

AÇÕES DE DESIGN NO 'CONTRAPONTO'

Coordenador: CARLOS SCHMIDT

Autor: PABLO DE VASCONCELOS QUOOS

O Núcleo de Economia Alternativa (NEA) é um programa de ensino, pesquisa e extensão com sede na FCE. Os projetos de extensão são organizados em torno da Incubadora Tecnológica de Empreendimentos Populares (ICTP), em conjunto com as Faculdades de Nutrição e Comunicação, a Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, e a Escola de Administração. Com trabalhos orientados às populações de baixa renda que compreendem assistência técnica, gerencial e formação com base nos princípios da Economia Solidária (ES). Desde 2010, o NEA/ITCP mantém um espaço permanente de comercialização no campus central da UFRGS: o projeto Contraponto: entreposto de cultura, saúde e saber. Recentemente, a Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE/SENAES) propôs uma ação de investimentos em Espaço de Comercialização Solidária (ECOS). Os ECOS definem-se pela organização supra-familiar e autogestionária, são espaços de vendas de produtos da agricultura familiar, produtos agro-ecológicos, orgânicos, oriundos de comunidades tradicionais, artesanatos, empresas recuperadas e empreendimentos de alimentação. O ECOS Contraponto é um 'contraponto de vendas' exclusivo de produtos da economia solidária - especialmente alimentação, vestuário e artesanato. Ao contrário dos demais estabelecimentos situados no campus, oferece somente produtos originários de EES, num projeto que se antecipou à recente iniciativa da MTE/SENAES de fomentar a distribuição e comercialização de produtos da ES. A gestão do espaço segue os princípios da ES, estando sob responsabilidade dos empreendimentos participantes. No Contraponto, a administração é exercida por um conselho de representantes dos produtores: o espaço acolhe um conjunto de EES e a autogestão acontece na forma de um conselho gestor, com representantes dos empreendimentos participantes e escolhidos por estes. Todas as atividades são coordenadas e autogeridas pelos empreendimentos, com o apoio do NEA e da ITCP/UFRGS, desde o atendimento ao público até as decisões de ordem econômico-financeira. O objetivo geral que orienta as ações aqui apresentadas está definido no PROEXT 2011 (p. 4): "resgatar o saber acumulado dos/as trabalhadores/as, ressignificar os processos de produção, elaboração do trabalho e gestão de negócios no meio urbano e rural...". Para realizá-lo é preciso construir meios de estabelecer o diálogo entre conhecimento acadêmico e popular, isto é,

metodologias que suportem a escuta de parte a parte. A construção do conhecimento compartilhado no campo do design é o principal desafio enfrentado nesta ação, caracterizada pela situação problema definida pela criação de um logotipo, que impõe uma questão metodológica mais geral: como criar (objetos de design) coletivamente? É preciso contextualizar a ação para se ter ideia da problemática em tela. Desde o início, a gestão do Contraponto constitui espaço de experimentação. Há uma dificuldade peculiar à Contraponto - por ser um empreendimento de empreendimentos - quanto à definição de uma política administrativa para as decisões do dia-a-dia, sem ferir a autonomia das partes. As idas e vindas do projeto são, em parte, responsáveis por essas dificuldades. No início, enquanto se definia o projeto arquitetônico, houve um trabalho de mobilização de grupos de ES ligados ao NEA/ITCP/UFRGS. A construção do espaço terminou em 2008, mas ainda faltavam equipamentos para iniciar a operação. A ideia de que os EES envolvidos pudessem se responsabilizar pelos equipamentos deu ensejo a reuniões sistemáticas. As definições não avançaram e o processo se arrastou. Somente em 2009, foi possível adquirir os equipamentos que faltavam. Depois de um ano de espera, os contatos foram aos poucos retomados. A Cooperativa Central dos Assentamentos do RS (COCEARGS) aderiu ao projeto, tornando-se responsável pela administração do dia-a-dia. O efetivo envolvimento dos EES na gestão do Contraponto ficou marcado por essa espera, e a equação da gestão compartilhada é ainda uma incógnita. Atualmente, opera um Conselho Gestor com representantes do NEA/ITCP/UFRGS e dos EES: modelo centrado em reuniões com periodicidade variável, a depender das variantes do cotidiano administrativo. Ainda assim, as treze organizações integrantes têm mobilização-adesão desigual.

1. A estratégia de criação do logotipo Contraponto A construção coletiva do logotipo 'Contraponto' é uma tentativa de apropriar a metodologia da Rede Autônoma de Educação em Design, da UFRJ, desenvolvida para os EES. A estratégia está centrada na mobilização dos EES, num processo reflexivo acerca da identidade conceitual para se chegar ao processo criativo. O processo tem dois momentos: a percepção sociocultural do empreendimento e a comunicação visual. A percepção sociocultural contempla três etapas: ETAPA 1. Reflexão coletiva acerca da identidade: razão de existir e valores que orientam suas atividades. Objetivo: definir o que é o empreendimento, a atividade foco, o que é oferecido ao público, os diferenciais e os problemas de atuação. ETAPA 2. Percepção sobre a organização interna e a importância da atuação conjunta dos atores envolvidos. Objetivo: esboçar as atividades, identificar as atribuições da equipe, as relações entre os trabalhos desenvolvidos e o questionamento individual sobre "qual o meu papel nesse coletivo". ETAPA 3. Definir estratégia para o futuro ao construir um cenário respondendo questões,

tais como: onde queremos chegar? Como gostaríamos de estar? Etc. Objetivo: Definir um mapa estratégico com avaliação de pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças e refletir como trabalhar para realizar oportunidades e evitar ameaças. O momento da comunicação visual começa depois de compreendido o contexto de atuação do EES e formuladas as estratégias de atuação. O trabalho é então direcionado à comunicação visual e à identidade cultural, buscando sensibilizar a percepção para a comunicação e aspectos visuais, ressaltando o valor simbólico que formas, cores e padrões transmitem. Os passos viabilizam pensar a comunicação visual aplicada ao empreendimento, o conceito e os valores que se quer transmitir. São estabelecidas as diretrizes para a comunicação visual, a partir do reconhecimento dos instrumentos de comunicação visual do empreendimento (tudo que comunica "quem somos"). Avalia-se o conceito que se quer transmitir e aquele que se acredita que vem sendo transmitido. O processo deve culminar na aplicação de recursos gráficos para definir o logotipo, considerando a identidade do Contraponto e as expectativas do público-alvo. 2. O processo de apropriação: situação atual da ação Devido à história do Contraponto, as dificuldades de mobilização tornam-se um empecilho para a apropriação da metodologia escolhida. Convocados a participar, alguns empreendimentos mostraram-se pouco envolvidos com o desenvolvimento do projeto. Uma vez que a metodologia implica necessariamente a participação, e a ação de design do logotipo é etapa fundamental do projeto, entende-se ser suficiente convocar apenas os interessados. Atualmente, três empreendimentos estão participando do processo de criação. A etapa 1 está em curso, e os resultados são ainda incipientes. Reunir o grupo vem sendo uma dificuldade e a comunicação está acontecendo, sobretudo, por e-mail. As propostas vêm respeitando o tempo de resposta dos EES. Ao passo que os retornos são vagarosos, há um desejo pelos resultados, mas avançar as etapas para alcançar o produto final é um processo difícil.