

Design ativista como dispositivo de conversação: cocriando para a emancipação de mulheres da Economia Solidária no MA

Activist design as a conversational device: co-creating for the emancipation of Solidarity Economy women in MA

GONÇALVES, Thaynara Pinto; Graduação; Universidade Federal do Maranhão -UFMA

thaynara.goncalves@discente.ufma.br

IZIDIO, Luiz Claudio Lagares; Doutor; Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG

lagaresiz@gmail.com

NORONHA, Raquel Gomes; Doutora; Universidade Federal do Maranhão - UFMA

raquel.noronha@ufma.br

Resumo

Apresentamos reflexões sobre como o processo de articulação do design e ativismo na construção de uma nova identidade visual para um grupo de mulheres da Economia Solidária do Maranhão se tornou um dispositivo de conversação para a luta e reivindicação política contra a expropriação de sua sede. De natureza qualitativa com raízes na pesquisa ação, a pesquisa relatada visa atribuir significados para as relações entre designers, gestores e grupo produtivo, utilizando uma abordagem participativa com Design e Ativismo. Como resultado, apresentamos o processo de construção material e simbólica do grupo, desenvolvido por meio de reuniões que geraram demandas políticas e de design solucionadas por meio de processos de cocriação. Por fim, teremos a apresentação da marca, que deixa de ser um fim em si e passa a ser um dispositivo de conversação, mediando o diálogo entre produtoras artesanais e os representantes do governo estadual.

Palavras Chave: Design e Ativismo; Dispositivo de conversação; Mulheres da Economia solidária; Design e política.

Abstract

This article presents reflections on how the process of articulating design and activism in the construction of a new visual identity for a Solidarity Economy women's group in Maranhão became a conversational device for the struggle and political claim against the expropriation of their headquarters by the state government. To this end, we used a qualitative methodology rooted in action research, since the proposal aims to give meaning to the theoretical and practical research, using a participatory approach with Design and Activism. As a result, we present the group's symbolic construction process, developed through meetings that generated political and design demands solved through co-creation processes. Finally, we present the brand, which ceases to be a place for display and becomes a conversational device mediating the dialog between artisan producers and state government representatives.

Keywords: Design and activism; Conversation device; Women in the solidarity economy; Design

and politics.

1 INTRODUÇÃO

O design na contemporaneidade constitui-se por diversas dinâmicas de forças internas e externas que confluem para novas formas de projetar. A busca pelo desenvolvimento sustentável ainda é um tema em pauta e a integração e a cooperação são considerados os pilares ambientais, sociais e econômicos como meios para se alcançar uma sociedade mais justa. Dessa maneira surgem abordagens que demonstram ser possível outras formas de fazer design (Prado, 2021) e dentre elas, podemos citar o design e ativismo que busca conceber modelos alternativos ao sistema vigente, propondo mudanças sociais que atendam a envolvimento políticos que contestam o *status quo* e formam novas narrativas no âmbito das práticas do design em consonância com anseios políticos da sociedade (Julier, 2013).

Papanek (1971) foi um dos primeiros autores da área a designar o design como ativismo, ao fomentar que a área deveria se relacionar com questões de política e militância, pensamento esse que ganha mais espaço na atualidade como tema emergente. O design e ativismo para além de salientar o papel social do design, exemplifica o valor dos designers como propagadores de responsabilidade social, ao investir seu tempo e conhecimentos em serviços que promovem melhorias (Berman, 2009), como por exemplo a pesquisa que desenvolvemos em parceria com o Centro de Economia Solidária do Maranhão, que será detalhada neste artigo¹.

O Design e Ativismo é fundamental para a construção de um fazer mais idôneo, no mundo contemporâneo gradualmente assume um papel transdisciplinar, se envolvendo com múltiplas áreas de ação e conhecimento. Nessa esfera busca contribuir com reflexões e formas de combate acerca de grupos que sofrem injustiças, se tornando importante para resistir a esses modelos hegemônicos de poder fortalecidos pelas classes dominantes e visões unilaterais das formas de existência. Assim, o Design e Ativismo deve focar em formas de enfrentamentos dos padrões dominantes a fim de não se tornar uma mera peça do liberalismo, prezando por ações individuais sobre a titulação de ativismo, ao invés de práticas coletivas que efetivamente contribuem para transformações (Magro, 2022; Serpa, 2022).

Buscando uma maneira de corresponder aos desafios impostos por questões políticas que envolvem a atual situação do Centro de Referência Estadual de Economia Solidária do Maranhão (CRESOL), utilizamos o design para desenvolver meios que promovessem o diálogo entre produtoras artesanais e o governo a fim de diminuir os embates gerados pelas relações de poder. Sendo assim nos valem do conceito de dispositivos de conversação (Anastassakis e Szaniecki, 2016) que propõem experimentos de pesquisa especulativos ou intervencionistas, através do design, para abrir o diálogo entre instâncias de poder diversas.

Faz-se necessário entender o que é o CRESOL e seu significado para estruturação do estado do Maranhão. O centro de referência está fundamentado no conceito de Economia Solidária, ou seja, se consolida como um espaço de partilha social a partir do processo da autogestão democrática e participativa permite que as comunidades possam conduzir seus negócios de forma sustentável e coletiva (Monteiro; Gonçalves, 2020). No estado do Maranhão, o CRESOL é uma conquista da Lei nº 8.524, de 30 de novembro de 2006, que atribui e consolida a Política Estadual de Fomento à Economia Solidária. A instituição, atualmente, beneficia cerca de 1200 famílias e mais de 72 grupos produtivos distribuídos em 35 municípios no estado do Maranhão,

¹ Esta pesquisa conta com o financiamento de bolsa produtividade em pesquisa (CNPq), pós-doutorado junior (Capes) e iniciação científica (FAPEMA).

representando uma forma inovadora de fazer economia política por meio da gestão compartilhada entre sociedade civil e órgãos públicos, que desde seu início possibilita a participação popular em toda sua construção (Sousa et al, 2023) representando assim simbolicamente o setor da Economia Solidária do estado. Apesar disso se encontra em um contexto marcado por exclusão e tomadas de decisões unilaterais, enfraquecendo o movimento e criando uma concepção de não pertencimento, advindo da escuta escassa por parte da governança e dos poucos momentos de encontros gerais para discussões e resoluções voltadas para o presente e o futuro dessa conjuntura.

O Grupo de Pesquisa Narrativas em Inovação, Design e Antropologia (NIDA), da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), tem o CRESOL como parceiro de pesquisas em design desde o ano de 2020, e atualmente vem desenvolvendo um projeto que visa o crescimento econômico dos empreendimentos mediante o desenvolvimento de sistemas produto-serviço. E diante dessas questões que envolvem os empreendimentos e sua expulsão do espaço que têm o direito de uso, nos colocamos à disposição para dar suporte e cocriarmos maneiras de resistir a essas opressões. Nesse sentido, nos reunimos com os empreendimentos e algumas demandas foram identificadas. Anseios estes que fazem parte da alçada do design, como a construção de uma nova identidade visual, pensando a partir deste período de crise essa montagem deixa de ser um apelo estético e se transforma em um apelo político, chegando então a seguinte indagação: Como o design e ativismo pode articular a construção simbólica do CRESOL como um lugar de representação e luta de mulheres na economia solidária no Maranhão?

Neste artigo iremos discorrer sobre a articulação do design e ativismo na construção simbólica de uma nova identidade visual para a instituição CRESOL, esse estudo relata toda experiência na reformulação da marca, começando pelo entendimento do espaço com lugar de luta, principalmente feminina, o lugar de abandono, desmantelamento e expropriação em favor da especulação imobiliária. Para então realizar a construção simbólica, por meio de reuniões que geraram demandas políticas de design que foram solucionadas por meio do design participativo e processos de cocriação que permitiram a participação de todos os envolvidos. Até por fim, a apresentação da marca, que deixa de ser um lugar de exibição e passa a ser um dispositivo de conversação que faz a mediação de um diálogo em torno das necessidades e reivindicações dos grupos produtivos para com os representantes do governo estadual.

2 A Resistência das Mulheres do CRESOL

Desde o século passado passamos por um processo de ampliação das mulheres no mercado econômico nacional. Outro ponto importante a se considerar é o crescimento acentuado deste grupo como chefe de família, sendo assim, responsável pelo sustento familiar e também as tarefas domésticas e de cuidado. A inserção dessas brasileiras no mercado de trabalho ainda é marcada por atrasos e preconceitos (Bruschini, 2007), resultado de comportamentos nocivos motivados na sociedade para enfraquecer a voz feminina.

A Promoção da autonomia é um aspecto considerável para o empoderamento feminino, nesse segmento é um recurso para autocriação e auto gestão que permite trocas, desenvolvendo as vinculações com outros grupos (Noronha; Portela; Farias, 2022) e propiciando as várias formas de ver o mundo, através das inúmeras comunidades que se entrelaçam nesse cenário. Todavia, a autonomia nesse contexto ainda é dificultosa considerando-se os diversos obstáculos que perpassam as vidas femininas e suas efetivas participações no seio da sociedade, afinal, o estado ainda vê as mulheres por uma ótica assistencialista, apenas como receptoras de políticas públicas, não reconhecendo seu protagonismo e suas potencialidades como agente de transformação social,

política e cultural (Heffel; Silva; Londero, 2016).

Ponderando por esse lado, ao considerar o Centro de Referência como um espaço chefiado em sua maioria por mulheres, se entende que diversos empecilhos e dificuldades estão relacionadas a questões de gênero. No mundo atual de viés capitalista e neoliberal existe a constituição do que deve ser vivido e o que merece ser apagado e destruído baseado em valores monetários e não culturais e sociais. Assim, grupos minoritários, principalmente femininos, lutam diariamente para defender sua identidade e territorialidade, lutas essas que perpassa o espaço físico, o olhar tangível e refletem lutas imateriais, não fazem parte do que nosso sistema qualifica como existência, de forma que várias vezes suas vidas importam menos para quem está no poder. Assim, mulheres de todas as categorias que se colocam à frente das lutas apesar dos pesares, da dupla jornada e muitas vezes da dupla militância, ao se colocarem como instrumento de luta dentro e fora de suas comunidades são silenciadas, invisibilizadas e apagadas, tendo seus corpos como primeiros objetos a expropriação (Hernández; Jiménez, 2023).

Desde a sua concepção o CRESOL passa por diferentes lutas e tentativas de degradação, seja para sua desestruturação total ou parcial. Em 2015, ao longo das Escutas Territoriais, do orçamento participativo, o Centro de Referência em Economia Solidária era uma das principais prioridades, tendo isso em vista o decreto Nº 34230, de junho de 2018, instituiu o CRESOL. Em 2017, foi publicado no diário oficial a Cessão de uso do prédio que viria a ser a instalação definitiva do CRESOL, porém no ano seguinte o prédio foi ocupado por outro grupo. Exaustas de todo descaso, as mulheres do CRESOL, se mobilizaram e em 2021 conseguiram um novo termo de Cessão de Uso, agora de 15 anos para a Casa do Maranhão, espaço emblemático para a cidade de São Luís, por sua localização e por ter nele instalado um museu que conta a história do povo maranhense. No entanto, nesse ano de 2024, mais um episódio de descaso vem acontecendo. O CRESOL recebeu verbalmente a comunicação que deveriam desocupar o prédio onde atualmente habitam, a casa do Maranhão, para que um famoso grupo imobiliário Português possa construir um hotel. No momento atual em que se escreve o futuro da instituição CRESOL ainda é incerto e os empreendimentos solidários que o utilizam lutam por uma sede definitiva. Mesmo com os avanços recentes, essas mulheres, ainda sofrem com uma série de repressões e impactos advindos de uma sociedade machista, que dificulta suas participações absolutas e sabotam suas vozes. As mulheres da instituição têm suas resistências e anseios minimizados e desatendidos, sendo assim sempre obrigadas a ceder o que conquistam em prol de prerrogativas que muitas vezes se tornam desfavoráveis para elas mesmas, um exemplo claro dessas considerações é a ausência de uma sede fixa, motivação de muitos dos debates atuais.

O espaço de funcionamento acaba sendo uma interrogação, uma vez que o grupo já foi realocado mais de uma vez e no momento sofre outro desapossamento, sempre sob a justificativa que o próximo lugar será melhor, essas ações têm consequências muito fortes na constituição de clientela uma vez que sempre que conseguem se estabelecer são remanejados para outro lugar, necessitando se restabelecer. Um dos pontos aqui é a concepção das organizações públicas que sempre as coloca como volúveis, uma das primeiras opções de movimentações espaciais desconsiderando os interesses dos constituintes. Ou seja, colocando-as em um lugar de subserviência, contando com a constante vigilância e resiliência das mulheres que ali compõem contra esses padrões de comportamento nocivos, que criam essa percepção de não lugar, de não pertencimento e instabilidade. O não lugar (Augé, 1994) aqui é consequência das colocações anteriores, a inconstância e insegurança quanto a o pertencimento de um lugar físico que acaba adentrando o simbólico, afinal, toda a volatilidade de demandas também adentra a percepção interior e exterior do grupo social no estado do Maranhão.

Recentemente o Maranhão passa por uma série de mudanças em favor do turismo, visto que possui patrimônios culturais e naturais expressivos, chamando assim a atenção de turistas e corporações que enxergam nessa situação um campo de lucro que vale a pena o investimento. A cidade de São Luís é reconhecida como Patrimônio Cultural Mundial na Unesco, por suas tradições ricas e diversificadas, além de um conjunto arquitetônico colonial valioso, que conta com cerca de mil casarões, carregados de azulejos portugueses e arquitetura única (IPHAN, 2015), essas construções são foco de interesse para essas empresas turísticas que pretendem aplicar capital na cidade. A sede do CRESOL funciona em um desses prédios históricos tombados pelo IPHAN, a casa do Maranhão, a Antiga Alfândega, onde compartilha com o museu Casa do Maranhão, ambos essenciais para a cultura e história do estado, acontece que o prédio até então objeto de cultura, passa a ser artigo da especulação imobiliária resultante dessas movimentações recentes que buscam privatizar arquiteturas públicas para favorecer um turismo irresponsável e corporações privadas, se tornando objeto de desejo de um grupo português que deseja transformá-lo em um hotel de luxo, recolonizando e destituindo os usos atuais visando o turismo predatório.

Ao receber as notícias referentes a esse obstáculo, a gestão do CRESOL se viu obrigada a reitencificar a resistência e se movimentar para novas formas de manifestações em defesa da luta pela permanência nesse espaço, ou a definição de uma sede permanente em um local acessível para comercialização e eventos culturais.

3 O ativismo no Design

Jordan (2002) define o ativismo como ações coletivas que concebem transgressões, que fornecem tentativas de mudanças e transformações no *status quo*. Desde os anos 60, o design gráfico tem trabalhado com a busca de mudanças políticas, sociais e culturais por meio de organizações e movimentos. Recentemente essa atuação tem se tornado ainda mais visível por meio de trabalhos que buscam conscientização e reflexão do público sobre determinadas causas (Braga et al, 2019).

Dentro deste contexto que posiciona o designer como um autor político e social, Frascara (1989) defende que o designer deve se preocupar com o que comunica e não apenas com a forma como o faz, deixando para trás a visão de imparcialidade do designer e o responsabilizando comunitariamente pelo que prega. Ainda neste escrito argumenta em favor do uso de ferramentas majoritariamente mercadológicas para difundir e potencializar a circulação de informações e tópicos relevantes para sociedade em prol da democratização das comunicações, ratificando em consequências positivas para a cosmologia que habita. Essa linha de pensamento se mostra relevante para a abordagem deste material, que utiliza da construção e apresentação de identidade visual, como um dispositivo de conversação, processo corriqueiro do design para abrir espaço para uma discussão de caráter urgente para o corpo social que habita o CRESOL, que não se sente ouvido e, portanto, não teria outro momento para expor suas colocações com tanta estabilidade.

Tomando o design como mecanismo de execuções disruptivas que buscam transmutações positivas na sociedade, o design e ativismo pode ser conceituado como forma de combater injustiças sociais e promover mudanças em nome de um grupo injustiçado, negligenciado e/ou excluído utilizando de métodos não convencionais, singularmente impulsionando a ruptura de práticas, sistemas e estruturas sistematicamente institucionalizadas pela autoridade dominante que não considera esses grupos e causas minoritárias em seus planejamentos e decisões (Thorpe, 2011).

O design e Ativismo não se resume em desenvolvimento e divulgação de peças gráficas de

inclinações “ativistas” sobre determinado tema. A atuação do design enquanto ativismo deve se comprometer com transformações sociais, todavia, assim como diversas causas e termos passa continuamente por processos de deturpação, vítima de uma visão neoliberal e mercadológica que supervaloriza ações individuais acima do coletivo, enfrentando uma despolitização do termo em benefício de capitalização e usos esdrúxulos deste fazer design, apoiados em viés performativo sem preocupar-se com mudanças propriamente ditas (Serpa, 2022).

Sob essa perspectiva é necessário pensar o design e ativismo como uma abordagem majoritariamente política, como forma de se manifestar e se fazer presente no âmbito político e social para muitos núcleos que vêem seus direitos negados (Hernández; Jiménez, 2023), ao trabalhar dentro desses diversos mundos, com variadas demandas, consegue-se ver o design para além de um resolutor de problemas de objetivo único e racional, como o mercado preserva em prol de motivar a disputa e a corrosão dos espaços, apogeu do capitalismo que se fortalece desses visões autocentradas de mundo. Ao colocar em evidência a subjetividade das questões que permeiam o meio, podemos admitir que o design pode se apoiar também nas ficções, ao assumir a performance como forma de atuação do designer, em aspirações aporéticas, ao se deparar com problemas inesgotáveis e revisitados, ganhando um carácter especulativo, partindo da capacidade de construir múltiplas possibilidades de futuros desejáveis (Portinari; Nogueira, 2016). Podendo assim, adotar as subjetividades para proclamar soluções parciais e pressupor visões de futuros a partir do presente, considerando ressurgências possíveis (Anastassakis, 2020), como no caso CRESOL, que em sua constituição coletiva, abrange diversas instâncias tanto civis quanto de governança, portanto, dota de uma futuração mutável e oscilante.

No presente momento em que escrevemos este artigo, a instituição, sofre ações que impedem seu pleno funcionamento, sede indispensável para a composição da Economia Solidária no estado do Maranhão, que se refere a formas de trocas solidárias, um comércio cooperativo que liga diversos grupos, cooperativas, associações em resistência ao mercado capitalista que carrega viés exploratórios e ótica mercantilista em troca da construção de meios de produção que beneficiam todos os envolvidos (Singer, 2002), o centro de referência conta com um número considerável de empreendimentos constituintes que usufruem desse espaço para sustento e exposição do seu trabalho.

No caso apresentado neste artigo, o design apresenta um papel democrático que inclui todos os envolvidos como agentes ativos nos processos que se desenrolam na esfera dessa pesquisa (Izidio; Ribeiro, 2020), sendo assim participantes operantes que através dos designers exercem sua cidadania. Considerando essa abordagem do design, aqui o designer abandona o papel de “protagonista”, e recebe o papel de interlocutor, tendo suas opiniões, visões e colocações de mesmo peso que todos, as considerações de todos os participantes num processo de horizontalização.

4 As ferramentas do design como dispositivo de conversação

O design ainda percorre um longo caminho a fim de democratizar suas práticas e impulsionar as coisas do design, perspectiva que retira a visão unidimensional do design como apenas criador de artefatos e soluções e o posiciona como coletivo humano e não-humano que que executam e transformam o cosmos que habitam, assim, integrando todos os envolvidos no processo, a explorarem contribuições equitativas para objetivos conjuntos (Binder, 2011). Ou seja, as coisas de design como ferramentas de descentralizar os processos de design e permitir que instrumentos mercantis, sejam adaptados para atender novas necessidades pluralistas, criando novas formas de sentido pro mundo.

Sob essa ótica, acionamos o conceito de dispositivos de conversação, experiências especulativas e interventoras de pesquisa que buscam expandir as discussões, através da adesão de grupos heterogêneos ao assunto que se discute estabelecendo diálogos público que diluem as hierarquias de poder existentes nas relações (Anastassakis; Szaniecki, 2016). Este conceito tem como base o pensamento de Foucault (2004) a respeito do que venha a ser um dispositivo, rede estabelecida entre conjunto heterogêneo de discursos, organizações e decisões que, entre outras coisas, abre possibilidade de conversa. Finalmente, Foucault afirma que o dispositivo tem uma função estratégica dominante que implica alguma manipulação das relações de poder através da intervenção organizada, a fim de desenvolvê-las, estabilizá-las ou mesmo bloqueá-las. Em suma, “O dispositivo é precisamente isto: um conjunto de estratégias de relações de forças que apoiam e são apoiadas por certos tipos de conhecimento” (Foucault 1994).

Enquanto grupo de pesquisa em design, o grupo NIDA busca criar correspondências e a colaboração entre designers e cidadãos, esse processo acontece por meio da participação e cocriação de práticas significativas que podem transformar o presente ao mesmo tempo que criam alternativas para o futuro. Mais do que projetar a partir de uma extrapolação do presente, a proposta de cocriar dispositivos de conversação junto com ao CRESOL surge numa perspectiva de imaginar alternativas em meio a processos coletivos de imaginação social.

Atualmente o CRESOL sofre diversas transgressões por meio do governo, aspirando sua desestruturação para a expropriação da sua sede atual, favorecendo a especulação imobiliária. Além disso, os empreendimentos da Economia Solidária tem enfrentado o assédio moral por meio da Secretaria de Estado do Trabalho e Economia Solidária (SETRES), que sinalizou o despejo dos grupos oralmente (a mando do Governo do Estado), com um prazo limitado e sem qualquer conversa prévia, desse ponto não se mostrou acessível para discutir possíveis alterações ou atender as necessidades expostas. O CRESOL tentou utilizar das redes sociais para expor essas condições e, assim, movimentar a sociedade para esse combate, mas se viu impossibilitado visto que a SETRES tomou o acesso de sua conta no Instagram, após postagens contra as decisões de expropriação de sua sede. Deste então, as negociações ficaram ainda mais escassas e a comunicação das ações de resistência passou a ser por canais não oficiais da instituição.

Diante desse momento conflituoso e instável, o grupo NIDA enquanto parceiros de pesquisa do CRESOL decidiu instalar uma base de trabalho na sede da instituição para que pudéssemos ficar mais próximos aos processos de negociação, com uma ação política de ocupação. O grupo de pesquisa NIDA tem buscado a partir de demandas da própria instituição maneiras alternativas de resistência. Assim, em reuniões com os pesquisadores e os grupos, percebemos que uma das urgências era a criação de uma nova identidade visual para o CRESOL, pois a atual se tornou antiquada e não reflete as atuações. Portanto, trabalhamos na criação de uma nova marca em conjunto com os empreendedores em um processo participativo. Considerando que o CRESOL é uma gestão compartilhada entre grupos produtores, sociedade civil e governo a apresentação de uma nova identidade visual precisou reunir todas essas instâncias para aprovação.

Dessa maneira nos mobilizamos para convidar todos a se fazerem presentes para esse momento, assim a apresentação deixaria de ser apenas um momento para autorização de representações gráficas e começou a representar a motivação para que todos se reunissem, visto que seria um instante onde o secretário do Trabalho e Economia Solidária estaria presente com sua equipe.

Além disso, a elaboração da marca contou com simbologias de significantes relevâncias para todos

os envolvidos, servindo assim, como ferramenta para o despertar e envolvimento dos presentes para um debate e para cobranças ao secretário que se fez presente.

5 Metodologia

O presente artigo apresenta resultados e reflexões do campo, relativos a segunda etapa da pesquisa intitulada, CRESCIMENTO ECONÔMICO POR MEIO DO DESIGN E DA ECONOMIA SOLIDÁRIA: autonomia e sustentabilidade de produtos artesanais do Maranhão, realizado em parceria com a instituição CRESOL². Essa pesquisa está sendo realizada em três etapas. Na primeira etapa foi realizada uma pesquisa *survey* com possíveis consumidores de produtos artesanais na cidade de São Luís com o intuito de levantar possibilidades de atuação do design frente ao processo de comercialização de produtos artesanais. A segunda que prevê o processo intervencionista de ações de design voltadas para o processo de desenvolvimento de sistemas produto serviço (Manzini e Vezzoli, 2002) com as artesãs. E a terceira etapa, que prevê a estruturação e comunicação desses serviços aos consumidores de produtos artesanais na cidade de São Luís.

A metodologia da pesquisa é de natureza qualitativa, pois busca a interpretação dos fenômenos observados e compartilhados em campo e a atribuição de significados a partir das experiências teóricas e empíricas da pesquisa, conforme Prodanov e Freitas (2013). Quanto à natureza, caracteriza-se como sendo de natureza aplicada, o que, segundo os autores (op.cit) objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos, identificados a partir da vivência entre pesquisadores e participantes da instituição CRESOL.

Quanto aos objetivos, caracteriza-se como um processo descritivo que, segundo Gil (2008), pretende descrever com embasamento teórico e do conhecimento produzido em cocriação no campo de pesquisa. Assim, aciona-se a abordagem do design participativo, que é derivada da pesquisa-ação participativa ou, como Ehn (2008) a chama, "prática de pesquisa". O autor considera, ainda, que o design participativo tenta orientar um curso "entre tradição e transcendência" (1989, p. 28) – isto é, entre o conhecimento tácito dos participantes e o conhecimento analítico e abstrato dos pesquisadores. Alinhada à perspectiva, utilizamos também uma abordagem do design e ativismo (Jordan, 2002) na medida que utilizamos de ferramentas do design para gerar engajamento e participação política a um grupo vulnerabilizado em busca de resistência a situações de opressão.

Com relação às questões éticas a pesquisa foi submetida e aceita pelo Conselho de Ética e Pesquisa sob número de protocolo 037532/2024, além disso os participantes autorizaram sua participação via confirmação do termo de consentimento livre esclarecido.

6 Resultados e Discussões

Diante do cenário de expulsão do CRESOL da sua atual sede e do descaso da SETRES com as reivindicações das mulheres da instituição, o movimento se mobilizou em atender as demandas dessas mulheres na tentativa de fazer com que suas vozes fossem ouvidas. Participamos das reuniões com os empreendimentos para entender as demandas que cabiam ao projeto para a promoção da economia solidária. Uma das demandas levantadas e já percebida era a necessidade da construção de uma nova marca, considerando que a atual não evidenciava quem eram. Se envolver nessas formas de resistência e se colocar à disposição para fazer do design uma ferramenta contra essas violações, é exercer o design de maneira ativista, possibilitando a contra

² Este projeto é financiado pelo edital APP-FAPEMA 12178/22 e integra as ações do PROCAD-AM - Comunidades Criativas e Saberes Locais: design em contexto de baixa renda, financiado pela CAPES.

narrativa, promovendo as perspectivas das minorias, potencializando suas vozes e fomentando mudanças e transformações sociais (Fuad-Luke, 2009), dada as circunstâncias, o design aqui tem papel de divulgador e comunicante do que se passa em parceria com aqueles que estão vivenciando essas ações, uma vez que decidiram expor e perseverar.

Produzimos postagens para o instagram expondo todas as problemáticas citadas, explicando a situação atual e o processo de retirada do CRESOL e do museu, da Casa do Maranhão, para que o prédio fosse entregue ao o grupo hoteleiro português. Essas postagens mostravam a importância de ambos para construção da história e cultura maranhense, além de evidenciar as atividades que aconteciam no espaço e precisam continuar sendo desenvolvidas. Essas postagens foram importantes para difundir os acontecimentos para o público geral que não tinha noção do que estava acontecendo, foram compartilhadas em outras redes sociais além do instagram e movimentou pessoas a posicionar-se sobre as ocorrências.

Figura 1 - Compilação das postagens em prol do CRESOL



Fonte: NIDA, 2024

Continuando a exposição das narrativas a partir do olhar das pessoas que fazem o CRESOL, para o dia do artesão, que se comemora em 19 de março, montamos uma série de três vídeos entrevistando as artesãs sobre suas vivências enquanto mulheres e criadoras. Fizemos assim três perguntas, sendo elas, sobre o que é ser artesã, a importância do artesanato e a importância do CRESOL para o fazer artesanal no Maranhão, retornando para a significância de ter um lugar de visibilidade física e simbólica para que mulheres possam continuar transformando suas realidades, e conquistando formas de sustento.

Figura 2 - Qr Code para o Vídeo “ Para você o que é ser artesã?”



Fonte: NIDA, 2024.

Figura 3 - Qr Code para o Vídeo “Para você qual a importância do fazer artesanal?”



Fonte: NIDA, 2024.

Figura 4 - Qr code para o Vídeo “ Qual a importância do CRESOL para o fazer artesanal no Maranhão?”



Fonte: NIDA, 2024.

Perseverando nessa luta apesar do governo do estado se mostrar inalterável, organizamos uma nova sequência de postagens, dessa vez focado na história de luta da instituição por uma sede, contando com uma linha do tempo contando os empasses e denunciando explicitamente as ações. Algumas horas após incluir o conteúdo no instagram a gestão do CRESOL teve o acesso negado a rede social e as postagens foram apagadas das redes sociais oficiais pela secretaria, desde então o acesso ao instagram permanece nas mãos de outras pessoas e ostenta uma falsa normalidade.

Figura 5 - Compilado de postagens sobre a História de Luta do CRESOL



Fonte: NIDA, 2024.

Todos esses acontecimentos foram de total importância para a construção da marca que se dava paralelamente e ganhava novos valores, perspectivas e propósito. Para o processo de desenvolvimento de uma nova identidade visual para o centro de referência utilizamos de um design mais democrático e próximo dos co-pesquisadores. Primeiramente, nos reunimos com as gestoras do CRESOL e dialogamos sobre a necessidade da renovação da marca que continha elementos antiquados e que não faziam mais sentidos na atualidade, como degradê, uma tipografia geometrizada e com demasiada variação de tensão, além de afiliação estética com uma modernidade clássica que não dialoga com as atividades da instituição. O símbolo também carregava problemas em relação a redução e dificuldade de entender suas nuances. As gestoras, também manifestaram sua insatisfação, ainda que não conseguissem traduzir o motivo, e comunicaram seus desejos de mudança, considerando esse novo momento e o acréscimo de uma nova sigla, o MA, que representa Maranhão, um anseio de reiterar o CRESOL como uma potência maranhense e reivindicar seu espaço.

Figura 6 - Identidade Visual antiga do CRESOL



Fonte: NIDA, 2024.

Em um processo colaborativo, estivemos juntos ao CRESOL, diversas vezes ouvindo dos participantes suas opiniões sobre como a marca deveria ser e o que ela deveria representar. A partir disso percebemos que deveríamos manter as cores principais, o vermelho e azul, que já são

reconhecíveis, e o mapa do Maranhão como símbolo, compreendemos o mapa como um signo afetivo que estava lá desde o início, em todas as lutas e demarcação de territorialidade. Dessas deliberações começamos a construção de um nova marca que deveria não só apresentar o CRESOL como um espaço de Economia Solidária, como também de resistência.

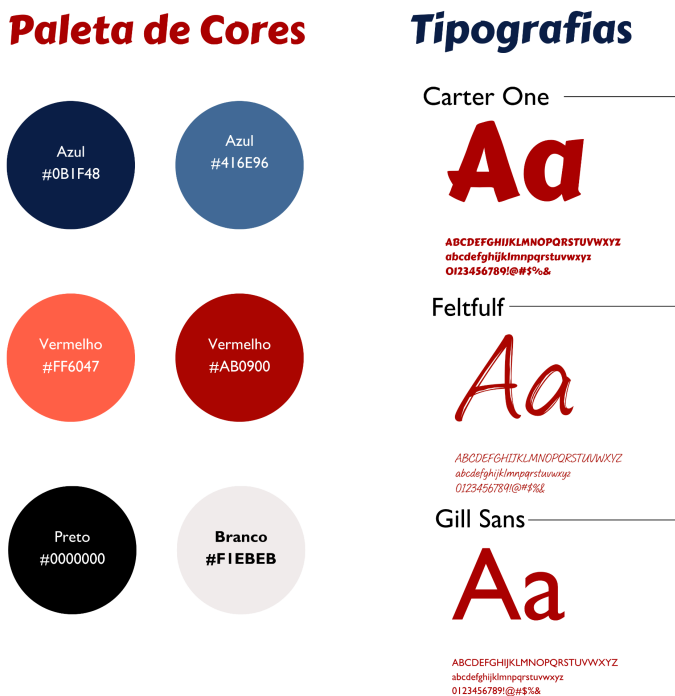
Figura 7 - Conceitos notáveis para criação da marca CRESOL



Fonte: NIDA, 2024.

Desses conceitos (figura 7) elaboramos uma marca que mantinha a estrutura da antiga e que representa os novos anseios do CRESOL. Mantivemos as cores e acrescentamos novos tons para que mais composições sejam possíveis, além do acréscimo do preto e do branco como cores oficiais. Como tipografia principal optamos pela *Cartes One* por suas característica suave e contemporânea, representação da reformulação de formas tipográficas antigas para a modernidade, contudo impactante e forte. Contrastando com a antiga que era austera e geométrica, a nova fonte possui uniformidade na tensão, hastes polidas e contadores abertos, permitindo uma leitura precisa e clara, e uma visão de contemporaneidade. Para o acréscimo da sigla MA, decidimos utilizar uma tipografia que possibilitasse uma leitura mais clara, criando a distinção do CRESOL para o MA que são palavras diferentes, evitando uma leitura com cacofonia. A tipografia escolhida foi a *Feltful* que carrega um estilo manuscrito e foram feitas modificações com inclinações mais suaves, para reforçar a diferenciação da *Carter One*. Já para fonte secundária selecionamos uma fonte com características humanística legível, e a escolhida foi a *Gill Sans*.

Figura 8 - Demonstração de Paleta de Cores e Tipografias



Fonte: NIDA, 2024.

Quanto ao símbolo, preservamos o mapa do Maranhão, que era um requisito do *briefing*, que delinea a área de atuação e abrangência do CRESOL junto às comunidades locais, reforçando a territorialidade. Na busca por representar graficamente as conexões e relações que o CRESOL possibilita no estado, construímos linhas que compõem a estrutura interna do mapa, simbolizando as fibras que são habilmente entrelaçadas à mão, como os laços que unem comunidades para criar novas possibilidades. Essas fibras entrecruzadas formam uma rede de caminhos que delineiam o Maranhão. Essas linhas nunca se fecham, refletindo a constante reinvenção e crescimento do CRESOL.

Figura 9 - Nova Identidade Visual do CRESOL



Fonte: NIDA, 2024.

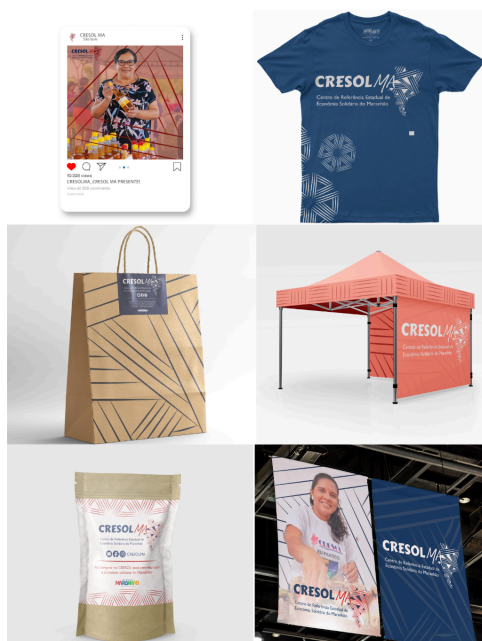
A partir do novo logotipo, nós desenvolvemos elementos de apoio, como grafismos e padronagens, fundamentais para formação da identidade como um todo.

Figura 10 - Elementos e Aplicações da Marca

Grafismos



Aplicações



Fonte: NIDA, 2024.

Ao alcançarmos o resultado satisfatório para as gestoras do CRESOL que estiveram conosco durante todo processo, organizamos uma apresentação oficial para a marca e articulamos a presença de órgãos públicos de governo, empreendimentos da economia solidária e a sociedade civil, neste momento as redes sociais do CRESOL já estavam em mãos apenas da secretária e considerando toda a resistência apontada acima, seja por rede social, seja presencialmente, o diálogo entre essas instâncias estava ainda mais fragilizado e quase impraticável. Se fazia difícil unir os empreendimentos e o governo inflexível para relatar demandas e abrir debates, contudo uma identidade visual era uma necessidade antiga de interesse geral, o que permitia que todos se fizessem presentes.

Dentro deste cenário, a apresentação de marca deixou de ser um momento de revelação e se tornou uma ferramenta para que os empreendimentos do CRESOL sejam ouvidos e tenham suas aspirações colocadas em pauta, ou seja, uma assembleia de reivindicações. O CRESOL, neste momento, se responsabilizou pela manifestação dessas reivindicações, obtendo um papel social através de atuação cidadã (Magro Junior; Moura; Guimarães, 2020), a partir desse dispositivo de conversação, a própria marca. As representantes dos empreendimentos solidários puderam reivindicar soluções para as suas demandas diretamente para o secretário e sua equipe. Assim, pensamos na marca como uma ferramenta de conversação, pois além de representar o CRESOL

por meio de seus conceitos e estrutura simbólica, sua apresentação viabilizou a mediação de reivindicações de demandas políticas entre empreendimentos e instâncias do governo que não estavam se encontrando no diálogo.

6. 1 Apresentação da Identidade Visual

A nova identidade visual utilizou dos valores e princípios apresentados na figura 7, identificados e levantados junto às pessoas para estimular a discussão e abrir o debate sobre o futuro do CRESOL. A apresentação da marca aconteceu no dia 15 de maio de 2024, na sede do CRESOL, o encontro reuniu representantes da SETRES, incluindo o secretário e a subsecretária, empreendimentos de diversos lugares do estado, representados por mulheres, gestores e sociedade civil, um grupo diversificado com muito a discutir, considerando as situação de incerteza quanto ao destino do centro de referência.

Figura 11 - Apresentação da Marca



Fonte: NIDA, 2024.

A apresentação da identidade visual ocorreu de forma ponderada, durante a apresentação conseguimos perceber olhares de aprovação e concordância para com os conceitos que decidimos representar o CRESOL e para o resultado final, após a exibição da ferramenta abrimos espaço para discussão, com intuito de todos os presentes conseguirem expor suas opiniões e debater para além da marca simbólica. Abrimos o espaço para que os presentes pudessem reivindicar mudanças e reportar suas dores quanto a situação atual.

Durante o processo, as mulheres presentes puderam expressar suas opiniões sobre o presente e o futuro da instituição a partir da marca que representa esse momento e esses valores, no decorrer da discussão outros debates foram se abrindo sobre as circunstâncias presentes, as soluções que desejavam, dificuldades que enfrentavam, como esses percalços influenciam em suas vidas, além de outras colocações voltadas para outros pontos negativos no estado que passa por um processo de desmonte artístico, tudo a partir do logotipo como fomentador.

Enquanto falavam sobre os pontos positivos e negativos da marca ou expressavam a necessidade de determinada peça gráfica, se voltavam à construção da instituição, as dúvidas em

relação ao futuro, do senso de pertencimento, o enfrentamento, a união e seus medos. Para exemplificar esse cenário podemos citar um exemplo, uma das mulheres ali presentes demonstrou o desejo da criação de um banner com essa identidade visual contando o que é o CRESOL, dessa fala ela esmiuçou todas as suas convicções sobre a necessidade de ser vista e lembrada e o futuro da Economia Solidária.

“...Se você pudesse colocar a nossa marca em um Outdoor, ter banner para que a gente leve a nossa marca... tem que levar nossas informações, somos CRESOL, a muito tempo estou nessa luta, eu sou CRESOL, eu sou a Economia Solidária. Então as mulheres que estão na associação das rendeiras, 56 guerreiras que lutam para que a pressão acabe, que a gente leve essa bandeira, porque o artesão tem que está unido. (Artesã do CRESOL)”

Vale destacar uma das presentes, uma artesã que está inserida na Economia Solidária desde o seu início, e enfatizou a importância das mulheres que vieram antes, as raízes ancestrais que devem sempre ser representadas, a importância da memória para resistir e lembrar as lutas que precederam, destacando que o CRESOL é antes de tudo um centro de Economia Solidária que confronta diretamente o fazer capitalista que se baseia no lucro e exploração, lembrando a todos a missão com esse outro fazer. Em dado momento ela enfatiza a necessidade de permanecer no local atual e chama todas que ali estavam para continuar as manifestações contra a tomada da Casa do Maranhão. Desfrutou também da oportunidade para recordar que esse desmonte é mais uma peça para o desmantelamento da cultura do estado, que passa por um processo de higienização para benefício financeiro da iniciativa privada.

Ainda neste encontro, manifestaram sua indignação com a expropriação da casa do Maranhão por variados motivos, como, o tempo no espaço e a construção de relação entre elas e o território, ou seja, a consideração desse lugar como morada para comercialização, encontros e formações, a instabilidade que essas trocas ocasionais causam no enfraquecimento da economia solidária e conseqüentemente na diminuição do público e do faturamento, a não consideração delas nas decisões tomadas ou na escolha de sede, o desprestígio do governo que nem as ouviu após as deliberações, a necessidade de estabilidade futura para continuar, o desleixo para com requerimentos rotineiros que precisam ser executados para o funcionamento geral.

“Não é pensando nos queremos um lugar melhor. O lugar melhor é esse aqui, esse lugar que nós nos encontramos. Quem construiu, quem participou da reforma, da decoração do ambiente, sabe o que eu estou falando... Foram vivências de emoções e espiritualidade que tivemos aqui dentro, muito forte. (Artesã do CRESOL)”

Por ter sido um momento propício para reivindicações e conversas de ambas as partes, o secretário e sua equipe tiveram momentos de fala e tentativa de resposta às questões levantadas. Em resposta aos questionamentos uma das falas foi a seguinte:

“Desse momento, dessa invisibilidade, a marca vai nos permitir o gancho para a visibilidade, é isso que vamos perseguir... Nessa progressão que se deseja de expectativa de um espaço, eu estou brigando com o governo para ser um espaço definitivo para a gente sair dessa variação de vento, cada governo que chega pensa de um jeito. Está demorando um pouco com o governo pois não estou satisfeito apenas com o termo de cessão de um espaço transitório. Eu quero um espaço permanente. (Representante do Governo)”

De maneira geral as respostas para os questionamentos foram vagas, por vezes retirando suas responsabilidades sobre os assuntos, exprimindo que nada poderiam fazer para solucionar algumas das reivindicações ou alternando para as transações positivas que foram realizadas e as que futuramente virão a acontecer.

7 Considerações Finais

O artigo demonstra a aplicação do Design e Ativismo, como um provedor de novos sentidos, se desassociando das formas convencionais de fazer design. O ato de projetar ganha novos sentidos estimulando novas perspectivas e inovações sociais (Manzini, 2017) por meio do uso de recursos habitualmente mercadológicos para co-criar ferramentas de conversação. Neste contexto de desapropriação e desestruturação do CRESOL, instituição crucial para a Economia Solidária no Maranhão, e conseqüentemente para impulsionar a geração de renda dos empreendimentos que o integram, o design aqui dirige-se a formas de atuações políticas para denunciar essas ações controversas e injustas dos órgãos governamentais a fim de promover mudanças neste cenário.

Deste modo, para construirmos a nova identidade visual para a instituição, contamos com os conceitos do design participativo para criar uma marca que representasse todos que a utilizam e levantam a bandeira da Economia Solidária. Esta construção visual funcionou como um dispositivo de conversação, diluindo as relações de poder, ao incitar os presentes a debater sobre as arbitrariedades que os grupos sociais envolvidos na instituição vem sofrendo em prol do turismo predatório e especulação imobiliária. Esse momento mostrou-se de bastante pertinência para nós, uma vez que os grupos que se encontravam ali puderam falar abertamente sobre suas reivindicações com instâncias governamentais que podem atenuar as violências sofridas.

Desta forma, as fases demonstradas neste artigo resultam na edificação das discussões acerca das problemáticas situadas aqui. Porém como percebido as respostas foram lacônicas e do momento que se escreve os grupos ainda lutam por suas demandas, principalmente por uma resposta definitiva acerca da sua sede. Assim, a continuação da atuação dos designers como agentes políticos continuam, e novas ferramentas surgem dessas intervenções que resultaram em estudos ainda mais aprofundados sobre as questões que permeiam.

8 Referências Bibliográficas

ANASTASSAKIS, Zoy; SZANIECKI, Barbara. Conversation Dispositifs: Towards a Transdisciplinary Design Anthropological Approach. In: **Design Anthropological Futures**. Edited by: Rachel Charlotte Smith, Kasper Tang Vangkilde, Mette Gislev Kjærsgaard, Ton Otto, Joachim Halse and Thomas Binder. London: BLOOMSBURY. 2016.

ANASTASSAKIS, Zoy. **Refazendo tudo**: confabulações em meio aos cupins na universidade. Rio de Janeiro: Zazie, 2020.

AUGÉ, Marc. **Não Lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Papirus, 1994.

BERMAN, David B. **Do good design**: how design can change the world. Berkeley: New Riders, 2009.

BINDER et al. **Design Things**: Design Thinking, Design Theory. MIT Press, 2011.

BRAGA, Marcos da Costa et al (Org). **O papel social do design gráfico**: história, conceitos e atuação profissional. São Paulo: Senac, 2011.

BRUSCHINI, M. C. A. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. **Cadernos de Pesquisa**, São

Paulo, v. 37, n. 132, p. 537–572, 2013.

EHN, Pelle. Participation in Design Things. in: **Conference: Proceedings of the Tenth Conference on Participatory Design**, PDC 2008, Bloomington, Indiana, USA, October 1-4, 2008.

FOUCAULT, Michel. **Ética, Sexualidade, Política / Michel Foucault**; Organização e seleção de textos Manoel Barros da Motta; Tradução Elisa Monteiro, Inês Autran Dourado Barbosa - Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

FOUCAULT, Michel. **Dits et Écrits**. Paris: Gallimard, 1994.

FUAD-LUKE, Alastair. **Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World**. Londres: Earthscan. 2009.

FRASCARA, Jorge. **O papel social do design gráfico**. Design e Interiores, São Paulo, n.17, p. 125-128, dezembro de 1989.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed., São Paulo, Editora Atlas, 2008.

HERNÁNDEZ, Delmy Tania; JIMÉNEZ Manuel Bayón. **Corpos, Territórios e Feminismos**: compilação latino-americana de teorias, metodologias e práticas políticas. São Paulo: Elefante, 2023.

HEFFEL, Carla; SILVA, Vinicius; LODERO, Josirene. A Construção da Autonomia Feminina: O empoderamento pelo capital social. In: **XII Colóquio Nacional Representações de Gênero e Sexualidades**, Campina Grande. Anais de Evento. Campina Grande: 2016.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. São Luís. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/346/>. Acesso em: 04 jun. 2024.

IZIDIO, Luiz Lagares; RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição. **Design em tempos de insurgências**. Colóquio Internacional de Design. 2020

JORDAN, Tim. **Activism!**. London: Reaktion Books, 2002.

JULIER, Guy. **From Design Culture to Design Activism**. In: Design and Culture, Vol. 5, n.2, p. 215-236, 2013.

MAGRO JUNIOR, José Carlos. **Ativismo em Design**: a dimensão política e social na contemporaneidade. 2022. 220 f. Dissertação (Mestrado em Desenho do Produto) - Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2022.

MAGRO JUNIOR, José Carlos; MOURA, Mônica Cristina de; GUIMARÃES, Márcio James Soares; Design ativismo como prática cidadã contemporânea, p. 465-477 . In: **Anais do Colóquio Internacional de Design**, 2020. São Paulo: Blucher, 2020.

MANZINI, Ezio. **Design**: quando todos fazem design - uma introdução ao design para a inovação social. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2017.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **Product-Service Systems and Sustainability**. Opportunities for sustainable solutions. Milano: Interdepartmental Research Centre Innovation for the Environmental Sustainability. 2002.

MARANHÃO. Decreto Nº 34230, de 18 de junho de 2018. Institui o Centro Estadual de Referência em Economia Solidária do Maranhão - CRESOL/MA e dá outras providências. São Luís, Ma: **Palácio do Governo do Estado do Maranhão**, 2018.

MARANHÃO. Lei nº 8.524, de 30 de novembro de 2006. Dispõe sobre a criação da Política Estadual de Fomento à Economia Solidária, e dá outras providências. São Luís, MA: **Assembleia Legislativa**

do Estado do Maranhão, 2006.

MONTEIRO, Lorena; GONÇALVES, Sandra de Lourdes. **Os empreendedores políticos da economia solidária no Brasil: As ideias de Singer, Gaiger e Arruda.** Interseções: Revista de Estudos Interdisciplinares, [S. l.], v. 22, n. 1, 2020.

NORONHA, RG; FARIAS, LGD; PORTELA, RL **Design, artesanato e participação: reflexões para a autonomia produtiva das mulheres no Maranhão.** Revista DAT , [S. l.] , v. 4, pág. 124–143, 2022.

PAPANEK, Victor. **Design for the Real World: Human Ecology and Social Change.** New York, Pantheon Books, 1971. 60p.

PORTINARI, Denise; NOGUEIRA, Pedro. **Por um design político.** Estudos em Design, v. 24, p. 32-46, 2016.

PRADO, Gheysa. **Design ativismo ou design ativista?.** Estudos em Design, v. 29. n° 3 (2021), p. 52-65, 2021).

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013.

SINGER, Paul. **A recente ressurreição da economia solidária no Brasil.** In: SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.) Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SZANIECKI; BIZ; ANASTASSAKIS (org). **Imaginação, participação e correspondência: Experiências do Laboratório de Design e Antropologia.** Rio de Janeiro: PPDES DI, 2023.

SERPA, Bibiana Oliveira. **Por uma politização do design: caminhos entre o feminismo e a educação popular.** 2022. 223 f. Tese (Doutorado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

SOUSA et al. A economia solidária e a experiência de gestão compartilhada do CRESOL no maranhão. **In: XI Jornada Internacional de Políticas Públicas,** São Luís, 19 a 22 set. 2023. Anais da XI Jornada da Internacional de Políticas Públicas. São Luís, 2023.

THORPE, Anne. **Defining Design as Activism.** Artigo submetido ao Journal of Architectural Education, 2011.