

SPGD 2019

5º SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN DA ESDI

Rio de Janeiro, 27, 28 e 29 de novembro de 2019

Imergir, identificar e empoderar: design social e as ações no Museu da Maré

To immerse, to identify and to empower: social design and the actions at Museu da Maré

DIAS, Ana; COSSIO, Gustavo.

RESUMO: Este texto apresenta um projeto em design com abordagem participativa, de caráter social e comunitário. Trata-se da parceria estabelecida entre discentes do Programa de Pós-graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPDESDI/UERJ com o Museu da Maré, localizado na zona norte da cidade do Rio de Janeiro. O objetivo desta comunicação é contextualizar a fundamentação teórica e a metodologia empregada, com o relato sobre as atividades, realizadas em seis encontros presenciais no museu. Ao articular a abordagem do design social com a museologia social, as atividades proporcionaram o estabelecimento de um vínculo entre os estudantes e a equipe do museu, em vista da construção coletiva das soluções adequadas aos problemas elencados pelo grupo. Os encontros oportunizaram o levantamento das necessidades de projeto, a compreensão sobre a identidade local e, após duas rodadas de geração de alternativas, o desenvolvimento do material gráfico promocional e comunicacional do museu.

Palavras-chave: Cultura e sociedade. Design e sustentabilidade. Design social. Metodologia participativa. Museologia social.

ABSTRACT: *This text presents a design project with participatory approach, of social and community nature. This is the partnership established between students of the graduate program in Design at Escola Superior de Desenho Industrial at Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPDESDI/UERJ with Museu da Maré, located in the northern zone of the city of Rio de Janeiro. The purpose of this communication is to contextualize the theoretical foundation and the methodology used, with the report on the activities, undertaken during six face-to-face meetings at the museum. By articulating the approach of social design with social museology, the activities provided the establishment of a bond between students and the museum team, based on the collective construction of appropriate solutions to the problems listed by the group. The meetings provided an opportunity to survey the project's needs, the local identity understanding and, after two rounds of generating alternatives, the development of the museum's promotional and communicational graphic material.*

Keywords: *Culture and society. Design and sustainability. Social design. Participatory methodology. Social museology.*

1 — Introdução

Este texto apresenta um projeto em design com abordagem participativa, de caráter social e comunitário. Trata-se da parceria estabelecida entre discentes do Programa de Pós-graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPDESDI/UERJ com o Museu da Maré, localizado na zona norte da cidade do Rio de Janeiro¹. O objetivo desta comunicação é contextualizar a fundamentação teórica e a metodologia participativa empregada, com o relato sobre as atividades, realizadas em seis encontros presenciais no museu. Por fim, apresentamos os resultados obtidos.

A separação entre a pesquisa acadêmica e a sociedade civil, que pode ser percebida ainda nos tempos atuais, justifica esta proposta. Destacamos que os projetos de extensão realizados pelas universidades buscam sanar tal distanciamento e acreditamos que iniciativas de natureza social merecem esforços. No que se refere às atividades no Museu da Maré, trabalhamos para estreitar os laços entre essas duas instituições – a universidade e o museu – incentivando trocas e produções conjuntas, estabelecidas de forma horizontal. Inaugurado em maio de 2006, o Museu da Maré surgiu a partir da iniciativa de jovens moradores que, na busca por sua própria identidade, realizaram uma imersão num processo de pesquisa local com a gravação de um vídeo no qual registravam a fala dos vizinhos mais velhos.

Daquele movimento, constituiu-se, inicialmente, a Rede Memória da Maré, instituição que passou a coordenar projetos voltados para a preservação da história local, organizando o arquivo documental em *banners* impressos, facilmente expostos em lugares públicos. Em seguida, fundou-se o Museu da Maré, cuja exposição permanente divide-se em doze tempos, “ressignificando o tempo cronológico que tem nesse número uma especial referência, pois são doze as horas do relógio e os meses do ano” (VIEIRA, 2006, p. 7): o tempo da água, da casa, da migração, da resistência, do trabalho, da fé, da feira, da festa, do cotidiano, da criança, do medo e do futuro.

À época de sua abertura, o Museu da Maré foi saudado pela imprensa como o primeiro museu do país a funcionar dentro de uma favela. Abreu e Chagas (2007) afirmam, no entanto, que, em 1996, já havia sido criado o Museu da Limpeza Urbana – Casa de Banhos Dom João VI no bairro-favela do Caju, administrado pela Companhia de Limpeza Urbana (Comlurb) e, em 2005, o Museu a Céu Aberto do Morro da Providência, administrado pela prefeitura². Portanto, o que a imprensa destacava era o ineditismo de um museu sediado em um grande complexo de favelas, construído e administrado pela comunidade local:

Já antes da inauguração, moradores contribuíram com a doação de fotos e objetos pessoais que desejavam ver integrados ao acervo, e para definir a linha museográfica a ser adotada, promover a escolha dos objetos e estimular a montagem da exposição foi constituído o “Fórum Museu da Maré”, que contou na reunião de fundação, com a participação de cerca de cem pessoas, entre moradores e integrantes do movimento comunitário local (VIEIRA, 2006, p. 1).

Segundo Vieira (2006), a polêmica em torno da iniciativa – entendida por alguns como “glamurização da miséria e estímulo à favelização” – torna evidente que mais do que relembrar, o museu cumpre “um importante papel social, o de questionar, suscitar o debate e a reflexão e ao mesmo tempo provocar os mais diversos sentimentos, expondo os preconceitos e representações existentes sobre as favelas no contexto social da cidade”

¹ O projeto tem origem na disciplina de Design Participativo, ministrada pela professora Dra. Barbara Szaniecki no PPDESDI/UERJ, em 2019/II.

² Além destes, entre os museus comunitários da cidade do Rio de Janeiro, enumeramos: Museu de Favela – MUF, nas comunidades do Pavão-Pavãozinho e Cantagalo; Museu do Horto; Museu da Rocinha Sankofa; e Instituto de Pesquisa e Memória Pretos Novos.

(VIEIRA, 2006, p. 2). Desde sua fundação, o Museu da Maré vem tornando-se um ponto de referência da memória dos moradores locais, fortalecendo a relação deles com o seu território. O museu é uma “experiência singular num espaço marcado por silêncios e fronteiras invisíveis” (VIEIRA, 2006, p. 3).

Em conformidade com Abreu e Chagas (2007), o Museu da Maré tem, como interesse principal, a vida social dos moradores e os processos de comunicação para dentro e para fora da favela – e não a ação preservacionista. Portanto, a instituição desafia a lógica da acumulação de bens culturais e da valorização das narrativas monumentais:

trata-se, a rigor, de um museu impregnado de humanidade, de um museu que sendo da comunidade rompe com a lógica do gueto, de um museu com excepcional valor simbólico, notável capacidade de comunicação e que, por tudo isso, torna-se a expressão viva de uma utopia museal de cidade que somente será construída se formos capazes de integrar as narrativas que formam seu rico acervo: as narrativas das camadas populares (ABREU; CHAGAS, 2007, p. 5).

Neste artigo, lançamos mão de uma revisão de literatura para o estudo sobre as abordagens do design social e da museologia social. Em seguida, tratamos sobre a metodologia participativa empregada e, por último, relatamos as atividades desenvolvidas nos encontros no Museu da Maré, que culminaram no desenvolvimento de material gráfico promocional e comunicacional.

2 — Por uma articulação entre museologia social e design social

Segundo Chagas *et al.* (2018), a museologia social surgiu a partir dos anos 1960, quando uma forte crítica às tradições estabelecidas e às instituições consagradas abriu espaço para novas possibilidades de pensar e praticar museus e museologias, nas quais se exercita um maior comprometimento com as questões sociais das comunidades onde estão inseridos.

De acordo com Chagas e Gouveia (2014), em 1979, com a publicação no Brasil, na Espanha e na Suíça de uma entrevista de Hugues de Varine no livro “Os Museus no Mundo”, uma nova geração de museólogos, educadores, historiadores e outros profissionais interessadas no mundo dos museus começou a formar-se. Ao analisar a origem dos museus, Hugues de Varine (1979) afirma:

A partir de princípios do século XIX, o desenvolvimento dos museus no resto do mundo é um fenômeno puramente colonialista. Foram os países europeus que impuseram aos não europeus seu método de análise do fenômeno e patrimônio culturais; obrigaram as elites e os povos destes países a ver sua própria cultura com olhos europeus. Assim, os museus na maioria das nações são criações da etapa histórica colonialista (VARINE, 1979, p. 12).

O diagnóstico de Varine (1979) seria o marco inicial para o investimento, sobretudo por parte dos mais jovens, na descolonização do museu e do pensamento museológico (CHAGAS; GOUVEIA, 2014). Assim, o desenvolvimento de outras práticas, de uma ‘nova museologia’, representada pela adesão aos compromissos éticos e políticos, espalha-se por diversos países, significando uma mudança no panorama museal mundial. Neste viés, Chagas e Gouveia (2014) salientam que:

a denominada ‘nova museologia’, desde a sua origem abrigava diferentes denominações: museologia popular, museologia ativa, ecomuseologia, museologia comunitária, museologia crítica, museologia dialógica e outras. A perda de potência da expressão ‘nova museologia’ contribuiu para o fortalecimento e a ascensão,

especialmente após os anos de 1990, da denominada museologia social ou sociomuseologia (CHAGAS; GOUVEIA, 2014, p. 15).

A museologia social, ainda consoante Chagas e Gouveia (2014), refere-se a compromissos éticos, especialmente no que diz respeito às suas dimensões científicas, políticas e poéticas, a uma perspectiva libertária que vai na contramão dos valores das aristocracias, das oligarquias, das classes e religiões dominantes e dominadoras. Os autores asseveram:

A museologia social, na perspectiva aqui apresentada, está comprometida com a redução das injustiças e desigualdades sociais; com o combate aos preconceitos; com a melhoria da qualidade de vida coletiva; com o fortalecimento da dignidade e da coesão social; com a utilização do poder da memória, do patrimônio e do museu a favor das comunidades populares, dos povos indígenas e quilombolas, dos movimentos sociais, incluindo aí, o movimento LGBT, o MST e outros. Seria possível dizer que toda museologia é social, se toda museologia, sem distinção, estivesse comprometida do ponto de vista teórico e prático com as questões aqui apresentadas; mas isso não acontece, não é verdade e sobre esse ponto não devemos e não podemos ter ingenuidade (CHAGAS; GOUVEIA, 2014, p. 17).

No sentido de articular a museologia social com a abordagem do design social, a parceria dos discentes do PPDESDI com o Museu da Maré ocorreu por meio de um processo participativo. Em alternativa aos padrões habituais de projetos desenvolvidos no âmbito do design com foco industrial e mercadológico, o design social visa não somente satisfazer as necessidades humanas, mas contribuir para a transformação social (MARGOLIN; MARGOLIN, 2004). Desse modo, é entendido como possibilidade de inovação, capaz de projetar produtos e sistemas de modo criativo e eficaz, adequados não apenas do ponto de vista econômico, mas também, social, cultural e ecologicamente responsável.

Em um brevíssimo retrospecto, importa salientar que a função social e o impacto social foram a tônica do debate e da prática profissional em diferentes momentos da história do design. O movimento *Arts and Crafts*, protagonizado por William Morris, na Inglaterra, no início do século XX, foi crítico aos efeitos do industrialismo e à precarização das condições de trabalho³. Já entre 1919 e 1933, a escola alemã Bauhaus concebeu o design enquanto influência reformadora da sociedade, assim como sua sucessora, a Escola de Ulm⁴ (1953-1968). Mais tarde, em 1972, o designer Victor Papanek tornou-se reconhecido pela defesa do design social e ecologicamente responsável com o livro seminal intitulado *Design for the real world*⁵ (CARDOSO, 2008). De acordo com Braga (2011), o questionamento sobre a função social do design (e do designer) intensificou-se a partir dos anos 1990, sendo que as dimensões acerca da função da profissão, atuação profissional, papel social e ética estão

³ Ao levar em conta as desvantagens acarretadas pela Revolução Industrial, a empresa de Morris fabricava artefatos que conciliavam forma, função e decoração, com a valorização do trabalho artesanal e do artesanato. A ideia era priorizar a qualidade e não a quantidade, e influenciou outros movimentos, como o *Art Nouveau* (CARDOSO, 2008).

⁴ Considerada um paradigma do ensino do design, a produção originária da Bauhaus caracterizou-se pela configuração prático-funcional, cuja aparência visual fundamentou-se em uma teoria estética elementar. Através da exploração de dois fatores inerentes à cultura industrial, a produção de menor custo econômico e uma estética própria, foi possível obter o design de configuração formal simples e isento de ornamentos. Posteriormente, a escola foi fechada pelo regime nazista. A Escola de Ulm deu continuidade ao ideário bauhausiano e incorporou o avanço científico e tecnológico em novas disciplinas, com ênfase em ergonomia, métodos qualitativos e quantitativos, além do rigor metodológico. Apesar da preocupação com as questões sociais e com a melhoria da qualidade de vida, vale ressaltar, no entanto, que se almejava também o fortalecimento da indústria. No Brasil, a institucionalização do ensino do design deu-se com a fundação da Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI, em 1963, que teve a Escola de Ulm como referência (CARDOSO, 2008).

⁵ Sobre o postulado de Victor Papanek, tornou-se emblemática a frase “existem profissões mais prejudiciais que o design industrial, mas somente algumas poucas delas”.

cada vez mais presentes nos debates da sociedade brasileira e incitam o interesse dos profissionais da área.

A abordagem do design social tem como premissa a articulação do capital humano, ao mesmo tempo em que desenvolve produtos e inova processos. Neste sentido, para Martins e Silva (2009), as pessoas são o recurso mais importante para qualquer organização. As autoras postulam que dar voz aos envolvidos torna-os ativos em relação ao futuro da entidade e ao seu próprio futuro:

Além de ouvir, o designer deve compreender, valorizar. Trabalhar *com* e não trabalhar *para*. Deve ser um tradutor, mediador, transformador. Deve usar as ferramentas tradicionais do design aliado às metodologias participativas (...) com o objetivo de inserir tais comunidades em um mercado globalizado, favorecendo a ampliação da autoestima, do reconhecimento e a valorização de sua identidade cultural (MARTINS; SILVA, 2009, p. 7).

Assim, o designer procura resolver o antagonismo existente entre o tempo das comunidades – real – e o tempo do mercado – acelerado (MARTINS; SILVA, 2009). O projetista contribui para o bem-estar social ao desenvolver produtos materiais e imateriais que solucionam problemas humanos. Esta abordagem é compartilhada por designers que colocam ênfase no papel social de sua atuação.

Neste aspecto, vale sublinhar o que ensina Bonsiepe (2011) sobre humanismo projetual: trata-se do “exercício da capacidade de projetar para interpretar as necessidades de grupos sociais, bem como para elaborar propostas viáveis e, principalmente, emancipatórias, porque humanismo implica a redução da dominação e, no caso do design, atenção também aos excluídos, aos discriminados” (BONSIEPE, 2011, p. 21). Isto, na prática, seria voltar-se para a base da pirâmide, que constitui maioria da população, além dos idosos e pessoas com deficiência. Com efeito, deixa-se de empregar o design como ferramenta dominadora para a sustentação do consumismo e sua bagagem obrigatória de degradação ambiental e desigualdade social (MARGOLIN; MARGOLIN, 2004). Assim sendo, Whiteley (1998) define o designer valorizado, como aquele comprometido com ideais sociais e culturais.

Em suma, Oliveira e Curtis (2018) mencionam que o design social constitui uma abordagem de projeto que inicia pela identificação de uma necessidade dos atores impactados e que visa solucionar um problema que atinge a comunidade enfocada. Além disso, um projeto de design social não tem necessariamente uma motivação ou finalidade econômica, parte de requisitos de caráter social e não técnicos e/ou mercadológicos e deve envolver a comunidade e os atores impactados durante o processo criativo, trabalhando de maneira colaborativa.

Na aproximação entre os campos do design e da museologia, vale destacar que há, nessa relação, uma via de mão dupla: por um lado, o designer auxilia nos problemas de comunicação museológica e no apoio às atividades educativas do museu, ao atuar em frentes como o design de exposição e a elaboração de material instrucional. Por outro viés, há também a possibilidade de interface entre essas áreas no contexto museológico orientado ao design, ou seja, em museus e instituições culturais que têm o design enquanto objeto de pesquisa, comunicação e educação. Neste aspecto, a teoria e a prática museológica, por vezes, privilegiam a função social do design⁶. Também em via de mão dupla, a abordagem do design social articula-se com a museologia social ao contribuir com os objetivos do museu comunitário.

⁶ Como exemplo, citamos o Museu da Casa Brasileira, em São Paulo – SP, o único no país com o enfoque em design e arquitetura. Entre as exposições de design de repercussão nacional, vale citar a Bienal Brasileira de Design Gráfico e a Bienal Brasileira de Design, cujo tema da última edição foi ‘design para todos’, com produtos para a denominada ‘classe C’, para o espaço urbano e para a acessibilidade.

3 — Os encontros no Museu da Maré a partir de uma abordagem participativa

O contato entre designers e profissionais de outras áreas também beneficia o conhecimento de todos e abre novas possibilidades. Margolin e Margolin (2004) acreditam que os envolvidos partilham dos mesmos objetivos em realizar um trabalho social responsável. Os autores afirmam que os designers podem encontrar verdadeiros parceiros em profissões vinculadas à área da educação e da saúde, entre outras.

Para embasar a metodologia empregada nas atividades desenvolvidas no Museu da Maré, recorreremos à obra *Designing for social change: strategies for community-based graphic design*, na qual Andrew Shea (2012) indica pontos essenciais para um projeto de design social. O autor apresenta uma série de estratégias de engajamento, dentre as quais mencionamos: a imersão no contexto da comunidade para a qual se está projetando; o estabelecimento de uma relação de confiança; a atitude de prometer apenas o que pode ser cumprido para não gerar expectativas fora da realidade; a priorização do processo através de uma pesquisa extensiva e colaborativa; a identificação dos recursos locais e das forças da comunidade; a utilização de uma linguagem e estilo inspirados na comunidade para que a solução final dê voz aos membros; e, por fim, tornar os atores impactados protagonistas do projeto, empoderando-os com as ferramentas e conhecimentos necessários para que tenham papel ativo na construção da solução.

Shea (2012) destaca a importância da imersão: seja esta etapa de caráter observativo ou também participativo, é através da imersão que se conhece as reais necessidades dos membros de um grupo ou de uma comunidade. Com isso, também se conquista uma relação de confiança. No caso em análise, a imersão constituiu uma etapa essencial para o levantamento das necessidades de projeto. Além disso, e também em colaboração com a equipe do Museu da Maré, foi feita uma pesquisa sobre a identidade local, de modo a informar as etapas subsequentes, que incluíram duas rodadas de geração de alternativas e a criação de peças gráficas. As atividades ocorreram em seis encontros presenciais nas dependências do museu, ocorridos entre agosto e dezembro de 2019⁷.

3.1 Primeiro encontro: a visita guiada e o começo de uma parceria

Após agendamento prévio por e-mail, fizemos a primeira visita ao Museu da Maré, em 26 de agosto de 2019. No encontro, fomos guiados pela exposição permanente, dividida em doze tempos, e também à mostra temporária intitulada “Tempos de Marielle Franco”. Em reunião com a coordenadora do museu e assistentes, apresentamos a ESDI, a pós-graduação e a proposta da disciplina de Design Participativo. Falamos sobre a possibilidade de estabelecer parceria para o atendimento de demandas de design apontadas pela equipe e fomos prontamente acolhidos. A figura 1 (um) ilustra alguns aspectos da exposição permanente:

⁷ Entre os participantes dos encontros, mencionamos: Cláudia Silva, professora de história da rede pública e coordenadora do Museu da Maré; Vanessa Greff, produtora cultural e organizadora do projeto Entre Lugares (oficinas de teatro para a capacitação artística de jovens moradores da comunidade), também responsável pela organização das atividades do museu; Marcelo Pinto Vieira, cenógrafo e figurinista, professor da rede pública, assim como responsável pela cenografia e organização do museu; Marcos Fonseca, arquiteto, funcionário da Fiocruz Mata Atlântica, responsável pela cenografia e organização do museu; Thamires Ribeiro, formada em Restauro e Conservação pela EBA/UFRJ e responsável pelas visitas guiadas ao museu; Maria Gabriela Duarte, bolsista da Fiocruz (DPH) e responsável pela comunicação nas redes sociais do museu; Flávio Vidaurre, organizador do projeto Entre Lugares e responsável pela comunicação do museu; e Pedro Henrique Alexandre, designer, ex-aluno da ESDI/UERJ e morador da comunidade da Maré.



Figura 1: Vistas da exposição permanente – o tempo da água. Fonte: Banco de imagens dos autores (2019).

3.2 Segundo encontro: o levantamento das necessidades de projeto

A partir do segundo encontro, realizado em cinco de setembro de 2019, contamos também com os dois cenógrafos e a responsável pela comunicação, além de um designer recém-formado pela ESDI e morador da comunidade. A reunião foi dividida em duas dinâmicas. Na primeira atividade, a fim de integrar o grupo, cada participante apresentou-se e, com um barbante, formamos uma teia. Em seguida, realizamos um *brainstorm* com o enfoque nas necessidades de projeto. A figura 2 (dois) registra o encontro:



Figura 2: Apresentações e *brainstorm* sobre as necessidades de projeto. Fonte: Banco de imagens dos autores (2019).

As diversas necessidades mencionadas, tais como tematização das fachadas, sinalização, oficinas didáticas, parcerias com universidades, material instrucional e peças gráficas, dentre outros, foram agrupadas em três eixos de atuação, conforme o quadro 1 (um). Em conjunto com a equipe, foi decidido priorizar o eixo 'c', pelos fatores de urgência e viabilidade.

- | |
|---|
| <p>a) Circuito Urbano (enraizar o museu na comunidade com ações de divulgação);
b) Encontro das Águas (articular a inserção do museu em eventos na ESDI e vice-versa);
c) Identidade e Conteúdo (planejar material gráfico-visual para a promoção e a divulgação do museu).</p> |
|---|

Quadro 1: Os três eixos de atuação para a parceria ESDI-Museu da Maré. Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

3.3 Terceiro encontro: o reconhecimento da identidade local

Já no terceiro encontro, ocorrido na tarde de 19 de setembro de 2019, o objetivo foi levantar os elementos que compõem a identidade local. A figura 3 (três) registra a reunião entre os estudantes e a equipe do museu:



Figura 3: A conversa sobre a identidade local. Fonte: Banco de imagens dos autores (2019).

O debate dividiu-se em sete categorias (cores, alimentação, sons, linguagem, personalidades, pontos de interesse, vestimenta e acessórios). Assim, cada aspecto foi desdobrado em cartazes, com base no diálogo do grupo, conforme o quadro 2 (dois):

<p>Cores: azul, rosa e laranja; Alimentação: Churrasquinho, baião de dois, açaí, Guaravita, cracudinha, biscoito Fofura; Sons: Funk, tecno-brega, pagode, forró, gospel, tiros, crianças, vendedores ambulantes, fogos, helicópteros, obras; Vestimentas e Acessórios: Roupas do formal ao informal; Eventos: Baile funk, culto, churrasco, skate; Pontos de Interesse: Ciclovía, feiras, tabacaria, Vila Olímpica; Linguagem: “Mec”, “novinha”; Personalidades: Dona Orozina, Marielle Franco.</p>

Quadro 2: Listagem dos elementos que compõem a identidade local. Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

3.4 Quarto encontro: os itens de valor histórico-cultural e o perfil institucional

Em continuidade, o quarto encontro foi realizado no dia quatro de outubro de 2019. No encontro, falamos sobre os limites do projeto e as vantagens para a instituição, bem como sobre a promessa por resultados possíveis de alcançar e a priorização do factível, conforme ensina Shea (2012). Tratamos sobre o trabalho do designer e o desenvolvimento de projeto, sendo que a produção seria buscada junto a fornecedores, tais como uma gráfica expressa. Entre as vantagens da parceria para o Museu da Maré, salientamos a economia de recursos financeiros com o desenvolvimento do projeto e, especialmente, o maior controle do processo por parte da equipe do museu, conforme oportunizado pela metodologia participativa. Naquela ocasião, estudamos os itens de valor histórico-cultural, a partir de uma seleção de imagens em estêncil produzidas pelo cenógrafo para o museu⁸, conforme ilustra a figura 4 (quatro):

⁸ O cenógrafo fez uma explanação sobre cada imagem, a qual foi registrada em áudio.



Figura 4: Representação em estêncil dos itens de valor histórico-cultural: a) candieiro; b) pente quente; c) símbolo de resistência; d) rola-rola; e) Dona Orozina; f) quadro; g) bica d'água; h) cartucho de balas; i) mulher com lata d'água; j) homem com balaio; k) lavadeira; l) balança d'água; m) palafitas. Fonte: arquivo Museu da Maré (2019).

Além disso, conversamos sobre os objetivos e as características do Museu da Maré, com a aplicação de fichas junto aos presentes, em uma atividade que buscou compreender a percepção sobre a instituição a partir de três questões: a) “o Museu da Maré é...”; b) “o Museu da Maré não é...”; e c) “o objetivo do Museu da Maré é...”. Algumas das respostas para a questão a) foram: criativo, resistência, alegre, vivo, memorável, acolhedor, diverso, persistente etc. Já para a questão b) mencionaram, entre outras: monótono, monopolista, apático, superficial, assistencialista, depósito, rico etc. Por último, para a questão c) algumas citações foram: empoderar, lutar, pertencer, reinventar, dialogar, resgatar, recordar, preservar, incluir, representar etc. Concordamos que os presentes no encontro prosseguiriam com a tarefa junto a outros integrantes da equipe e visitantes do museu até o encontro seguinte, de modo a obtermos mais respostas. Até o encontro seguinte foram contabilizadas cerca de vinte fichas preenchidas.

3.5 Quinto encontro: a pesquisa de similares e a geração de alternativas

O encontro, em 31 de outubro de 2019, iniciou com a apresentação de uma pesquisa de similares, feita pelos designers. Discutimos sobre modos de expor e estratégias de divulgação do museu, com base em exemplos de abordagens participativas para a integração com a comunidade. Aquela apresentação teve por objetivo fomentar ideias para a atividade seguinte, de geração de alternativas manuais, como ilustra a figura 5 (cinco):



Figura 5: Amostra da geração de alternativas. Fonte: Banco de imagens dos autores (2019).

Foi proposto aos integrantes do grupo que, com base nas discussões dos encontros anteriores sobre as necessidades de projeto e a identidade local, realizassem dois esboços, num tempo de dez minutos para cada desenho. Por fim, o grupo fez uma apreciação dos resultados.

3.6 Sexto encontro: a nova rodada de geração de alternativas

No sexto encontro, em quatorze de novembro de 2019, realizamos uma nova rodada de geração de alternativas, no formato da reunião anterior. Após uma breve conversa sobre o andamento do projeto e aquela etapa de criação, cada integrante realizou dois novos desenhos manuais e, em seguida, comentamos os resultados. A identidade local foi representada em desenhos como a palafita, a mulher com lata d'água, o pescador, o rola-rola etc, no desenho de produtos como bolsas e camisetas, além de material gráfico como cartazes, calendários e *folders*, por exemplo, conforme ilustra a figura 6 (seis):



Figura 6: Parte dos resultados da geração de alternativas. Fonte: Banco de imagens dos autores (2019).

Ao final do semestre letivo, em 19 de dezembro de 2019, após uma etapa de representação gráfica efetivada pelos designers, apresentamos no museu o material gráfico promocional e comunicacional desenvolvido: pôsteres, canecas, bolsas, lápis, *bottom*, cartão de visita, folha timbrada, adesivo para correspondência e bolsa, como ilustra a figura 7 (sete):



Figura 7: Amostra do material desenvolvido. Fonte: Banco de imagens dos autores (2019).

4 — Considerações finais

As atividades propiciaram o estabelecimento de um vínculo entre os estudantes e o Museu da Maré. Com efeito, destacamos a relevância da imersão para o levantamento das necessidades de projeto, bem como para o entendimento sobre a identidade local, de modo a direcionar as etapas subsequentes de criação e desenvolvimento. O resultado do trabalho foi recebido positivamente pela equipe do museu, que salientou a pertinência das soluções apresentadas. Neste sentido, assinalamos o depoimento da responsável pelas visitas guiadas e participante de todas as fases:

O processo coletivo de refletir sobre quais cores, alimentos, roupas e estilos musicais representam a Maré foi um dos momentos mais interessantes, deixou ainda mais claro para mim o quanto a Maré é plural. Ver o resultado da comunicação visual, fruto dos diálogos e dinâmicas desenvolvidas entre parte da equipe do Museu da Maré e dos estudantes do PPDESDI foi empolgante, principalmente ao ver na apresentação a comunicação visual estampada nos mais diversos produtos. Acredito que a preocupação de levar em consideração as opiniões da equipe do Museu da Maré foi fundamental para que alcançássemos êxito. – Thamires Ribeiro, 2019.

No que se refere à abordagem do design social, as ações no Museu da Maré conduziram-nos a uma reflexão sobre o alcance da prática profissional e a sua relação com a comunidade. Portanto, vale ressaltar o empoderamento de todos os envolvidos: através de um modo alternativo de projetar, os designers contribuíram para o fortalecimento de uma organização de base comunitária e, em retorno, o trabalho social acrescentou na formação de designers mais conscientes.

Ainda assim, importa mencionar os limites do projeto em parceria com o Museu da Maré, realizado com recursos financeiros e materiais próprios dos estudantes e da instituição. Além disso, e conforme estudado na fundamentação teórica, pontuamos que a efetiva articulação entre design social e museologia social ocorre com o desenvolvimento de projeto no âmbito da comunicação museológica e das atividades educativas do museu. Nessa parceria, é provável que o aprofundamento dessa articulação ocorra a partir do enfoque nos eixos a) Circuito Urbano e b) Encontro das Águas, conforme estipulado no segundo encontro, sendo o eixo c) Identidade e Conteúdo prioritário para a elaboração de material promocional e a solução de problemas de comunicação organizacional.

Ponderamos também sobre os limites da participação: em etapas como a representação gráfica via *software*, compreendemos a atuação dos designers e sua capacitação técnica para esta tarefa, cujos resultados foram submetidos à apreciação da equipe do museu. Em síntese, verificamos que, por meio da imersão, as atividades ensejaram a construção colaborativa de um *briefing* para o desenvolvimento de peças gráficas com parâmetros projetuais definidos pelo grupo, que teve sua voz ouvida pela abordagem participativa.

Agradecimentos

Os discentes envolvidos neste projeto são bolsistas de doutorado da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro – FAPERJ. Agradecemos também à professora Dra. Barbara Szaniecki do PPDESDI/UERJ pelo apoio e incentivo. Por fim, expressamos gratidão à equipe do Museu da Maré pela parceria profícua.

Referências

- ABREU, R.; CHAGAS, M. Museu da Favela da Maré: memórias e narrativas a favor da dignidade social. In: **Revista Musas**. IBRAM, 2007.
- BONSIEPE, G. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.
- BRAGA, M. C. **O papel social do design gráfico: história, conceitos e atuação profissional**. São Paulo: Senac, 2011.
- CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blucher, 2008.
- CHAGAS, M.; GOUVEIA, I. Museologia social: reflexões e práticas (à guisa de apresentação). In: **Cadernos do CEOM**, Santa Catarina, v. 27, n.41, pp. 9-22, 2014.
- CHAGAS, M.; PRIMO, J.; ASSUNÇÃO, P.; STORINO, C. A museologia e a construção de sua dimensão social: olhares e caminhos. In: **Cadernos de Sociomuseologia**. n. 11, v. 55, 2018.
- MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. Um modelo “social” de design: questões de prática e de pesquisa. In: **Revista Design em Foco**. Salvador, n. 1, v. 1, pp. 43-48, jul./dez., 2004.
- MARTINS, F.; SILVA, S. Identidade e Sustentabilidade: a abordagem participativa em design como ferramenta de reflexão sobre a identidade de associações de base comunitária. In: II SIMPÓSIO BRASILEIRO DE DESIGN SUSTENTÁVEL – SBDS, 2009, São Paulo. **Anais do II SBDS**. São Paulo: UAM, 2009.
- OLIVEIRA, M. V. M.; CURTIS, M. C. G. Por um design mais social: conceitos introdutórios. **Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, pp. 20- 36, 2018.
- RIBEIRO, T. Depoimento enviado aos autores via e-mail. Rio de Janeiro, 2019.
- SHEA, A. **Designing for social change: strategies for community-based graphic design**. New York: Princeton Architectural Press, 2012.
- VARINE, H. Entrevista com Hugues de Varine-Bohan. In: **Os Museus no Mundo**. Rio de Janeiro: SALVAT Editora do Brasil, 1979, pp. 8-21.
- VIEIRA, A. C. P. **Da memória ao museu: a experiência da favela da Maré**. In: II Encontro Regional de História. Rio de Janeiro: ANPUH-RJ, 2016.
- WHITELEY, N. O designer valorizado. **Revista Arcos Design**, v. 1, n. 1, 1998.

.....

Notas sobre os autores

Dias, Ana; Doutoranda; Programa de Pós-graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPDESDI/UERJ. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2239883786625780>
adias@esdi.uerj.br

Cossio, Gustavo; Doutorando; Programa de Pós-graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPDESDI/UERJ. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4790285434672700>
gcoosio@esdi.uerj.br