seus próprios canais de distribuição e vínculo direto com o público, além de relações parceiras (ver imagem 11).

Os resultados, seguramente, vão muito além dos financeiros.Trata-se da força motriz desse sistema; não é a necessidade de um crescimento capitalista voraz, que proporcione cada vez mais acumulação, mas o desenvolvimento como fortalecimento do tecido social, onde se inclui a comunidade e os designers num processo de colaboração criativa, produtiva e econômica, que fortalece laços e aproxima humanidades.

Categorias	**Tangibilizações**	**Comercialização**
Artefatos	**souvenirs, decoração, cama-mesa-banho,moda e outros**	**venda direta no ponto de venda dos artesãos, no centro de cultura e associação de artesãos, venda através do plano de acesso à mercado-feiras, rodadas de negócio e outros.**
Espetáculos, celebrações	**roteiros turísticos voltado para as festas,**	**venda atraves de operadoras de turismo**
	negócio fonográfico	**venda atraves do artista e seu sistema de distribuição**
	criação de festivais negócios relacionados ao audio visual	**venda atraves do artista e seu sistema de distribuição**
	criação de festivais	**operação realizada pelos produtores culturais**
Vivências, intercâmbios	**roteiros turísticos baseado na recursos naturais, arquitetura, sítios históricos e saberes**	**Venda de roteiros turísticos**
Espaços	**Casa de Cultura, Associação dos artesãos, espaços individuais**	**venda de todos as materialidades**

Imagem 11- Tabela de Comercialização Voltada para os Artesãos e Localidade

2.6 Celebrando o Diálogo - Apreciação de Resultados

Quando se pensa no fluxo de implantação de um projeto, de imediato existe uma resposta mental, um roteiro quase natural, que indica que há uma ideia, um objetivo, metas, um plano de ação e que, no final, depois de tudo realizado, "alguém" vai mensurar se os objetivos e metas foram alcançados, num típico processo de avaliação *ex-post* (que ocorre ao término do projeto). Dessa maneira, a avaliação é um elemento estranho à gestão, feita por terceiros e funciona como instrumento de controle, aferição de resultados e entrega de serviços.

Muitos problemas podem decorrer disso.Uma avaliação, enquanto demanda externa, é construída a partir de um recorte de realidade e, desde o seu nascimento, traz em si determinadas premissas. A sua neutralidade é bastante relativa, o que pode derivar numa percepção fragmentada de realidade (BOULLOSA; ARAÚJO, 2009).

Um projeto pode estar numa situação de extrema fragilização se não existe uma consciência clara dos objetivos e metas, do processo e dos resultados, pelos próprios executores do projeto, ou seja, a existência de uma cultura interna de monitoramento e avaliação fortalece o projeto. Numa avaliação externa mal conduzida e com premissas dúbias, pode vir a ser questionado o próprio valor e mérito do projeto, o que guarda uma dicotomia dentro do princípio da avaliação, a qual deveria se debruçar explicitamente sobre o cumprimento dos planos de trabalho e o alcance de resultados, supondo que seus objetivos correspondentes têm um valor reconhecido, desde a aceitação do projeto e seu conceito. Ou seja, quer haja uma decisão pública de aportar recursos ou uma decisão entre grupos de artesãos e designers em implantar o *Design Dialógico*, essa decisão é um sinal de que existe um consenso ou uma aceitacão de que os objetivos têm valor para esses atores e para a sociedade de uma forma mais ampla. Contudo, é possível que, no processo de avaliação externa, o demandante tenha, intrínseca ou sublinearmente, uma dúvida sobre o mérito do projeto, o que pode levar a uma avaliação absolutamente comprometida, que não reconheça os resultados alcançados.

O processo interno de monitoramento pode não blindar o projeto de uma avaliação que vive esse problema, mas oferece recursos para a defesa do alcance de resultados e argumentos para uma possível meta avaliação, ou avaliação da avaliação. O monitoramento e avaliação, portanto, são instrumentos importantes para o

fortalecimento interno do projeto e dos protagonistas, as comunidades e os designers, entendendo o processo de avaliação (*empowerment evaluation*- avaliação emancipadora) como instrumento de identidade e governança, enquanto conquista de autonomia frente a outras organizações parceiras, sobretudo frente aos financiadores (SILVA; BRANDÃO, 2003).

2.6.1 Por que Avaliar

Entende-se a avaliação como a elaboração, negociação e aplicação de critérios explícitos de análise, em um exercício metodológico cuidadoso e preciso, com vistas a conhecer, medir, determinar ou julgar o contexto, mérito, valor ou estado de um determinado objeto, a fim de estimular e facilitar processos de aprendizagem e de desenvolvimeto de pessoas e organizações (SILVA; BRANDÃO, 2003). De acordo com a UNICEF (1991), o monitoramento é visto como um acompanhamento sistemático da execução de uma atividade, que busca determinar o grau que a sua execução coincida com o programado, com o fim de detectar oportunamente deficiências, obstáculos e/ou necessidades de ajuste na execução.

O entendimento da avaliação, não como uma atividade de controle e cobrança de resultados, mas como monitoramento do processo e dos resultados alcançados, exercido enquanto atividade interna e de forma contínua, tem uma grande relevância e deve andar ao lado do processo de gestão, abrindo uma outra perspectiva, distinta do controle: a possibilidade de identificar os problemas de implantação e de alcance de resultados e encontrar internamente possíveis solucões. A avaliação, portanto, torna-se um processo de aprendizagem que pode apoiar escolhas mais consistentes em relação aos rumos de iniciativas, oferecendo a possibilidade de criar espaços de reflexão sobre a prática, tendo em vista, sempre, o alcance dos objetivos, de tal forma que a gestão da iniciativa possa atender às adaptações necessárias no sentido de assegurar que o projeto realmente gere o valor que o seu público objeto espera, bem como entender de que maneira esse público percebe os efeitos da aplicação do projeto em suas atividades. Assim, entende-se avaliação como parte do processo de gestão, como instrumento fundamental na produção de dados que vão levar a uma atuação eficaz na tomada de decisão e, principalmente, como um forte instrumento dialógico.

2.6.2 De Volta ao Começo - O Marco Conceitual

A consciência da importância da avaliação dentro de um projeto é fundamental, desde a sua própria construção. Se, no nascimento do projeto, a consciência do instrumental de avaliação e monitoramento existe e é utilizado, esse projeto traz, intrinsecamente, um senso apurado de factibilidade, que vai ser muito útil no transcorrer do processo. Cada elemento do marco conceitual do projeto, desde a definição de qual é o objetivo maior, onde se quer chegar, os objetivos intermediários, o plano de ação, deve ser construído de forma que seja verificável dentro de uma delimitação de tempo, o que é extremamente positivo, porque traz um grande senso de realidade.“Um marco conceitual se refere a uma visão clara do que se deseja conseguir com a implementação do projeto, o objetivo maior ao qual se quer chegar, a forma com a qual se propõe chegar e as relações causais (hopotéticas e concretas)entre elas. De acordo com MOKATE, (2000), o marco conceitual desenha um encadeamento de objetivos e uma planificação de ações necessárias para alcançar esses objetivos.

Marco Conceitual – O que se deseja conseguir, o objetivo maior ao qual se quer chegar, a forma com a qual se propõe chegar e as relações causais entre elas, de forma sustentável

2.6.3 Cenário: A Situação Atual

Para entendimento do objetivo maior do projeto, faz-se necessário ter em mente a situação em que o público do projeto está, qual(is) o(s) problema(s) que ele enfrenta, do que a metodologia se propõe a cuidar e onde queremos chegar.

Por exemplo, a afirmação de qual a motivação para que fosse aplicado o design dialógico entre designers e artesãos tradicionais, é a descrição do cenário percebido: Que existe uma grande dificuldade em estabelecer relações pares e equilibradas no relacionamento entre o design e as tradições artesanais e essa distância causa perdas para ambos, sobretudo no que se pode indicar como a perda de identidade no design e a perda de renovação, ou de contemporaneidade nas tradições artesanais.

Desse cenário complexo, derivam as parcas possibilidades de fruição, de comercialização e, numa elevação do risco de perda dos saberes e fazeres tradicionais,

bem como no campo do design, existe uma perda de diferenciação de produto no mercado global e perda de competitividade.

2.6.4 O Objetivo Maior: O que se Pretende com o Diálogo

O objetivo é estabelecer uma relação colaborativa entre o design e as tradições artesanais, baseada na gestão criativa de tradições, ampliando as oportunidades de dinamização dos atores. Ampliar as oportunidades de dinamização do design e das tradições artesanais pode ser compreendido como a criação de um campo sinérgico, onde as tradições artesanais contribuam para a identidade e diferenciação no design e onde o design contribua para a atualização dos saberes e fazeres tradicionais (imagem 12).

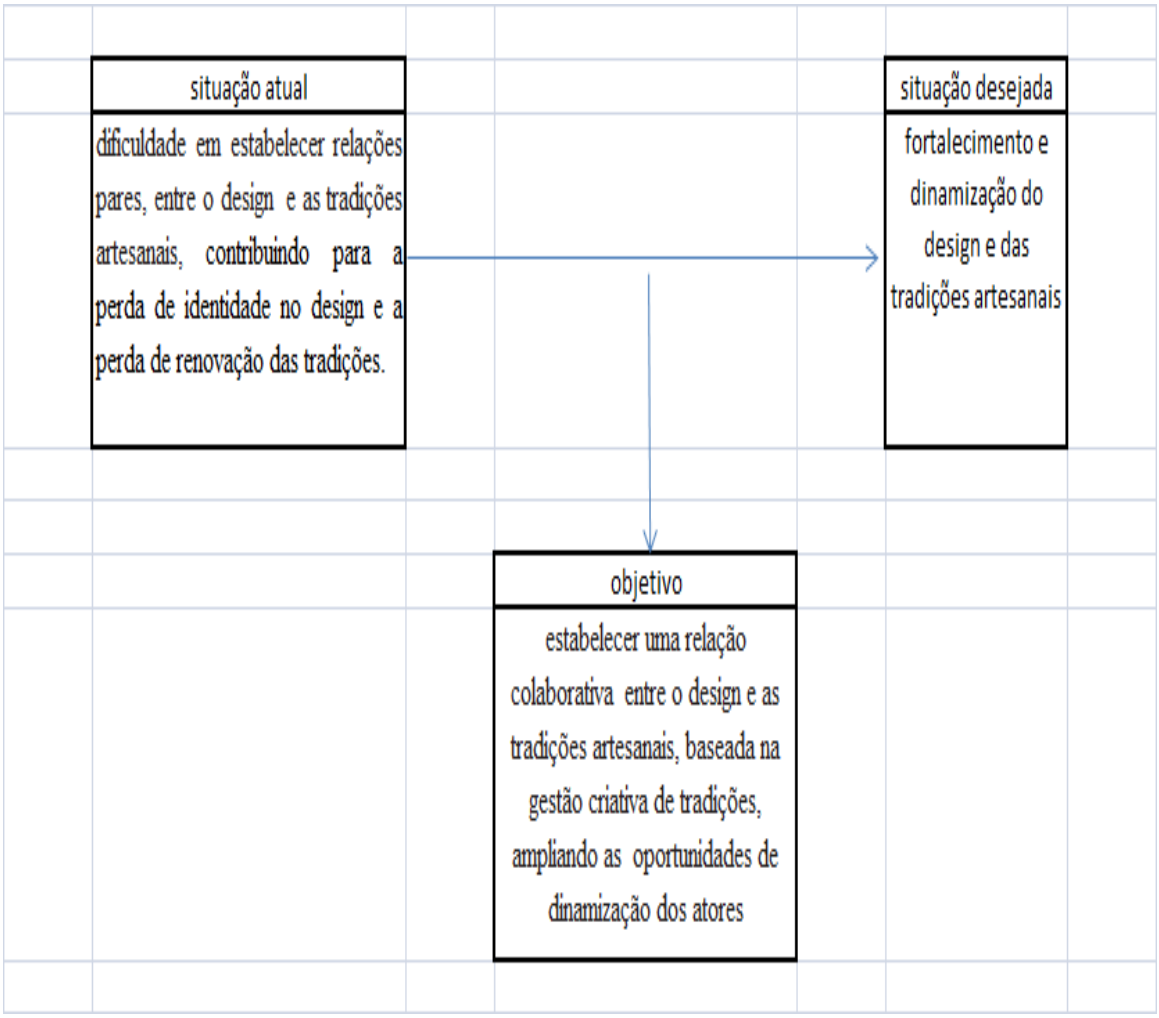

Imagem 12- Diagrama de cenário e objetivo

Sem dúvida, trata-se de uma iniciativa social de natureza complexa e multidirecional, que abarca comunidades tradicionais, a cultura local e designers. Portanto, é de extrema necessidade que se estabeleça um objetivo que seja realmente tangível; propõe-se, então, o encontro e a dinamização desses atores, isso é factível e quantificável. Pode-se falar de desenvovimento humano, ou da manutenção dos saberes tradicionais, objetivos que podem ser alcançados pelo projeto, enquanto decorrência, contudo, por sua natureza ambígua, muito complexa, são de difícil tangibilidade, o que fragiliza o processo de avaliação. Assim, tratando da ampliação de oportunidades no encontro entre artesãos e designers, fica definido de maneira gerenciável e avaliável, o objetivo geral.

2.6.5 Objetivos Intermediários

Para alcançar o objetivo final, ou seja,"estabelecer uma relação colaborativa entre o design e as tradições artesanais, ampliando as oportunidades de dinamização destes", a tecnologia propõe um conjunto de ações baseadas em conhecimento teórico, conceitual e experiências práticas acumuladas, que levam a acreditar que a estruturação de ações voltadas para o reconhecimento e renovação das identidades, fortalecimento da fruição e da economia em torno dela, pode conduzir ao alcance do objetivo final. Com base nisso, foi construída a percepção dos objetivos intermediário (imagem 13).

objetivos finais	objetivos intermediários
Estabelecer uma relação colaborativa entre o design e as tradições artesanais, ampliando as oportunidades de dinamização dos atores.	1. Reconhecer as identidades
	2• renovar as identidades
	3.Materializar as identidades
	4• Ampliar as possibilidades de fruição dos resultados
	5• Ampliar as possibilidades de comercialização dos resultados

Imagem 13- Tabela de objetivos intermediários

A partir dos objetivos intermediários, segue-se a planificação operacional de ações (Imagem 14).

2.6.6 A Definição das Atividades

A seguir, são apresentadas as atividades estabelecidas, ou as ações do projeto, construídas para que se consiga chegar ao alcance dos objetivos intermediários e ao objetivo geral, no processo de diálogo (Imagem 14).Essas atividades serão monitoradas, durante todo o processo de execução do projeto e descritas no Diário do Diálogo.

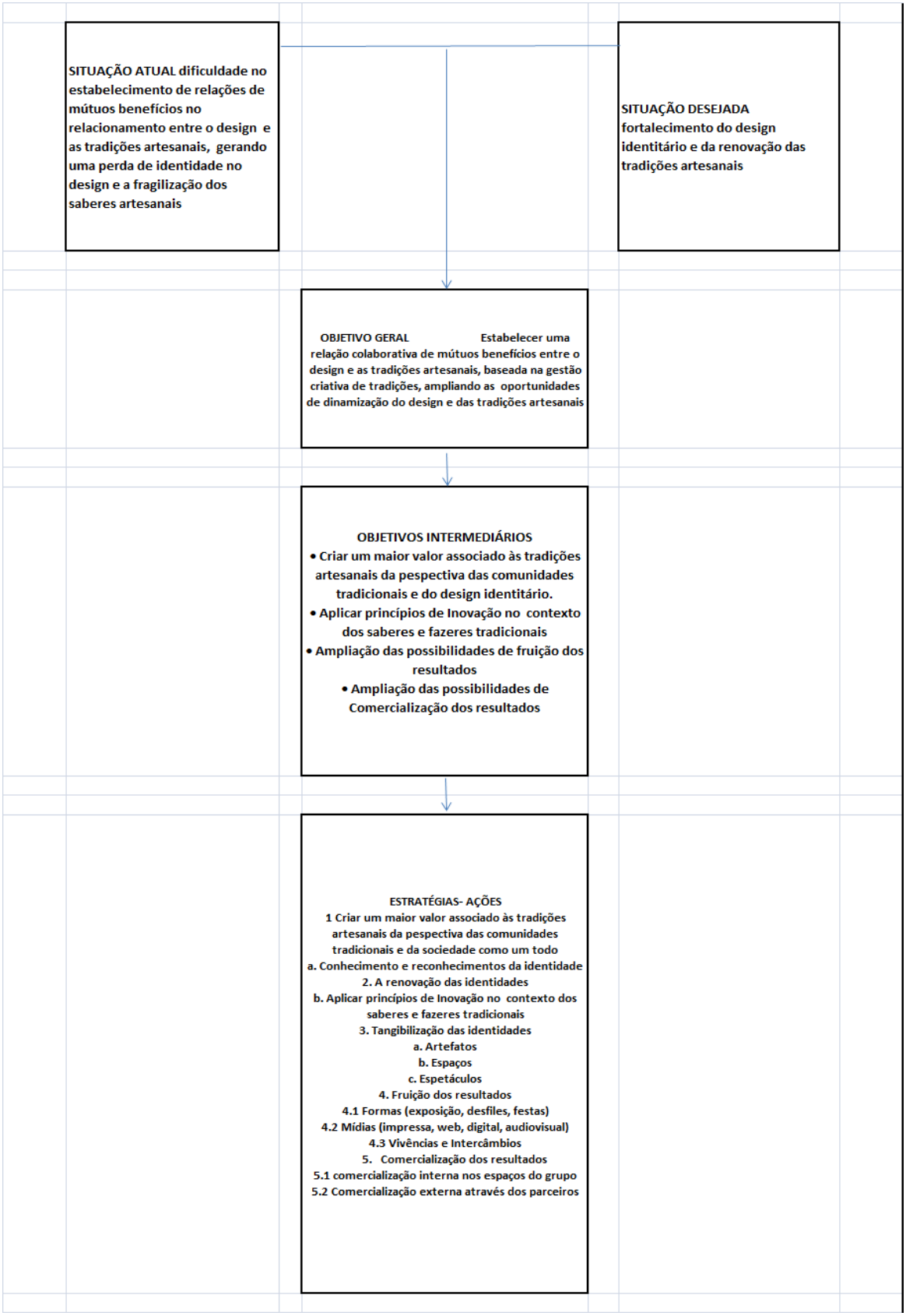

Imagem 14-Diagrama de definição das atividades

2.6.7 A Pergunta Avaliativa

A pergunta avaliativa é muito importante no processo de avaliação de um projeto.Se feita no final do projeto, do ponto de vista da eficácia, averigua em que medida os objetivos e metas foram alcançados. O caminho aqui é estabelecer a pergunta avaliativa em cada fase do projeto, como instrumento de monitoramento, averiguando em que medida cada objetivo intermediário foi ou está sendo alcançado. Assim, voltando à planilha, a primeira pergunta diz respeito ao primeiro objetivo intermediário, que é reconhecer a identidade do grupo tradicional e do designer. A pergunta então poderá ser: A identidade do grupo tradicional e do designer é reconhecida no processo?

2.6.8 Os Indicadores – Composição Quali e Quanti

Posta uma pergunta avaliativa, precisam ser construídos os indicadores que vão levar às respostas, sendo que tais indicadores podem buscar dados qualitativos e/ou quantitativos. Segundo Mokate (2000), as análises orientadas pelo enfoque qualitativo tendem a ser mais flexíveis, menos mecânicas, assim os dados são obtidos por entrevistas, grupos focais, observação participante, análise de conteúdos, estudos de casos e outros métodos associados com a etnografia. É muito natural a resistência em incluir a análise de dados quantitativos na avaliação de iniciativas sociais, apontando unicamente para os ganhos numéricos do processo. Esses indicadores são limitados para análise de empreendimentos que manejam fenômenos complexos e multi-dimensionais, principalmente porque as mudanças geradas nessas iniciativas são, muito frequentemente, difíceis de tangibilizar; são, por vezes, valores, conhecimentos, mobilização, construtos sociais, a partir da vivência e experiências decorrentes do processo dialógico estabelecido.

Do ponto de vista da análise qualitativa do projeto, pode-se voltar o olhar para elementos como a construção participativa, o amadurecimento da governança, o amadurecimento das relações estabelecidas, o reconhecimento de valor e direitos dentro desse processo e outros dessa natureza, fenômenos que têm forte dimensão temporal, dado que são conquistas produzidas ao longo do tempo. A construção dessas informações dentro do método proposto é compilada desde o início do processo, com a observação através de entrevistas e vídeos. A importância do audiovisual é muito grande, principalmente porque o depoimento dos atores na construção do cenário é

fundamental no posicionamento e reconhecimento da voz e posicionamento de cada um dentro desse cenário.

Ainda segundo Mokate (2000), a avaliação quantitativa aplica métodos para recompilar dados com o fim de analisar ou provar um modelo, uma teoria ou uma hipótese através do estabelecimento de indicadores que os comprovem. Da dinamização de atores no encontro entre designers e grupos tradicionais, pode-se comprovar isso, do ponto de vista quantitativo, através de respostas a perguntas como: Qual a colaboração do design para as tradições artesanais?Em que medida o design contribuiu para o fortalecimento de sentimentos de identidade local?

Dados quantitativos sobre o grupo tradicional- identificação: quem são, quantas e quais tipologias artesanais trabalham, como é composto o quadro organizacional,quantos membros, qual a produtividade (capacidade produtiva, quantas peças comercializa no mês, levantamento de produtos etc)

Diante da percepção dos indicadores dentro da análise quantitativa e qualitativa, é possível observar que são análises distintas, mas que a composição desses enfoques pode ser muito relevante na apropriação de resultados do projeto, gerando um campo vasto de complementaridades. Há certo concenso que se deve articular e combinar avaliações que resultem em abordagens mais pluralistas e contextualizadas, que busquem fazer uma leitura mais ampla da realidade (BOULLOSA; ARAÚJO, 2009).

O método qualitativo permite acompanhar o processo, as condições do contexto, as características e posicionamentos dos atores, perceber o sentimento de identidade, de pertença. Enquanto que a avaliação quantitativa pode dimensionar os resultados numéricos de fruição, de interações, de comercialização.

No fluxo do quadro de avaliação, essa composição de indicadores quali e quanti é intrínseca em cada atividade e compõe as respostas para cada pergunta avaliativa.

2.6.9 Forma de Coleta de Dados

Da mesma forma que indicamos a importância de uma abordagem plural para a formação dos indicadores, a coleta de dados, sem dúvida, será diversa também. Tanto se faz necessária a produção de relatórios que demonstrem os dados numéricos e documentos de cada fase, quanto existe tambem a necessidade de observação exploratória e etnográfica nos diversos suportes possíveis, com ênfase ao vídeos e fotografia, para colher a riqueza de detalhes de cada processo, a percepção de contexto, levantamento do perfil local e entendimento da cultura. O vídeo e a fotografia antropológica ou etnográfica são modalidades documentais e científicas, cuja finalidade aqui é perceber as pessoas, a comunidade, dentro do âmbito da cultura e o entorno social, se constituindo enquanto ferramentas importantes para a percepção da diversidade cultural, os costumes e o cotidiano.

Outra contribuição fundamental, dada por esses instrumentos, é o espaço, presença e opinião de cada ator, singularizando a sua participação. Dentro da dinâmica do registro etnográfico, sugere-se trazer casos reais, que contem histórias de vida, enriquecendo a relação de empatia em relação aos atores do processo. A importância, portanto, da imagem para a metodologia está, sobretudo, na capacidade desta, de incluir a diversidade cultural, objeto de interesse e pressuposto da própria metodologia, a qual busca trazer a cultura tradicional e tudo que nela está incluso, relações, religiosidade, festas e tantos outros elementos, bem como o designer e sua diversidade cotidiana. A capacidade do audiovisual em apreender essas realidades complexas é extremamente enriquecedora, porque, para além de resultados pontuais, é um instrumento capaz de revelar o processo enquanto resultado.

2.6.10 Monitoramento das Fases do Projeto-Geração de Informações

A seguir, é apresentada uma proposta de planilha de monitoramento de processo, no *Design Dialógico*, onde cada fase é acompanhada com indicativos de resultados, conforme planifiado na imagem 15 e 16.

pergunta de avaliação	indicadores quantitativos	indicadores qualitativos	forma de coleta
1.A identidade do grupo tradicional e do designer é reconhecida no processo?	Grupo- Em que medida a identidade do grupo foi reconhecida? Designer(s) -Em que medida a identidade do designer foi reconhecida? todos- em que medida as possibilidades do relacionamento entre grupos tradicionais e desiner foi percebida?	Se estabeleceu uma maior percepção de identidade e reconhecimento dos valores tradicionais pelo grupo? Se estabeleceu uma maior percepção de possibilidades de mútua colaboração?	1. aplicação da pesquisa de pertencimento do grupo tradicional e do(s) designers 2. Entrevistas com pessoas do grupo tradicional e designer(s) 3. produção de áudio visual (vídeo e fotografia)com pessoas do grupo tradicional e designer(s) 4. análise do Relatório Exploratório de Identidade do Grupo Tradicionals 5. Análise do Relatório Exploratório de Identidade do Designer
2.Foi possível inserir os princípio e práticas da inovação no contexto dos saberes tradicionais e do(s)e no contexto do(s) designer(s)	foi realizada a qualificação para o grupo tradicional e para o(s) designer(s) - lista de presença, atividades desenvovolvidas.	foi desenvolvido um projeto um plano de proposições de produtos para o designer e grupo tradicional? - plano de inovação de produto	verificação de lista de presença, fotografias de processo,´vídeo de processo Análise de áudio visual analise das proposições de coleções
3.é possível reconhecer o encontro de identidades entre o grupo tradicional e o(s) designer(s) nos produtos desenvolvidos?	foram desenvolvidos produtos dos designers (quais? Quantos?) foram desenvolvidos produtos dos grupos ((quais, quantos?) .Foram encontradas soluções produtivas e econômicas adequadas à realidade interna dos grupos, além de socialmente apropriadas pelo grupo?	os produtos desenvolvidos refletem o encontro de identidades? O grupo tradicional se sente refletido nos produtos? O(s) designer(s) se sente(m) refletido(s) no produto?	análise do produto(livro, catálogo, coleções, exposições, fotografias, entrevistas.
4.Foi realizada a fruição dos produtos do projeto?	quais e quantos eventos de fruição? Qual a presença de público nas fruições?	Se percebe um resgate e afirmação de sentimentos de identidade local? Se percebe um resgate e afirmação de identidade nos produtos de design?	fotografias, entrevistas(áudio visual) clipagem-imprensa, desfile, exposições, festas e celebrações na comunidade, eventos
5.Foi realizada a comercialização dos produtos desenvolvidos?	nºo de pessoas que tiveram acesso ao produto, contatos feitos, perspectivas fututras de negócios, relatórios de vendas/pedidos/ invoices/ Ampliou as oportunidades de desenvolvimento da economia criativa? Quanto ampliou? Era quanto? Passou a ser quanto? O que gerou de negocios baseados na cultura?	houve uma busca de soluções produtivas e econômicas adequadas à realidade interna dos grupos, além de socialmente apropriadas por todos? Houve uma reação positiva do público? pesquisa, entrevista, percepção do público com relação aos produtos, se o público percebe o encontro da identidade do grupo tradicional e a identidade do design- se isso é bem aceito	fotografias, entrevistas(áudio visual) clipagem-imprensa, desfile, exposições, festas e celebrações na comunidade, eventos,nºo de pessoas que tiveram acesso ao produto, contatos feitos, perspectivas fututras de negócios, relatórios de vendas/pedidos/ invoices/

Imagem 15- Tabela de monitomamento do diálogo

objetivos intermediários	produtos	atividades	pergunta de avaliação
1. Reconhecer a identidade do grupo tradicional e do designer Entender o relacionamento entre designers e artesãos, buscando perceber as forças e dificuldades	. Pesquisa de Identidade do grupo tradicional (história, geografia, tipologias, antropologia) Pesquisa de Identidade do(s)designer(s)(história, características, pesquisas) . Histórico de relacionamentos entre tradição e design nos atores	.Realização de vivência exploratória com os atores (designer e grupo) . Execução de Relatório Exploratório de Identidade do Grupo Tradicional 3. Execução de Relatório Exploratório de Identidade do Designer	A identidade do grupo tradicional e do designer é reconhecida no processo?
2• renovar as identidades do grupo tradicional e designer(s)	.Capacitacão dos grupos tradicionais e designers em design e inovação	. A renovação das identidades b. Aplicar princípios de Inovação no contexto dos fazeres tradicionais e no contexto produtivo do(s) designer(s)	Foi possível inserir os princípio e práticas da inovação no contexto dos saberes tradicionais e do(s)e no contexto do(s) designer(s)
3.Materializar as identidades do grupo tradicional e designer(s)	.Materialização da cultura em artefatos .Materialização da cultura em espaços .Materialização da cultura em espetáculos	. Artefatos-desenvolvimento de coleção(designer),.geração de novas tipologias e coleções pelo(s) designer(s)desenvovimento de novos produtos(artesãos), vídeo documentário(s) livro(s) catálogo(s), web site. . Espaços -implantaçao do centro de cultura ou montagem da exposição na comunidade, montagem de exposição(ões) designer(s) . espetáculos - desfiles, exposições, celebrações/festas na comunidade	é possível reconhecer o encontro de identidades entre o grupo tradicional e o(s) designer(s) nos produtos desenvolvidos?
4• Ampliação das possibilidades de fruição dos resultados	. Formas .Mídias audiovisual .Vivências e Intercâmbios	. Fruição dos resultados . Formas (exposição, desfiles, festas) . Mídias (impressa, web, digital, audiovisual) .Vivências e Intercâmbios(rotas turísticas, .vivências e intercâmbios acadêmicos etc	Foi realizada a fruição dos produtos do projeto?
5• Ampliação das possibilidades de Comercialização dos resultados	. Comercialização interna nos espaços do grupo . Comercialização externa através dos parceiros	comercialização no locus da comunidade comercialização na planificaçãode acesso à mercado do designer participação em feiras de negócios e outros	Foi realizada a comercialização dos produtos desenvolvidos?

Imagem 16- Tabela de monitoramento com pergunta avaliativa

2.6.11 Compartilhando as Informações, Dividindo Responsabilidades e Somando Possibilidades

O processo de avaliação e monitoramento, em sua capacidade de produção de informações, busca, acima de tudo, alimentar os participantes do processo, dar combustível para a dinâmica, ajudar na escolha de caminhos e apoiar a gestão. Parte-se do pressuposto de que tudo caminha ao lado da incerteza e que, portanto, o engano, o erro, o insucesso deve ser acompanhado de reflexão e ajuste, pois o desejo compartilhado por todos é o alcance dos benefícios sociais. Mesmo quando se fala dos benefícios, esses estão também expostos ao plano da incerteza, considerando que o objetivo central é o de ampliar as oportunidades de dinamização dos atores. Este campo de ação pode ser uma floresta densa, cheia de possibilidades, bifurcações, composições e leva a caminhos inusitados e surpreendentes.

Pode-se dizer que o que se chama de "dinamização" é a própria percepção de caminhos e percalços que constitui a grande riqueza de todo esse processo.O monitoramento de resultados, considerando a construção de parâmetros e indicadores, faz parte do processo dialógico, são questões/respostas/adaptações, ou seja , os diversos caminhos que se apresentam. Dessa forma, a avaliação passa a fazer parte e ocupar um espaço muito significativo na gestão criativa, com o olhar voltado para o alcance de resultados, mas, principalmente, ancorada no processo de aprendizagem, que será todo o repertório apreendido no ato de caminhar. Trata-se de relações subjetivas e, portanto, o ato sensorial de observação, de participação, indica o que flui, o que obstrui, o que avança, o que retroage e, principalmente, qual o posicionamento e como cada ator se percebe e participa da construção de resultados e como as experiências e seus registros vão contribuir amplamente para o processo de aprendizagem dentro do projeto e para fora dele, num processo de compartilhamento e multiplicação.

2.6.12 A Celebração dos Resultados

Voltando mais uma vez ao começo, ao roteiro natural, quando um projeto é pensado, aplica-se a metodologia e, no final, depois de tudo realizado, produz-se a grande conclusão, talvez um relatório ou uma monografia, porque é necessário fechar uma porta que foi aberta.

Como o design e as tradições artesanais estão entre o campo da estética, o campo social e o campo da arte, pode-se falar tão recorrentemente em acasos e inconsistências. Não existem certezas e talvez não exista uma grande conclusão, e o ponto final seria talvez como pensar no fim de uma relação. Teria mesmo fim?

Talvez, pensando que o objetivo maior deste projeto, o marco conceitual, mesmo que não dito categoricamente, por ser não mensurável, possa ter sido que: na relação entre designers e comunidades tradicionais, possa existir uma contribuição importante, que venha a dinamizar os mesmos e, para além deles, a própria sociedade, orientada pelo princípio do bem comum, da ética, buscando construir no espaço contemporâneo de materialidades, o reconhecimento e inclusão de contextos culturais e temporais de cada povo.

Por isso, o fim eleito está não num relatório, mas numa celebração, num voltar os olhos generosamente para tudo que foi construído, talvez nem só os olhos, mas isto deve ser contemplado com todos os sentidos.

"Gente junta cria cultura e paralelamente, cria uma economia territorializada uma cultura territorializada, um discurso territorializado, uma política territorializada. Essa cultura da vizinhança valoriza, ao mesmo tempo, a experiência da escassez e a experiência da convivência e da solidariedade". Milton Santos

Figura 45- Imagens da festa de inauguração da Casa de Cultura de Saubara (Foto: Márcia Ganem)

7. CONCLUSÃO DO LIVRO

O livro *Design Dialógico: Uma Estratégia para a Gestão Criativa de Tradições* surge da busca de como criar uma relação simétrica de mútuos benefícios, de reconhecimento e inclusão dos contextos culturais, entre artesãos e designers, a partir do exercício do diálogo, no qual são empreendidas soluções de produtos, processos e serviços, conduzidas essencialmente pelo reconhecimento e potencialização das identidades.

Foram propostos seis passos, que perfazem a metodologia do *Design Dialógico*. O primeiro passo é o reconhecimento das identidades, enquanto elemento condicionante para que se comece um processo de diálogo. O segundo passo é o aprofundamento do diálogo, a construção do campo sinérgico, a partir do qual, no terceiro passo, serão construídas as materializações do processo dialógico. No quarto passo, é abordada as possíveis práticas de difusão; no quinto passo, as estratégias de comercialização, a partir do conceito de economia plural e, por fim, o último passo da metodologia é a apreciação dos resultados.

Acredita-se ser possível que a estratégia do *Design Dialógico* contribua para o fortalecimento da relação entre designers e artesãos, enquanto entes autônomos e colaboradores entre si, fortalecidos em suas identidades e em condições propícias para trilhar um caminho parceiro. A metodologia fala de como qualificar o relacionamento, baseado no respeito pelas identidades, no trabalho colaborativo, o que resultará na re-valorização do design e das tradições artesanais, enquanto entes conscientes dos valores individuais na sociedade e nas suas complementaridades.

A tecnologia pode ser utilizada por gestores sociais na busca pela compreensão das particularidades das comunidades tradicionais e a importância histórica de reconhecer a sua voz, como meio de construção e fortalecimento do protagonismo e governança ativa.Para os artesãos, a metodologia investe no fortalecimento da identidade, na capacidade de renovar as tradições de forma endógena; investe na descoberta das diversas formas de materialização, fruição e comercialização e avaliação dos resultados, acreditando que todo esse processo é muito mais rico e possívela partir do processo dialógico.

3. DISCUSSÃO DA DISSERTAÇÃO

Na análise da pesquisa, observa-se que é de grande relevância as contribuições que o *Design Dialógico* apresenta para artesãos e designers, porque investe na qualificação desse relacionamento, através do entendimento e da valorização das contribuições de cada ente, buscando fortalecer o design, ampliando o seu repertório, e fortalecer os artesãos, contribuindo para a sustentabilidade e manutenção das tradições artesanais.

Um dos principais focos dessa pesquisa é, portanto, o campo de complementaridades, de sinergias, pautado na compreensão de que para que ele seja possível, é necessário entender os potenciais e desafios que se apresentam na geração das complementaridades. Nesse sentido, a metodologia contempla as necessidades de designers e grupos tradicionais e investe na equalização de forças, propondo a inclusão de processos participativos de gestão e criação. A ideia da metodologia é que seja criado um campo de trabalho colaborativo onde são empreendidas soluções de produtos, processos e serviços, conduzidas essencialmente pelo reconhecimento e potencialização das identidades.

Essa tecnologia é relevante e pode ser aplicada para melhorar a vida de artesãos e designers, na busca do fortalecimento da relação de colaboração, baseada na confiança e no sentido de que todos ganham com o processo, através do desenvolvimento de capacidades voltadas para criação, inovação, produção e gerenciamento de conexões. O diálogo, a inclusão de competências, a disseminação da autonomia são premissas para a dinamização de cenários aqui proposta, expressando os interesses de indivíduos e comunidade, numa perspectiva simétrica, na qual se busca o empoderamento e a força de transformação.

O *Design Dialógico* propõe a sistematização da prática da inovação pelos artesãos, valendo-se do instrumental disposto na relação com o design, para estabelecer as renovações de produtos e serviços, de forma autônoma, através da inovação endógena e da ludicidade. Propõe, também, a participação dos artesãos, em processos de inovações abertas junto a designers, nos quais novos produtos e novas práticas que incluem cadeias de valor são empreendidas.

A partir do entendimento da importância da cultura matricial, a metodologia entende que muitas materialidades são possíveis, entre elas está o artesanato, mas, para além

desse, está o próprio modo de vida das comunidades tradicionais, ampliando o espectro do produto para turismo, cultura, moda, decoração, gastronomia, saberes e tantos outros vetores possíveis. Os princípios de economia plural dão o suporte para o entendimento de uma estratégia capaz de incorporar formas híbridas de comercialização, combinando o fortalecimento da comunidade e da ação junto aos parceiros do sistema dialógico. Nesse contexto, combina-se a ideia do empreendedorismo social germinativo, onde a lógica e as competências do *Design Dialógico* são aplicadas para criar oportunidades multivetorias de dinamização, a partir da visualização da riqueza e complexidade do contexto das comunidades tradicionais, onde o design atua desde a identificação de oportunidades e modelagem de novos negócios até o impacto que isso pode trazer na transformação de cenários.

O monitoramento e avaliação são instrumentos importantes para o fortalecimento interno do projeto e dos protagonistas, entendendo o processo de avaliação como instrumento de identidade e governança, enquanto conquista de autonomia frente às organizações parceiras.

Nesse sistema propositivo, o designer pode vir a desempenhar o papel de consultor, de prestador de serviços criativos, de gestor, de empreendedor, contudo, a maior contribuição na aplicação da metodologia será o entendimento da necessidade de reconhecer os valores tradicionais, incluindo esses valores, estéticas e filosofia dentro do seu universo criativo.

Percebe-se também que a efetividade real de transformação da ação do *Design Dialógico* está no reconhecimento de todo o universo de possibilidades que existe no cenário da comunidade tradicional, lançando luz sobre o cenário complexo que envolve esse universo. O *Design Dialógico* pretende contribuir com a comunidade tradicional, pelo reconhecimento do seu valor, de uma forma amplificada, o valor que está nos fazeres artesanais, mas também na perspectiva prismática da sua cultura, história, na sua filosofia de vida e de trabalho, buscando formas de comunicar esses valores através das materialidades advindas dessa cultura. A metodologia reconhece a importância da autonomia e voz ativa no processo de transformação social, no sentido da melhoria na qualidade de vida, baseada nas reais necessidades da comunidade tradicional, não a partir de fórmulas externas, mas a partir da sua percepção sobre o que é esse bem estar social e como seus saberes e fazeres podem contribuir nesse processo.

Logo, essa pesquisa volta-se para a compreensão desses meandros e as diversas possibilidades de vetorizar esse desenvolvimento humano, considerando viável e muito importante, o florescimento local, baseado no reconhecimento desse repertório identitário. Assim, em todo o processo, dissemina-se a prática do fortalecimento da autonomia, a autonomia criativa, a autonomia de gestão, a autonomia em desenvolvimento de canais de comunicação, as diversas formas de comercialização e geração de renda, sempre respeitando os limites que são colocados pelos detentores dessa diversidade e como esses desejam se relacionar com o mundo contemporâneo à sua volta.

Para os gestores públicos, o *Design Dialógico* busca contribuir com o exercício do diálogo em modelos interdisciplinares, através da proposição de um modelo de trabalho colaborativo entre designers, gestão pública, privada, terceiro setor, que inclua as potencialidades e crie um modelo que é balisado pela governança ativa pelas comunidades tradicionais. Para a iniciativa privada, os resultados esperados na aplicação da metodologia, estão na percepção de novas práticas e modelos de negócios sustentáveis, considerando que, desse sistema, podem proliferar proposições de empreendimentos para designers, para grupos tradicionais e localidades, em interfaces com o turismo, serviços, gastronomia e outros, ampliando a perspectiva e possibilidades de negócios.

4. CONCLUSÃO DA DISSERTAÇÃO

A presente dissertação apresentou o *Design Dialógico* enquanto uma estratégia de Gestão Criativa de Tradições, que tem como foco de atuação a relação simétrica entre designers e artesãos tradicionais e como essa relação pode contribuir para a dinamização de cenários.

O *Design Dialógico* muda, principalmente, a visão individualista de atuação entre o design e a tradição, propondo um modelo cooperativo, fundamentado no fortalecimento das diferenças e da valorização dos repertórios individuais, acreditando que, a partir da potencialização, pode-se estabelecer uma relação parceira, participativa, inclusiva, na qual os conhecimentos individuais transmitidos possam provocar a disseminação de uma cultura criativa e compartilhada. Essa cultura inovadora, disseminada, germinativa, autônoma, colaborativa, transforma-se num mecanismo de dinamização de cenários e geração de novos modelos de negócios sustentáveis para designers, para artesãos, para localidades e para a sociedade como um todo. Transforma-se o entendimento da escassez, na visão grande angular de oportunidades que se apresentam diante de cenários dinamizados.

7.REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BOLDRINI, Jean-Claude; CHÉNÉ, Emmanuel.**Inovação nas Empresas Artesanais**. 2006.

BOULLOSA, Rosana; ARAÚJO, Edgilson Tavares de. **Avaliação e Monitoramento de Projetos Sociais**.IESDE Brasil S.A, Curitiva, 2009.

CHARALAMPOS, Mainemelles; RONSONS, Sarah. **Play and Criativity**.2006.

CHESBROUGH, Henry.**Open Innovation**: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology.Boston: Harvard Business School Press,2003.

COOPER, Alan;REIMANN, Robert;CRONIN, David.**About Face:** The essentials of use interface design. New York: John Wiley & Sons,2012.

COSTA JÚNIOR, Jairo. **Novas manchas de maré vermelha aparecem em Saubara e Salinas**. Correio, Salvador, 17 abr. 2007. Disponível em: <http://www.seagri.ba.gov.br/noticias.asp?qact=view&notid=9855>. Acesso em: 17 nov. 2011.

DOUGHETY, Deborah. **Organizando para a Inovação.**1997.

DAFT, Richard L. **Organizações:** teoria e projetos. 2. ed. São Paulo: 1966.

DE MASI, Domênico.**Criatividade e Grupos Criativos**, V.1 – Gmt, 2005.

FALCATO,Jorge;BISPO, Renato.**Design Inclusivo**: acessibilidade e usabilidade de produtos, serviços e ambientes.CentroPortuguês de Design, 2006.

FRANÇA FILHO, Genauto.**A Via Sustentável-Solidária no Desenvolvimento Local**,2008.

FREIRE, Gilberto. **Casa grande e senzala**. Rio de Janeiro: Global Ed., 2005.

FREIRE, Gilberto. **Manifesto regionalista**. 7ª.ed. Recife: FUNDAJ, 1996.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17ª.ed.Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FURTADO, Celso. **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. Rio de janeiro: Paz e Terra, 1984.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GODBOUT, Jacques T.,O Espírito da Dádiva. Tradutor Patrice Charles F.X. Wuillaume. - Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1971.

IMAI, Hisashi. **Japan's defense strength.** Tóquio: Ministry of Affairs, 1958.

INSTITUTO FABER-LUDENS.**Design Livre**. São Paulo: Clube dos Autores, 2012.

LEAHY, Renata Costa.**Flor da Maré**: A (Re)configuração da Renda de Bilros por Márcia Ganem.Dissertação UFBA, Instituto de Humanidades, Salvador 2012.

LEHRER, Jonah.**Imagine**: How Creativity Works.Houghton Mifflin Harcourt, 2012.

LEITE, R. P.Modos de vida e produção artesanal: entre preservar e consumir. In:CAVALCANTI, Claudia (Org.). **Olhares Itinerantes**: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição. São Paulo: Central, 2004.

LEMOS, Fernando. **A renda através dos tempos**. Salvador: Gráfica Furest, 1962.

LEVY-STRAUSS, C.**Sociologia e Antropologia**, com uma Introdução à Obra de Marcel Mauss. São Paulo: EPU, 1974.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva**.Lisboa: Edição 70,1988.

MOKATE, Karen Marie. **Convirtiendo el "monstruo" en aliado**: la evaluación como herramienta de la gerencia social. Cidade:INDES,2000.

MANUAL DE OSLO. **Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação**.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**: Os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 2008.

MORAES, Dijon De. **Análise do design brasileiro**: entre mimese e mestiçagem. São Paulo: EditoraEsfera, 2002.

MORAES, Dijon De. **Limites do Design**. São Paulo: Editora Studio Nobel, 1997/2008.

MORAES, Dijon De.**Manifesto da razão local**: a multiculturalidade como cenário para o design. Rio de Janeiro:Editora Relume Dumará, 2004.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

NOVAES, Tássia. **Nem a lua cheia traz fartura para as marisqueiras**. A Tarde On Line, Salvador, 7 out. 2007. Cidades. Disponível em: <http://www.atarde.com.br/cidades/noticia.jsf?id=795644>. Acesso em: 17 nov. 2011.

OITICICA, Leite. **A arte da renda no Nordeste**. Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, 1967.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Vozes, 2010.

ONO, Maristela. **Design e cultura**: sintonia essencial. Curitiba: Edição da Autora, 2006.

OLIVEIRA, Francisco.**Aproximações ao enigma**: O que quer dizer local. São Paulo: FGV-EAESP, 2002.

RAMOS, Luiza; RAMOS, Arthur. **A renda de bilros e sua aculturação no Brasil:** nota preliminar e roteiro de pesquisa. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Antropologia e Etnologia, 1948.

RIBEIRO, Darcy. **O Povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. Rio de Janeiro:Companhia das Letras, 1995.

SANTOS, Milton. **Por uma outra Globalização**. São Paulo: Ed. Record, 2000.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Fundamentos do pensamento econômico.** Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1968.

SENNETT, R. **O Artesão.** Rio de Janeiro: Record, 2000.

SILVA, R. R. B. D. **Os quatro elementos da avaliação**. São Paulo: Instituto Fonte, 2003.

TIDD, Joseph; BESSANT, J. R.; PAVITT, Keith. **Gestão da inovação.** 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2008.

WEICK, Karl E. **Sensemaking in organizations**. Thousand Oaks, Califórnia: Sage, 1995.

Entrevistas:

TEIXEIRA, Carlos. **Entrevista concedida a Márcia Ganem.** Nova York, set. 2013.