

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CENTRO DAS ARTES E ARQUITETURA
BACHARELADO EM DESIGN**

CRISTHIAN YAN MONTENEGRO GULARTE

CRIANÇADA: DESIGN PARTICIPATIVO PARA DESENVOLVIMENTO INFANTIL

**CAXIAS DO SUL
2023**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CENTRO DAS ARTES E ARQUITETURA
BACHARELADO EM DESIGN**

CRISTHIAN YAN MONTENEGRO GULARTE

CRIANÇADA: DESIGN PARTICIPATIVO PARA DESENVOLVIMENTO INFANTIL

Monografia apresentada como requisito para a aprovação da disciplina de Trabalho de conclusão de curso do curso de Design, do Centro de Artes e Arquitetura, Universidade de Caxias do Sul, para obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientador: Me. Douglas Pastori Onzi

CAXIAS DO SUL

2023

CRISTHIAN YAN MONTENEGRO GULARTE

CRIANÇA: DESIGN PARTICIPATIVO PARA DESENVOLVIMENTO INFANTIL

Monografia apresentada como requisito para a aprovação da disciplina de Trabalho de conclusão de curso do curso de Design, do Centro de Artes e Arquitetura, Universidade de Caxias do Sul, para obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientadora: Me. Douglas Pastori Onzi

Aprovado(a) em ____/____/____

Banca Examinadora

Prof. Dr. Gabriel Bergmann
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Mateus Zanatta
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Ma. Aline Valéria Fagundes da Silva
Universidade de Caxias do Sul

RESUMO

Este projeto se debruça no design social e participativo com o objetivo de impactar direta e indiretamente no desenvolvimento infantil de crianças que se encontram à margem da sociedade. Por meio de parceria com o programa Primeira Infância Melhor, conseguimos adentrar nesses espaços e de forma participativa conseguimos levar soluções efetivas e viáveis para demandas que coletivamente foram levantadas, impactando positivamente não só no nosso objetivo inicial, mas também na vida de trabalhadores e estudantes.

Palavras-chave: Marxismo, design social, design participativo.

ABSTRACT

This project focuses on social and participatory design with the aim of directly and indirectly impacting the child development of children who reach the margins of society. Through a partnership with the Primeira Infância Melhor program, we were able to enter these spaces and in a participatory way we were able to bring effective and viable solutions to demands that were collectively raised, positively impacting not only our initial objective, but also the lives of workers and students.

Keywords: Marxism, social design, participatory design.

Seria uma atitude ingênua esperar que as classes dominantes desenvolvessem uma forma de educação que proporcionasse às classes dominadas perceberem as injustiças sociais de maneira crítica.

Paulo Freire, 1975.

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	9
1.2 OBJETIVO GERAL	9
1.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
2 JUSTIFICATIVA	9
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
3.1 DESIGN SOCIAL	10
3.2 DESIGN & CUIDADO	15
3.3 FETICHISMO DA MERCADORIA	17
3.4 DESIGN PARTICIPATIVO TEÓRICO-METODOLÓGICO	18
4 EXPLORAR	20
4.1 PRIMEIRA INFÂNCIA MELHOR	21
4.1.1 ENTREVISTA COM GESTORES DO PROGRAMA	22
4.1.2 CONVERSA COM VISITADORES	23
4.1.3 ATENDIMENTO ONLINE	24
5. DESCOBRIR	26
5.1 RODA DE CONVERSA	26
5.2 BRIEFING	29
5.2.1 O QUE FAZER?	29
5.2.2 PORQUE FAZER?	29
6. PROTOTIPAÇÃO	29
6.1 PESQUISA VISUAL	30
6.1.1 NAMING	30
6.1.2 IDENTIDADE VISUAL	31
6.1.3 FORMA E COR	31
6.1.4 APLICAÇÕES DA MARCA	33
6.2 DESIGN DE SERVIÇO	34
6.2.1 INTERFACE	36
6.3 DESIGN DE PRODUTO	40
6.3.1 NORMAS E LEGISLAÇÃO	40
6.3.2 MATERIAIS E ACABAMENTOS	41
6.3.3 CAVALINHO CRIANÇADA	41
6.3.4 DETALHAMENTO TÉCNICO	43
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51

1 INTRODUÇÃO

É inevitável não abordarmos pautas sociais, dentre elas a desigualdade social promovida pelo modelo econômico em que vivemos, o capitalismo. A intersecção entre design social e luta de classes é um tópico complexo que explora como o design pode ser utilizado tanto para perpetuar desigualdades quanto para mitigar as disparidades sociais. A luta de classes refere-se ao conflito entre diferentes grupos sociais, especialmente entre a classe trabalhadora e a classe dominante, em relação à distribuição de recursos, poder e oportunidades. Algumas pessoas podem se perguntar “mas o que tem a ver o design com isso?”. Para essa pergunta, podemos aqui citar algumas considerações sobre como o design social se relaciona com a luta de classes, como por exemplo.

O design social pode inadvertidamente reproduzir desigualdades existentes se não levar em conta as estruturas de poder e as disparidades socioeconômicas tanto quanto projetos que não consideram as necessidades específicas das classes economicamente desfavorecidas podem perpetuar a exclusão.

Entretanto, designers sociais podem desempenhar um papel importante na luta de classes ao criar soluções que promovam o acesso e a inclusão. Projetos que buscam eliminar barreiras e proporcionar oportunidades iguais podem ajudar a reduzir as disparidades socioeconômicas. O empoderamento comunitário, tópico importante para compreensão do decorrer deste projeto, pode ser uma ferramenta para empoderar comunidades marginalizadas, dando-lhes voz e agências em processos decisivos. Ao capacitar as comunidades, o design social pode contribuir para uma maior equidade na luta de classes. Designers sociais críticos podem também usar seu trabalho para questionar as estruturas de poder, o que contribui para a disseminação de informação e conscientização dessas minorias perante a luta de classes, podendo envolver a criação de mensagens visuais que desafiam narrativas hegemônicas ou a concepção de espaços que desafiam a segregação socioeconômica.

Um dos pontos mais importantes dentre todos estes já citados é a acessibilidade econômica. Considerar a acessibilidade econômica é fundamental no design social. Isso envolve a criação de produtos, serviços e ambientes que sejam financeiramente acessíveis para pessoas de diferentes classes econômicas,

garantindo que não haja exclusão com base nos recursos disponíveis. Por fim, projetos de design social podem e devem ser veículos para conscientização e mobilização social. Ao abordar questões relacionadas à luta de classes, eles podem despertar a consciência pública e motivar ações para promover uma sociedade mais justa e igualitária ao promover a colaboração e a solidariedade entre diferentes grupos sociais contribuindo para uma maior coesão social, sempre lembrando da ética na prática do design.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Como o design social pode contribuir no desenvolvimento infantil a partir de iniciativas públicas?.

1.2 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um projeto que contemple a linha de atuação do programa Primeira Infância Melhor no município de Caxias do Sul, gerando assim, melhores condições para a execução dos seus atendimentos e conseqüentemente impactando positivamente o desenvolvimento das crianças atendidas pelo programa.

1.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender como o programa atua no município e o contexto sociocultural das comunidades atendidas.
- Assimilar as demandas já existentes no programa e buscar maneiras de inserir o design de forma efetiva na solução de tais problemas.
- Impactar positivamente nas condições de trabalho dos visitantes.
- Fortalecer o programa com melhorias pontuais e efetivas, qualificando o atendimento.

2 JUSTIFICATIVA

O avanço do capitalismo tem sido um fenômeno complexo e multifacetado, com impactos significativos na estrutura social e econômica das sociedades ao redor do mundo. Apesar de complexo, é muito claro que à medida que ele avança, a

desigualdade social aumenta, pois o capitalismo só se sustenta produzindo desigualdade para ter quem explorar. Uma de suas políticas que avançam cada vez mais pela ala liberal é o desmanche dos serviços públicos, em alguns casos, o avanço do capitalismo pode levar à privatização de serviços públicos essenciais, como saúde e educação. Isso pode criar disparidades significativas no acesso a esses serviços, já que os indivíduos com mais recursos podem pagar por serviços de melhor qualidade, enquanto outros dependem de serviços públicos mais precários. Basta uma rápida pesquisa para nos depararmos com diversos casos de falta de vagas em escolas públicas, evasão escolar e distorção de séries. Em dados levantados em 2023 pelo Metrôpoles, 178 mil crianças não estão matriculadas na pré-escola devido à falta de acesso. Segundo o jornal, as razões agrupadas como “dificuldade de acesso” pelos pais incluem a falta de escola/creche na região ou muito distantes; falta de vagas e crianças não aceitas na escola/creche por causa da idade. Este motivo reúne 42% das crianças da faixa etária (4 e 5 anos) que não frequentam o ambiente escolar, o que equivale a 178 mil pessoas. Em pesquisa feita pela Fundação Roberto Marinho em 2021, o Brasil teve um aumento de 171,1% de crianças e jovens entre 6 a 14 anos fora da escola em relação a 2019. Diante desses dados, justificamos a importância de combatermos ideias neoliberais que favorecem apenas a classe burguesa e lutamos cada vez mais por um serviço público forte e de qualidade, assim como o Primeira Infância Melhor, que procuramos fortalecer com a execução deste projeto. Programa este que está na linha de frente contra a desigualdade social, levando acessos básicos como saúde e educação a bairros periféricos de Caxias do Sul.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 DESIGN SOCIAL

Em um contexto histórico, o período de 1960 fora marcado por um milenarismo invertido segundo o qual os prognósticos, catastróficos ou redencionistas, a respeito do futuro foram submetidos por decretos sobre o fim disto ou daquilo (o fim da ideologia, da arte ou das classes sociais, a “crise” do leninismo, da social democracia, ou do Estado do bem estar). Em conjunto, é possível que tudo isso configure o que se denomina, cada vez mais frequentemente,

pós-modernismo. O argumento em favor da existência apoia-se na hipótese de uma quebra radical, cujas origens remontam ao fim dos anos 50. Essa ruptura que nos traz é muito frequentemente relacionada com o atenuamento ou extinção do centenário do movimento modernista. O expressionismo abstrato em pintura, o existencialismo em filosofia, as formas ultrapassadas da representação do romance, entre outros. Assim, a enumeração do que se sucede se torna, de imediato, empírica, caótica e heterogênea. A pop art e o fotorrealismo, para além deste, o novo expressionismo, momento que na música destacavam-se a síntese dos estilos clássicos e popular que se vê no punk rock e na new wave, o cinema era experimental, mas também surgia um novo tipo de cinema comercial. É bastante lógico que o pós-modernismo na arquitetura adotasse também uma estética populista. Por mais que se queira reavaliar essa retórica populista, ela teve o mérito de dirigir nossa atenção para uma característica fundamental de todos os pós-modernismos, o apagamento da antiga fronteira entre a alta cultura e assim chamada cultura de massas, e o aparecimento de novos tipos de textos impregnados de formas, categorias e conteúdos da mesma indústria cultural que tinham sido criticadas ferrenhamente por todos os ideólogos do modernismo.

Essa ruptura não deve ser tomada como uma questão unicamente cultural, de fato, as teorias do pós-moderno tem uma grande semelhança com todas aquelas generalizações sociológicas mais ambiciosas que, mais ou menos na mesma época, nos trazem as novidades a respeito da chegada e inauguração de um tipo de sociedade totalmente nova, chamada de “sociedade pós-industrial”, sociedade de consumo, sociedade das mídias, sociedade da informação, big-tech e similares. Essas teorias têm a missão ideológica de demonstrar para seu próprio alívio, que a nova formação social em questão não obedece mais às leis do capitalismo clássico, mas sim o primado da produção industrial e onipresença da luta de classes. A tradição marxista tem devido a isso resistido a essas formulações. O capitalismo tardio, conforme o economista Ernest Mandel, propõe não apenas fazer uma anatomia da originalidade histórica dessa nova sociedade, mas também demonstrar que se trata de nada mais do que um estágio do capitalismo mais puro do que qualquer dos momentos anteriores. Em *Design and Crime* nos é trazida uma analogia da qual nos auxilia a compreender onde o design entra nessa temática.

mais fizemos além de mostrar que existe uma distinção entre uma urna funerária e um penico, e que é acima de tudo essa distinção que fornece uma margem de manobra à cultura. Os outros, os positivos (aqueles que não fazem a distinção), estão divididos entre aqueles que usam a urna como um penico e aqueles que usam o penico como uma urna.

Partindo dessa analogia os designers art nouveau são os que utilizam os a urna como penico que difundem a arte ao objeto utilitário, ao contrário dos modernistas que querem elevar o objeto utilitário a arte. Essa velha analogia ganha novos significados nos dias atuais, quando o estético e o utilitário não estão somente unidos, como estão completamente submetidos ao comercial. Não há tanta resistência no design contemporâneo, ele se esbalda das tecnologias pós-industriais sacrificando notavelmente a semi autonomia da arquitetura e da arte às manipulações do design. O domínio do designer é ainda mais extenso, alcançando empreendimentos muito diferentes e conseguindo adentrar em diversos grupos sociais, pois hoje não precisa ser extremamente rico para ser projetado, qualquer produto ou negócio em questão, seja sua casa, seu empreendimento, sua estética, tudo vira design de alguma coisa. O design favorece um ciclo de produção e consumo quase perfeito, sem muita “margem de manobra” para qualquer coisa. De uma perspectiva da primeira Revolução Industrial, podemos afirmar que a mesma preparou o campo da economia política de uma teoria racional da produção material, conforme afirma Jean Baudrillard há muito tempo, então a segunda Revolução Industrial, conforme idealizada pela Bauhaus, compreendeu-se que esse sistema de valor de troca para todo campo de signos, formas e objetos em nome do design. Ainda de acordo com o Baudrillard, a Bauhaus significou um salto qualitativo de uma economia política do produto para uma “economia política do signo”, em que as estruturas da mercadoria e do signo se adaptassem uma a outra, de modo que as duas circulassem como uma só coisa, como imagem-produto com “valor de troca de signo”, como acontece hoje em dia. Esse velho projeto de unificação da arte e vida, embalado de maneiras diferentes pelo movimento do Art Nouveau, pela Bauhaus, e diversos outros movimentos, foi realizado, mas de acordo com os princípios espetaculares da indústria cultural, e não das libertadoras da vanguarda. Uma forma primordial dessa conciliação nos nossos dias atuais é o design.

Portanto o design amplamente não é nada novo, sofreu adaptações pela Bauhaus, e se espalhou por meio de cópias institucionais e grandes liquidações desde então, mas parece ter sido alcançado no nosso presente capitalismo. Algumas razões para isso não são muito difíceis de encontrar, basta olhar para a produção em massa, ver a mercadoria como sua ideologia e o Ford T como sua publicidade, seu principal atrativo era a mesmice abundante. Em pouco tempo essa estratégia não funcionava mais, o consumidor tinha que ser atraído e o feedback tinha que ser incluído na produção, com o crescimento da competição, seduções especiais tinham que ser desenvolvidas, e a embalagem começa a tornar-se quase tão importante quanto o próprio produto.

Com a “especialização flexível” da produção pós-fordista, mercadorias podem ser continuamente modificadas e os mercados podem ser constantemente divididos em nichos, de modo que um produto pode ser de massa na quantidade e ainda assim parecer personalizado. Hoje o desejo transcende o inscrito nos produtos, está particularizado neles. Esse infinito traçar de perfis da mercadoria, do pequeno-eu, é um dos fatores que estimulam a inflação do design. O mesmo também é inflacionado pelo quanto a embalagem quase substitui o produto. O aumento da centralidade das indústrias de mídias para economia, esse fator óbvio, pode obscurecer um desenvolvimento mais fundamental, a “mídiatização”, mais que a “cultura do marketing”, um reequipamento da economia feito em torno do desenvolvimento tecnológico, deixando o produto de lado, excluído a ideia de um objeto a ser produzido e trazendo a tona um dado a ser manipulado. A reconstituição do espaço à imagem da mercadoria é a narrativa principal da modernidade capitalista. Nos dias atuais atinge um ponto em que não só mercadorias e signos aparecem unificados, mas frequentemente mercadorias e espaços também, em shoppings virtuais e até mesmo reais, ambos estão fundidos pelo design.

Por fim, o design contemporâneo cumpre o papel do que Hal Foster afirma dizer que é uma grande vingança do capitalismo contra o pós-modernismo. Apontando assim que a autonomia e até mesmo a semi autonomia pode ser uma ilusão, ou uma ficção, mas em certos períodos, útil e necessária, como foi pra Loos, Kraus e outros há cem anos. Em dados períodos, essa ficção pode tornar-se repressiva como foi há trinta anos quando o pós-modernismo começou a ser apresentado como uma saída para o modernismo ultrapassado e velho, mas

obviamente essa realidade não é mais a nossa. Talvez estejamos chegando na hora de encontrarmos o sentido da situabilidade política tanto da autonomia quanto da transgressão, o sentido da dialética histórica da disciplinaridade e da sua contestação.

Contudo, podemos então afirmar de uma maneira simplificada que design social consiste em desenvolver produtos que supram as necessidades reais de pessoas menos favorecidas, econômica, social e culturalmente. O design para a sociedade implica em atuar em áreas onde não há atuação do designer, nem interesse da indústria com soluções que de fato resultem na melhoria da qualidade de vida, renda e inclusão social. Vale ressaltar ainda que o design social também deve se apresentar como socialmente benéfico e economicamente realizável, o que por sua vez exige do designer um desempenho pluridisciplinar de aplicação de metodologia de desenvolvimento que permitam minimizar os problemas sociais, além de um maior conhecimentos em áreas como sociologia, psicologia, política pública e antropologia.

Para ilustrar esta relação traremos a relação da autonomia do domínio social e cultural abordado por Arturo Escobar, que cita como exemplo desta relação o movimento zapatista, desde o levante zapatista a luta por autonomia tem se fortalecido na América Latina, principalmente entre os povos indígenas, mas também entre grupos rurais e urbanos. Na Argentina gritavam os desamparados aos políticos e as elites argentinas após a crise econômica de 2001: "que partam todos! que não fique nenhum!". Desde então ouvimos diversos gritos de protestos por autonomia, não somente uma crítica à democracia burguesa e aos governos dentro de um regime de Estado, mas uma forma de construir uma forma totalmente diferente de governo baseada na vida do povo, uma luta por libertação além do capitalismo e por uma nova sociedade, em harmonia com outros povos e culturas.

Segundo Gustavo Esteva, crítico mexicano de desenvolvimento tem proporcionado uma distinção útil da perspectiva da longa e determinada resistência para o desenvolvimento, a modernidade e a globalização das comunidades indígenas e camponesas do México. Distinguindo em três situações quanto às regras que regulam a vida social de uma comunidade. A *ontonomia*, tratando das regras estabelecidas culturalmente, sendo endógenas e específicas de cada comunidade e se modificando historicamente através de processos coletivos. A heteronomia, quando as regras são estabelecidas por outros, considerando

universais, impessoais, padronizadas e se modificando através de deliberações e negociação política. Por fim, a autonomia que já fora citado algumas vezes neste capítulo, a autonomia refere-se à criação de condições das quais permitiriam a mudança das regras desde dentro ou a capacidade de mudar as tradições tradicionalmente. Podendo implicar a defesa de algumas práticas, a transformação de outras e a verdadeira invenção de novas práticas.

“La tierra manda, el pueblo ordena, y el gobierno obedece construyendo autonomía” (CONSIGNA ZAPATISTA).

Partindo desse ponto de vista a autonomia, diferente do contexto marxista que abordamos anteriormente, descreve situações em que as comunidades de relacionam entre si mediante acoplamento estrutural com a conservação da auto-poiesis da comunidade. Tende a ocorrer em comunidades que seguem tendo uma base relacional localizada para sua existência, como as comunidades indígenas e camponesas, mas também pode se aplicar a diversas comunidades a nível mundial, incluindo as que lutam nas cidades para organizar projetos de vida alternativos. Esta caracterização da autonomia parte de uma resposta à conjuntura atual mundial, onde a globalização e o neoliberalismo adota uma política de destruição dessas comunidades.

Quando abordamos sobre globalização e neoliberalismo é inevitável não falarmos sobre cultura e capitalismo tardio, termo esse utilizado para descrever uma fase do desenvolvimento do capitalismo popularizado em 1930 pelo filósofo e sociólogo Max Horkheimer, que fez parte da escola de Frankfurt. O capitalismo tardio refere-se a fase do capitalismo que segue a industrialização e a consolidação dos mercados capitalistas, caracterizado por uma série de mudanças econômicas, sociais e culturais.

3.2 DESIGN & CUIDADO

Notável como muitas coisas mudaram em uma década, dentre essas mudanças podemos observar a forma como entendemos e principalmente articulamos o design. Julgamos como responsável por estas mudanças no design a evolução de novos contextos para a prática do design, como design de serviços e

inovação social, possibilitando juntos as tecnologias o avanço rápido das tecnologias digitais que nos facilitam a vida cotidiana. Juntamente com estes avanços coube a necessidade de repensar nossa compreensão de design, materiais e contextos.

Com o avanço do design centrado no humano, cada vez mais pessoas e comunidades têm se tornado o centro das práticas do design, podendo notar uma transformação na forma como os designers se relacionam com as pessoas para quem projetam, levando em consideração que as pessoas já foram compreendidas através de classificações demográficas, agora há um reconhecimento que são pessoas reais, com todas suas diferenças e complexidades que cada pessoa carrega consigo. Esse reconhecimento exige que repensemos nossas abordagens de design, dos nossos métodos aos resultados e transformemos em métodos mais humanizados. Podemos ainda afirmar que o design careceria seria uma prática fundamentada na relação entre o designer e os contextos proximais de sua atuação.

O cuidado tem algumas características, ele é cultural, temporal e contém gênero, portanto é importante sempre reiterar, o cuidado é uma construção social e a maneira como nos relacionamos com ele pode ser pessoal ou institucional.

“Cuidar” também é uma capacidade social e uma atividade que envolve o cuidado de tudo o que é necessário para o bem-estar e o florescimento da vida. Acima de tudo, colocar o cuidado no centro das atenções significa reconhecer e abraçar nossas interdependências.”. (The Care Collective, The Care Manifesto: A política da interdependência)

Partindo deste ponto de vista podemos afirmar que há práticas, culturas e contextos de cuidados que dialogam com o contexto dinâmico e relacional do cuidado, com a proximidade que o cuidador tem com o sujeito qual recebe o cuidado, dialogam também com a motivação do cuidado e os níveis de livre escolhas e outros estímulos que sustentem o cuidado e claro, a sensação de frustração ou facilidade que o cuidador sente em relação às expectativas de quem está sendo cuidado. Posto que podemos usar do cuidado cotidianamente como uma maneira de criar uma conexão emocional com uma pessoa, lugar ou coisa, são as nossas ações que são a verdadeira articulação do cuidado na prática. Praticar o cuidado é um ato complexo, mas carregado de valores, o desenvolvimento de normas de cuidado leva tempo e deve ser compreendido não apenas através da

relação entre o cuidado e o do cuidador, mas também através de maiores contatos e expectativas socioculturais. Portanto, é possível pensar que uma disposição empática mais qualquer ação baseada em boas intenções será uma base adequada para uma prática de cuidado. Mas isto não é o suficiente. Qualquer ação ultrapassada executada com boas intenções não servirá. A realização de uma prática de cuidados também deve ser baseada em habilidades, conhecimentos e capacidade para alcançar o resultado desejado dos cuidados. Partindo desse pressuposto podemos especular que uma prática do cuidado seria baseada na conexão com o sujeito do cuidado, ou seja, criando vínculos e empatia, na expectativa de que as ações de cuidado terão impacto ou significado para quem recebe o cuidado e a capacidade para realizar as ações de cuidado de maneira hábil e útil.

Para sintetizar, devemos reiterar que o cuidado não contém uma receita, não é um processo a ser desenvolvido ou um método a ser seguido. O cuidado não é uma palavra que pode ser vista como a próxima salvação do design na busca dos sonhos e ideais capitalistas, como fora feito com a descolonização, ao contrário devemos encarar o cuidado como uma experiência única, incorporada a um processo e uma jornada contínua que deve ser periodicamente revista e repensada conforme as necessidades das nossas comunidades que estão em constantes mudanças.

3.3 FETICHISMO DA MERCADORIA

O fetichismo da mercadoria é um conceito desenvolvido por Karl Marx em *O Capital*. Esse conceito descreve a tendência das pessoas a atribuir valor não apenas às características próprias de um produto ou serviço, mas também a um notório mistério e poder que parece envolver a mercadoria no contexto da sociedade capitalista. No cerne do conceito de fetichismo da mercadoria está a ideia de que, em uma economia de mercado, as relações sociais entre as pessoas são mediadas pelas relações entre as mercadorias. Isso leva as pessoas a verem as mercadorias como entidades quase mágicas, que têm valor em si mesmas, independentemente do trabalho humano que foi investido na sua produção, ou seja,

em vez de ver as mercadorias como produtos do trabalho humano, as pessoas tendem a ver o valor como algo inerente a elas.

Esse fetichismo da mercadoria pode criar uma alienação nas relações sociais, pois as pessoas passam a se relacionar não diretamente umas com as outras, mas sim por meio das mercadorias. Além disso, pode levar a uma forma de consumo excessivo e insaciável, uma vez que as mercadorias são vistas como tendo um valor intrínseco que vai além de suas necessidades reais.

Marx argumentou que o fetichismo da mercadoria é uma característica fundamental do sistema capitalista e serve para perpetuar a exploração do trabalho, uma vez que obscurece as relações de produção e o verdadeiro valor do trabalho humano. Em uma breve síntese, o fetichismo da mercadoria é um conceito marxista que descreve a tendência das pessoas em sociedades capitalistas de atribuir valor místico e intrínseco às mercadorias, em vez de reconhecê-las como produtos do trabalho de exploração humana e mediadores das relações sociais.

3.4 DESIGN PARTICIPATIVO TEÓRICO-METODOLÓGICO

A metodologia escolhida para guiar este projeto é a do design participativo. O design participativo tem sua ascendência nas décadas de 1970 e 1980. “Este trabalho escandinavo inicial, foi motivado por um compromisso marxista de democraticamente, capacitar trabalhadores e promover a democracia no local de trabalho” (SPINUZZI, 2005. p. 32). O modelo para pesquisa do design participativo é ainda o da pesquisa-ação participativa, também chamada de pesquisa participativa comunitária ou pesquisa comunitária entre outros termos; que envolve formar parcerias para pesquisa com não acadêmicos para desenvolver e executar o projeto baseado numa questão, problema, da comunidade ou grupo determinado. Enquanto método, as abordagens de pesquisa, se centradas no problema ou dirigidas pelo problema, requerem maleabilidade pois são abordagens usadas quando há o objetivo de promover mudanças na comunidade, ações e ao mesmo tempo para explorar, descrever ou avaliar. Apesar de ser classificada como pesquisa qualitativa, há alguns casos e práticas da pesquisa participativa que vão além do padrão de pesquisa qualitativa no design, podendo agregar inclusive formas quantitativas, a depender de sua proporção, desde que não afastada dos princípios de colaboração. Determinar o problema ou objetivo por exemplo, deve iniciar com um tópico geral,

identificando stakeholders (rede de relações chave do projeto) e parceiros dentro da comunidade, para que juntos então identifiquem o problema ou objetivo e seja assim conduzida a revisão de literatura, e de forma colaborativa construa-se a reiteração do problema ou objetivo; embora nem todo projeto siga essas fases, elas são peças chave para a formulação de um problema que se desenvolva junto ao projeto de forma contundente. (LEAVY, 2017).

Identificar parceiros na comunidade e stakeholders de relevância para o projeto é uma parte vital para evoluir uma ideia geral em um problema ou objetivo a ser propriamente pesquisado. Stakeholders são as partes que possuem diferentes interesses no seu tópico central. Por exemplo, um projeto sobre hip hop nas escolas, pode incluir e seus stakeholders: alunos, professores, responsáveis dos alunos, familiares, trabalhadores da cultura, administração da escola, jornalistas comunitários, produtores culturais, etc. Assim que o “time” é definido, a questão passa a ser identificar e formular o problema ou objetivo, levando em consideração (i) o valor social do projeto e (ii) as múltiplas necessidades e perspectivas do time (stakeholders e comunidade afim). A pesquisa-ação participativa, é necessariamente norteada pela justiça social, bem como seus pesquisadores a escolhem para poderem abordar desigualdades incluindo pessoas e perspectivas marginalizadas, democratizando a produção e disseminação de conteúdo, algumas questões são importantes como (LEAVY, 2017 p.247):

What is the moral or ethical imperative for basing a project around this problem?

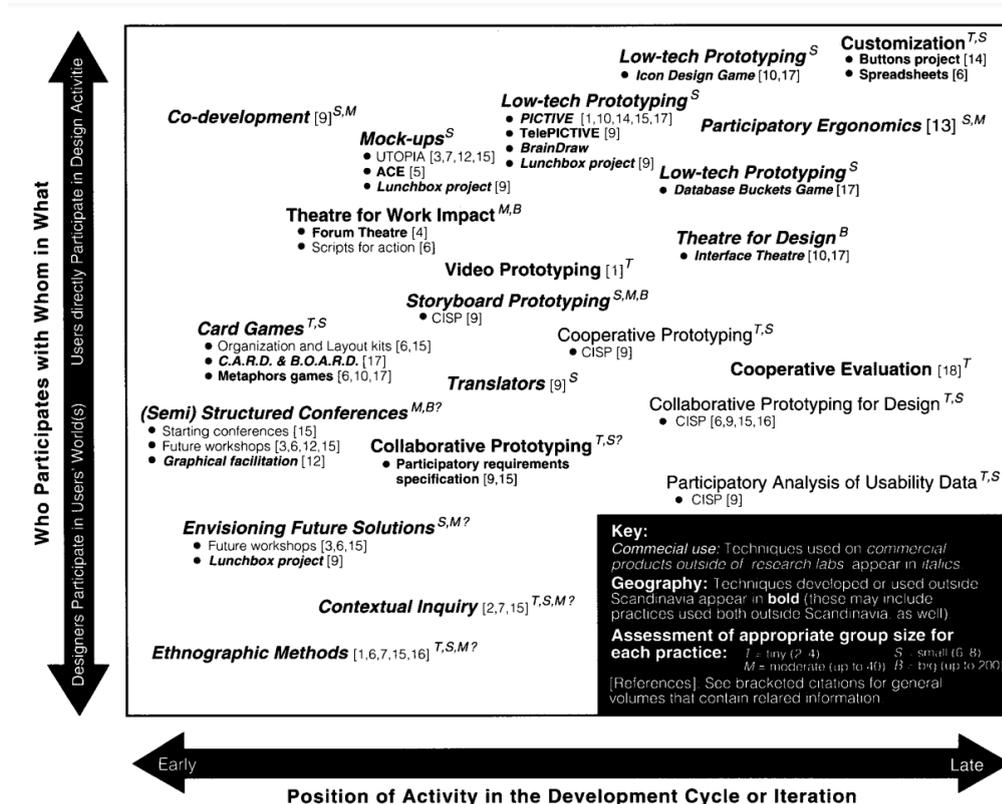
- *What area of inequality or exclusion does the project address?*
- *Whose voices, perspectives, and needs are shaping the project?*
- *What is the social, cultural, or political value of studying this problem?*
- *What are the real-world applications? Whom might these applications benefit?*

De maneira complementar, Spinuzzi sintetiza três estágios básicos para aplicar o design participativo

:

- **Exploração** inicial do trabalho, nesse estágio os desenvolvedores se reúnem com os usuários para uma primeira aproximação e familiarização com seu modo de trabalho. Podem ser realizadas atividades de observação e entrevista.
- **Descoberta** nessa etapa, desenvolvedores e usuários empregam várias técnicas para entender o problema e priorizar as etapas de trabalho. Podem ser realizadas atividades de storyboard, jogos organizacionais, entre outros.
- **Prototipação** nessa fase, desenvolvedores e usuários de forma iterativa criam artefatos de baixa fidelidade a fim de atender os requisitos para solução do problema. Podem ser realizadas diferentes técnicas de prototipação, usando ferramentas digitais ou construções em papel.

FIGURA 1 - Taxonomia do Design Participativo



Fonte: MULLER (1993)

4 EXPLORAR

A exploração segundo Martin e Hanington deve ser uma experiência de imersão para o designer, inspirando momentos de criatividade através da intensa exposição a tudo que é relevante a investigação, utilizando uma variedade de métodos complementares como: observação, contextualização, análise de artefatos, entre diversos outros.

4.1 PRIMEIRA INFÂNCIA MELHOR

O PIM iniciou seus trabalhos no Estado do Rio Grande do Sul oficialmente em 2006 por meio da lei Nº12.544 de julho do mesmo ano, mas vem a ser implementado no município de Caxias do Sul apenas em 2013. O programa tem por finalidade a promoção do desenvolvimento integral da criança, da gestação aos 5 anos de idade, com prioridade no período gestacional e na faixa etária de 0 a 3 anos, assim, complementando a ação da família e da comunidade, abrangendo as áreas dos aspectos físicos, psicológicos, intelectuais e sociais. Sendo por tanto implementados nos municípios com a colaboração dos setores municipais responsáveis pelas áreas da educação, saúde e assistência social e de organizações não-governamentais. Para além do desenvolvimento integral das crianças, o programa também conta com o objetivo de orientar as famílias, a partir de sua cultura e experiências, para que promovam de fato o desenvolvimento dessas crianças.

I - apoiar e fortalecer as competências da família como primeira e mais importante instituição de cuidado e educação da criança nos primeiros anos de vida;

II - promover a articulação entre as políticas correlacionadas desenvolvidas nos municípios e territórios adscritos, fortalecendo as ações da atenção básica em saúde, proteção social básica e educação; (Redação dada pela Lei n.º 14.594/14)

III - ofertar apoio e orientação em relação ao acesso ao sistema de ensino; promover a participação em atividades socioeducativas, culturais e desportivas voltadas às comunidades e famílias; e prestar apoio educacional, complementando as ações da família e da comunidade; (Redação dada pela Lei n.º 14.594/14)

IV - ofertar apoio e orientação em relação ao acesso ao sistema de garantia de direitos e promover, junto às famílias, práticas sociais de caráter coletivo, participativo e solidário, envolvendo instituições, associações e movimentos sociais; (Redação dada pela Lei n.º 14.594/14)

V - ofertar apoio e orientação em relação ao acesso ao sistema de saúde, fortalecendo os saberes familiares sobre os cuidados com a saúde da gestante e da criança; (Incluído pela Lei n.º 14.594/14)

VI - promover ações de divulgação e sensibilização junto à sociedade e o poder público, apoiando estratégias de ampliação dos conhecimentos sobre a primeira infância e de priorização desta etapa da vida nas políticas públicas. (Incluído pela Lei n.º 14.594/14) (LEI Nº 12.544, DE 03 DE JULHO DE 2006).

Coordenado pela Secretaria da Saúde com a colaboração das demais secretarias, o PIM é constituído por monitores que são responsáveis pela supervisão das ações dos visitantes junto às respectivas famílias e pela interlocução entre os visitantes. Os visitantes são responsáveis pelo atendimento domiciliar e comunitário às famílias, públicos dos quais são de extrema importância no desenvolvimento deste projeto.

Os atendimentos contam com uma metodologia que prevê duas modalidades, individual ou em grupo.

I - individual: atendimento destinado às famílias com gestantes e crianças de até 3 (três) anos, realizado em suas moradias, uma vez por semana; e (Redação dada pela Lei n.º 14.594/14)

II - grupal: atendimento destinado às famílias com gestantes e crianças de 3 (três) até 5 (cinco) anos, realizado em espaços comunitários, uma vez por semana. (Redação dada pela Lei n.º 14.594/14). (LEI Nº 12.544, DE 03 DE JULHO DE 2006).

4.1.1 ENTREVISTA COM GESTORES DO PROGRAMA

Em reunião realizada com os representantes dos órgãos públicos responsáveis pela direção do programa levantamos algumas demandas já identificadas e existentes há algum tempo, porém ainda não solucionados. Dentre algumas demandas, foram mencionadas a interação das crianças atendidas com as telas, o que muitas vezes é determinante para que o atendimento ocorra, pois se a criança optar por continuar assistindo televisão ou jogando no celular, o atendimento não ocorre e o visitante é dispensado, foram também levantadas pautas relacionadas aos visitantes, quais no seu dia a dia, são expostos a diversas adversidades, inclusive meteorológicas. De fato, a situação em que esses visitantes são expostos, leva com que a curto prazo, eles optem por não continuar fazendo parte da equipe, muitas vezes sem um aviso prévio de seu desligamento, ocasionando assim, uma troca repentina do visitante, o que causa estranheza as famílias atendidas pelo programa, que muitas vezes devido diversas trocas em um curto período de tempo, acabam por não aderir mais ao programa. Fora algumas outras dificuldades que foram brevemente levantadas, como a dificuldade muitas vezes de localizar essas famílias, a vulnerabilidade social que algumas se encontram, crianças em idade escolar que não frequentam a escola devido diversos outros problemas, sejam eles familiar ou propriamente estrutural de um sistema que não proporciona o mínimo para que estas famílias tenham condições de levar e manter essas crianças na escola, devido muitas vezes não haver vagas em escolas próximas a sua moradia, problema comum no município há alguns anos e não haver uma política de tarifa zero, que prevê o uso do transporte público sem cobrança alguma ao usuário final. Vale ressaltar ainda que esta já é uma realidade em 67 cidades do Brasil, segundo dados de 2023 levantados pela NTU (Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos).

4.1.2 CONVERSA COM VISITADORES

Em uma conversa mais informal com os próprios visitantes e ex-visitadores, conseguimos adentrar mais a fundo nos problemas que são enfrentados cotidianamente por esses trabalhadores, que vale reiterar que também são estudantes, pois tratam-se de estagiários. Nesta conversa muitos relatam não só as adversidades já citadas pela gestão do programa, mas também a carga de trabalho a que eles estão expostos, pois há muito serviço manual ainda no programa, para

compreendermos melhor, cada visitador é responsável por atender um número x de famílias e cada família demanda um relatório semanal sobre o contexto familiar e o desenvolvimento da criança atendida, apontando suas dificuldades, avanços, atividade aplicadas, entre outras diversas informações importantes para o acompanhamento. Por ser manual não há possibilidade de ser feito no seu tempo ocioso, dentro do transporte público, seja de ida ao local de atendimento ou de volta para a sede do programa, local onde só se reúnem no início do expediente e no final dele, pois o resto do tempo estão em atendimento. Partindo disso, muitos acabam por levar estes relatórios para serem feitos em casa, fora do seu horário de trabalho, dentre os relatórios, eles tem mais o planejamento das atividades e confecção dos brinquedos com materiais alternativos que todos os visitadores confeccionam de acordo com a necessidade da criança atendida. Partindo destes relatos é que levantamos a necessidade de uma plataforma digital que abrangesse todas essas informações necessárias e que fosse de fácil acesso e compartilhamento, para que abandonassem os papéis e conseqüentemente minimizasse o tempo gasto escrevendo relatórios manualmente.

4.1.3 ATENDIMENTO ONLINE

Todas famílias têm o direito de apenas um atendimento online por mês, atendimento que é realizado por vídeo chamada, seja ela feita por WhatsApp ou Google Meet. Neste atendimento o visitador confecciona previamente o brinquedo que será utilizado e com a colaboração da FAS (Fundação de Assistência Social), o brinquedo é levado até a residência da família, que por vídeo chamada é instruída sobre a atividade.

FIGURA 2 - Brincadeira de empilhar

Fonte: Acervo pessoal (2023)

FIGURA 3 - Brincadeira de empilhar

Fonte: Acervo pessoal (2023)

A atividade acima, está relacionada ao desenvolvimento motor e cognitivo, nela a criança é instruída a empilhar corretamente os cilindros feitos de rolos de papel

higiênico. Na primeira imagem há diversas imagens de animais, metade do animal em cada rolinho, a criança deve empilhar e encaixar as duas metades correspondentes que vão formar a imagem completa do animal, como se fosse um quebra cabeça de empilhar. Já na segunda imagem, é a mesma lógica, porém agora a criança deve empilhar o som que o animal faz com o nome do animal. Está foi a atividade proposta por um dos visitantes que havia atendido de forma online, observado o atendimento não há muito o que retirar dessa forma online, mas pude perceber uma certa dificuldade no entreter de fato a criança com o objetivo da atividade, podendo ainda concluir que a criança só finalizou a atividade por uma pressão indireta de seus responsáveis que estavam lhe auxiliando.

5. DESCOBRIR

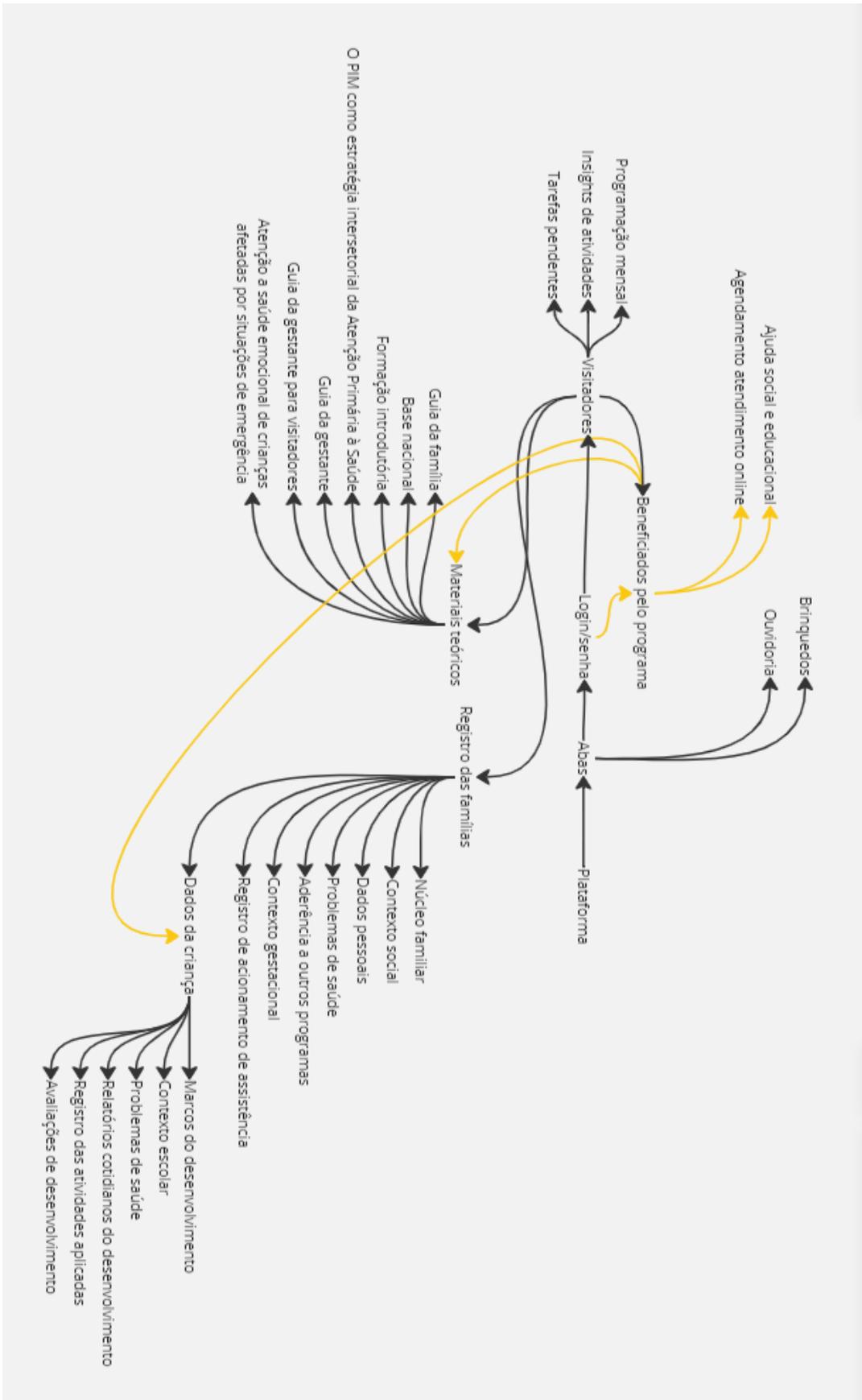
A fase de descoberta pode ser definida, em nosso caso, pelo uso do design generativo (generative design research) que geralmente se enquadra entre o projetual e o construtivo em termos de métodos. Nesta fase a chave do processo é combinar exercícios participativos com discussões verbais acerca do que está em questão ou em progresso, como o nome bem diz, o que a pesquisa generativa busca está na geração de conceitos no âmbito do design bem como um preparo para, quando não uma inicial prototipagem. (MARTIN, Bella; HANINGTON, Bruce p.213)

5.1 RODA DE CONVERSA

Nesta etapa devido a imersão da etapa anterior já havíamos descoberto e pontuado algumas necessidades para melhoria do programa e conseqüentemente das famílias atendidas pelo programa. Partindo destas descobertas, formamos uma roda de conversa da qual levantamos todos os pontos de dificuldades observados durante a etapa anterior e traçamos coletivamente o briefing do projeto. No qual então decidimos pela construção da plataforma, unificando as informações já utilizadas do SISPIIM (Sistema Primeira Infância Melhor) com as demandas que ainda eram feitas manualmente, adicionando também algumas novas ferramentas que facilitariam a organização dos visitantes. Decidido, partimos para a construção de um mapa mental dessa plataforma, na qual íamos pontuando abas, materiais

teóricos, ferramentas e ideias que melhor auxiliam esses trabalhadores no seu dia a dia.

FIGURA 4 - Mapa mental serviço-produto



Fonte: Acervo pessoal (2023)

5.2 BRIEFING

5.2.1 O QUE FAZER?

Projetar uma plataforma digital da qual supre as necessidades e que auxilie na melhoria da qualidade do trabalho dos visitantes, dando o suporte necessário para que possam finalizar seu expediente de trabalho no final do dia, sem afazeres profissionais no seu tempo de descanso. Para além da plataforma, como produto fora pensado em uma série de brinquedos de madeira, qual viriam para extinguir a necessidade da confecção das atividades com materiais alternativos, e seriam pensados conforme a necessidade de cada idade segundo as teorias que regem o programa e com a Base Nacional Comum, prevista pelo MEC (Ministério da Educação), que mapeia e separa o desenvolvimento em três faixas etárias apontando seus marcos de desenvolvimento.

5.2.2 PORQUE FAZER?

Para melhorar a qualidade de vida destes trabalhadores em seu próprio ambiente de trabalho, auxiliando-os na organização e agilidade de seus afazeres, para além de seus atendimentos. Assim, pondo fim em problemas cruciais que muitas vezes ajudam na tomada de decisão de se desligar do programa, que como podemos ver nos relatos, ocupa até mesmo seu tempo de lazer, que já é curto por se tratarem de estudantes.

6. PROTOTIPAÇÃO

O protótipo se equipara a uma fotografia e uma imagem vale mais que mil palavras. A realização física, gráfica ou de interface dos conceitos e pesquisas anteriormente realizadas, representam a tradução criativa da idealização em forma mais tangível, sendo essencial principalmente para testagem dos conceitos do designer e sua equipe. Os níveis de prototipagem no design são definidos pelos níveis de fidelidade ou então de resolução de problema, sendo os de baixa definição

muito utilizados durante o processo de desenvolvimento e exploração. (MARTIN; HANINGTON, 2012 p.316).

6.1 PESQUISA VISUAL

Para a pesquisa visual levando em consideração a dinâmica utilizada até o momento fora adaptado a metodologia graphic design thinking e de forma coletiva analisada as referências coletadas. Segundo LUPTON (2013), às pesquisas visuais servem para analisar conteúdos na intenção de gerar uma solução criativa e inovadora, através de coleta de imagens, produtos, marcas que possam ser relevantes para tal projeto.

6.1.1 NAMING

A criação do naming é uma atividade complexa considerando que existem muitos nomes de marca registrados, que se utilizam de palavras pertinentes ao conceito do serviço ou produto em questão. Para a escolha de um bom nome, deve ser usado alguns critérios, sendo eles: distinguibilidade; brevidade; conveniência; grafia e pronúncia fáceis; agradabilidade; extensibilidade; e possibilidade de proteção (Neumeier, 2008).

FIGURA 5 - Registro de marca

The screenshot shows the INPI website interface. At the top, there is a navigation bar with the Brazilian flag and the text 'BRASIL' and 'Acesso à informação'. Below this, there are links for 'Participe', 'Serviços', 'Legislação', and 'Canais'. The main header identifies the 'Instituto Nacional da Propriedade Industrial' and 'Ministério da Economia'. The page title is 'Consulta à Base de Dados do INPI'. There are links for '[Início | Ajuda?]' and '» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]'. The search results section is titled 'RESULTADO DA PESQUISA (27/11/2023 às 19:25:19)' and shows 'Marca: "Criançada"'. Below this, it states 'Foram encontrados 1 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.' A table with 7 columns (Número, Prioridade, Marca, Situação, Titular, Classe) displays one result: '821562525', '15/04/1999', 'CRIANÇA DA MARI', 'Arquivado', 'MARILAN ALIMENTOS S.A.', and '32 : 10'. At the bottom left, it says 'Páginas de Resultados: 1'.

Após a escolha do naming, antecedendo qualquer desenvolvimento, averiguamos a disponibilidade da utilização do nome *Criançada*. Após averiguado e com um resultado positivo, pois a única marca registrada no mesmo nome se tratava de uma linha de produtos alimentícios, damos início a fase de geração de alternativas, a qual nos levou a consolidação da marca como veremos no capítulo seguinte. O *naming* surgiu exatamente pelo seu significado, o qual representa o coletivo de crianças e o ato próprio de uma criança, *criance*.

6.1.2 IDENTIDADE VISUAL

Após a pesquisa visual realizada anteriormente, notamos uma semelhança entre as marcas já existentes no mercado, com o propósito de criar algo diferente, mas que não destoasse tanto do que já existe, unimos características que julgamos interessantes como cores, tipografias e até mesmo formas.

6.1.3 FORMA E COR

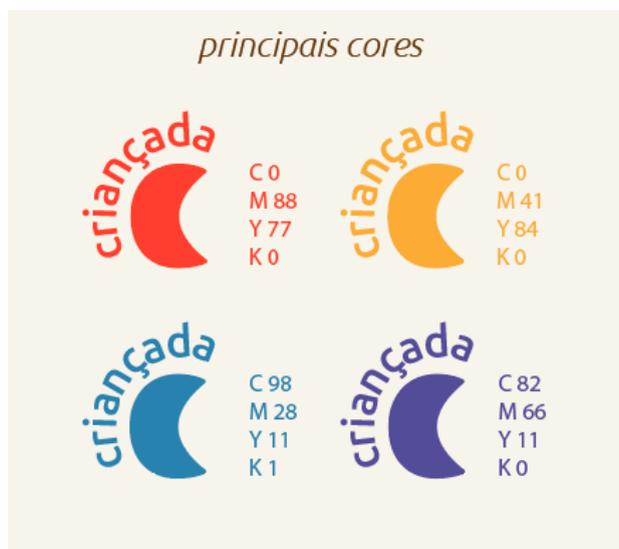
Podemos notar que a marca é propriamente composta por formas e cores, o que se justifica quando falamos de crianças.

FIGURA 6 - Marca



Fonte: Acervo pessoal (2023)

Formas geométricas estão diretamente ligadas ao desenvolvimento cognitivo das crianças, contribuindo para a forma que elas se relacionam com o mundo, já que formas estão presentes em tudo. Já as cores nos remete ao raciocínio lógico, memorização, sensibilidade, entre outros. Trazem elementos visuais e viabilizam que as crianças façam associação entre tonalidade e outros sentidos.

FIGURA 7 - Cores principais

Fonte: Acervo pessoal (2023)

As principais cores foram escolhidas a partir da pesquisa visual que pudemos observar nos capítulos anteriores, foram escolhidas cores neutras que não representassem algum gênero em específico. Cores essas que nos capítulos a seguir encontraremos na plataforma desenvolvida e em outras aplicações de produtos da marca.

Na imagem acima podemos também observar o símbolo que representa a marca, símbolo que pode variar a cor conforme sua necessidade seguindo as cores apresentadas na marca principal.

FIGURA 8 - Identidade principal e flexível

Fonte: Acervo pessoal (2023)

6.1.4 APLICAÇÕES DA MARCA

FIGURA 8 - Papelaria



Fonte: Acervo pessoal (2023)

FIGURA 9 - Cordões para crachá



Fonte: Acervo pessoal (2023)

FIGURA 10 - Pattern

Fonte: Acervo pessoal (2023)

6.2 DESIGN DE SERVIÇO

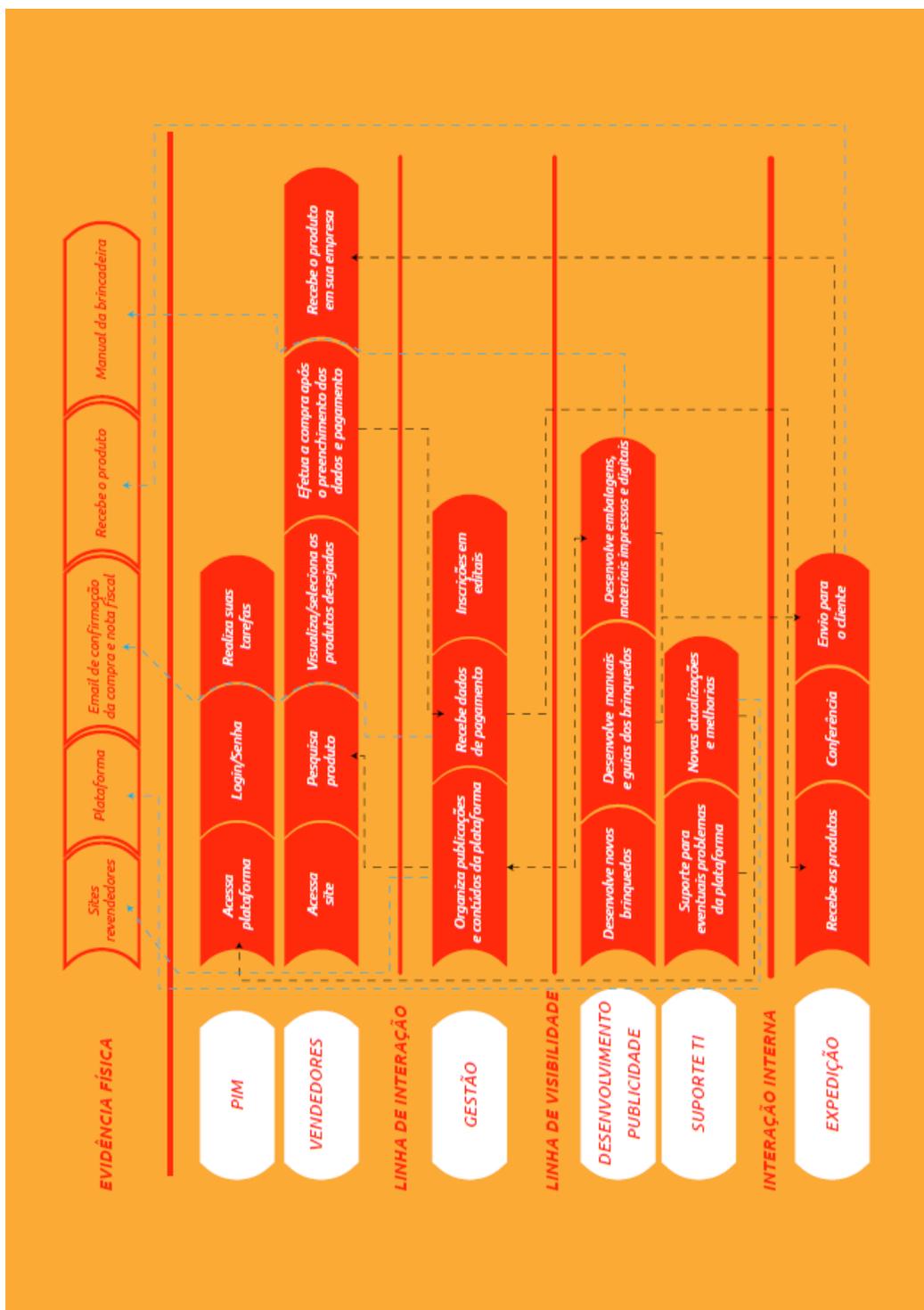
Segundo Stickdorn e Schneider (2014), o design thinking de serviços é composto por cinco princípios básicos.

- A centralidade no usuário: preconiza que todos os serviços sejam pautados pelo olhar do cliente;
- Cocriativo: pressupõe que todos os stakeholders devem estar incluídos no processo;
- Sequencial: compreende os serviços como parte de uma sequência de ações inter-relacionadas;
- Evidente: pressupõe que, embora intangíveis, os serviços sejam visualizados como artefatos físicos;
- Holístico: atribui uma visão geral ao ambiente de um serviço.

Ainda segundo Stickdorn e Schneider (2014), mapear expectativas serve, muitas vezes, como ferramenta de diagnóstico, destacando as áreas de um serviço que exigem mais atenção a partir de uma perspectiva do usuário. Eles também

acrescentam que essa é uma ferramenta útil para estabelecer e revisar áreas que podem ser aprimoradas posteriormente. Como já vimos no subcapítulo roda de conversa, a figura nos mostra essa trajetória, ilustrando a interação do usuário com a interface.

FIGURA 11 - Blueprint de serviço



Fonte: Acervo pessoal (2023)

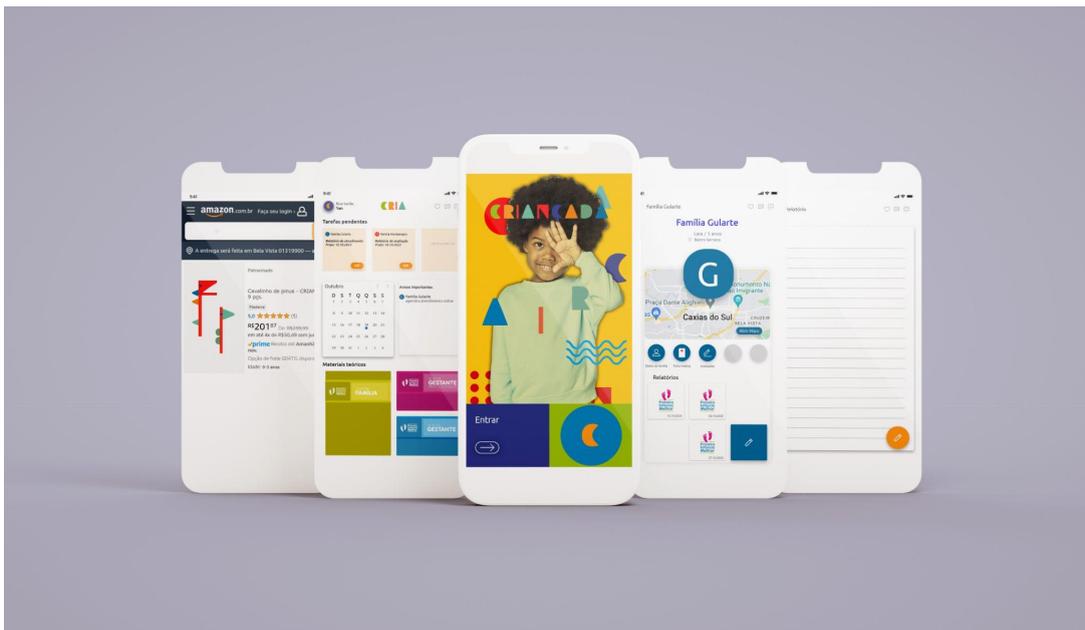
6.2.1 INTERFACE

A interface Criançada, trata-se de um APP no qual possibilita aos visitantes fácil acesso a diversas ferramentas e informações das famílias atendidas por eles, possibilitando assim, melhor gestão do seu tempo de trabalho. Abaixo podemos ver algumas telas que compõem essa interface.

O aplicativo inicial na tela de login, passando para tela principal, onde podemos encontrar diversas opções de comandos, dentre elas anotações atreladas ao calendário, tarefas pendentes e materiais teóricos. No canto superior direito encontramos os ícones que nos levam para atividades favoritas, aba que possibilita que os visitantes separem insights de atividades para serem aplicadas com as crianças que os mesmos atendem, ao seu lado, encontramos o ícone de notificação, onde mostrará agendamentos de atendimentos online e lembretes importantes vindos da gestão do programa. Por fim, ao seu lado, temos o ícone da loja, qual direciona os visitantes para as lojas que vendem nosso produto, no caso abaixo, ilustrado pela Amazon.

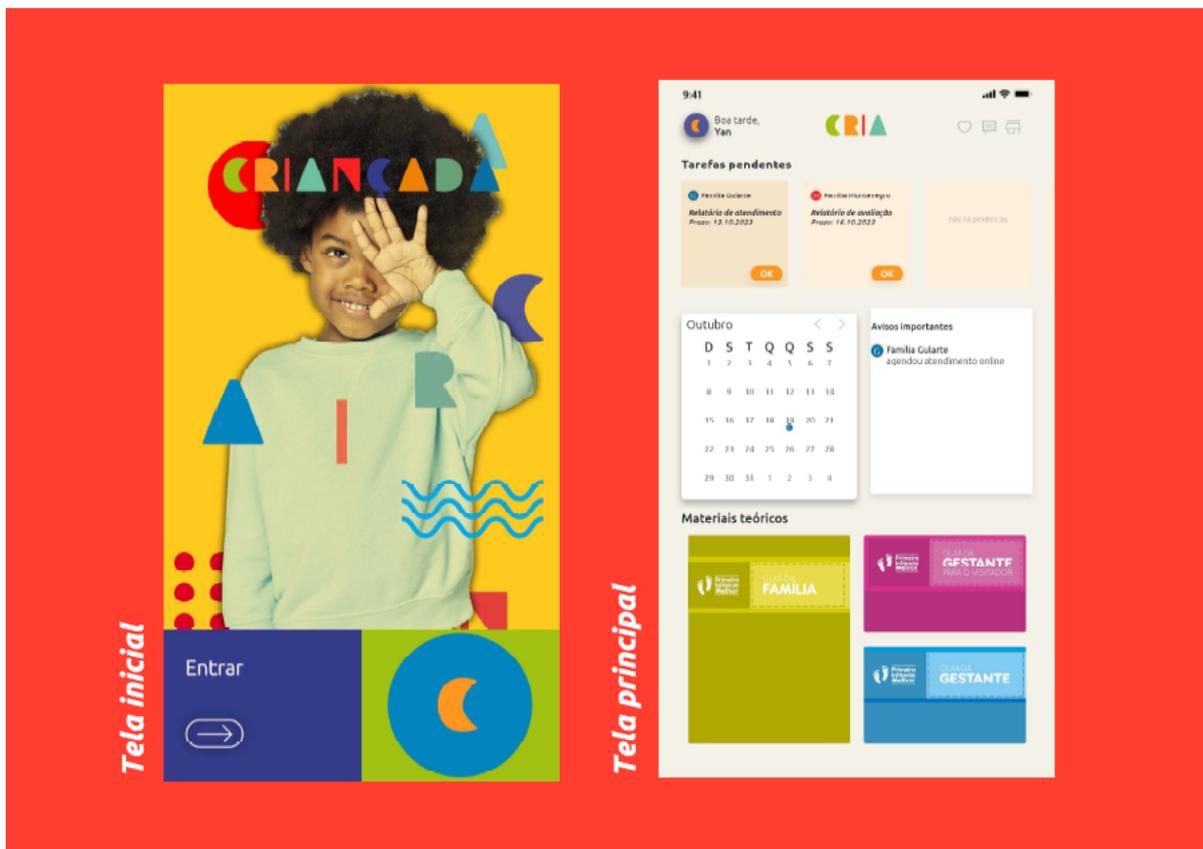
Passando para a próxima tela, temos a aba da família atendida, onde podemos nos inteirar do histórico da família, seja ele, médico, social ou de atendimento. Ali teremos todas informações médicas, que trará ao visitante melhor compreensão da dificuldade que a família passa e pontos que são importantes para se atentar. Ao lado teremos os dados pessoais, onde traz informações importantes do contexto social e financeiro dessa família, além de informações básicas como localização e pessoas que compõem a casa onde a criança mora e seus respectivos nomes, parentesco e profissão. No outro lado, temos as anotações, onde os visitantes podem apontar sinais importantes a serem cuidados, tudo isso como forma de que caso algum estagiário venha se desligar do programa, esse banco de dados auxilie o sucessor a compreender o contexto dessa família. Acima destas opções mencionadas podemos ver um mapa, que em caso de problemas devido a localização da família, o visitante pode rapidamente ser direcionado ao Google Maps, onde será indicado a melhor rota para chegar ao destino. Por fim e mais importante, o acesso aos últimos relatórios e a opção de escrever um novo relatório, qual era uma das necessidades primordiais do programa no município.

FIGURA 12 - Mockup telas



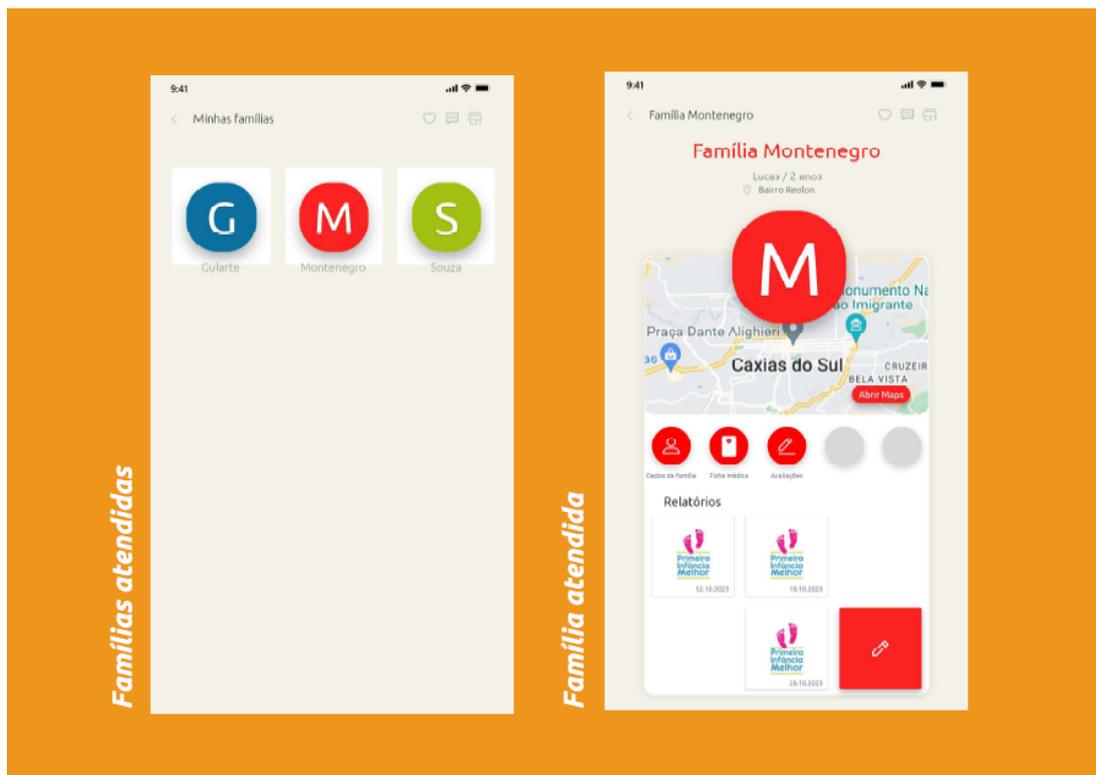
Fonte: Acervo pessoal (2023)

FIGURA 13 - Plataforma Criançada



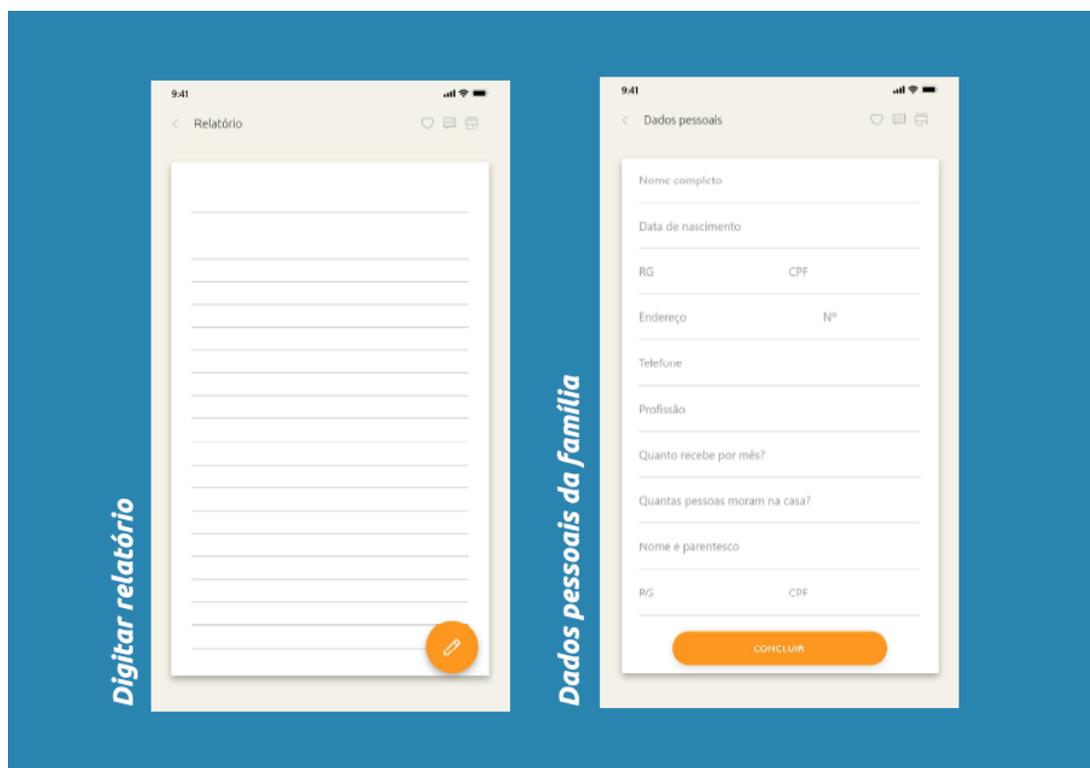
Fonte: Acervo pessoal (2023)

FIGURA 14 - Plataforma Criançada



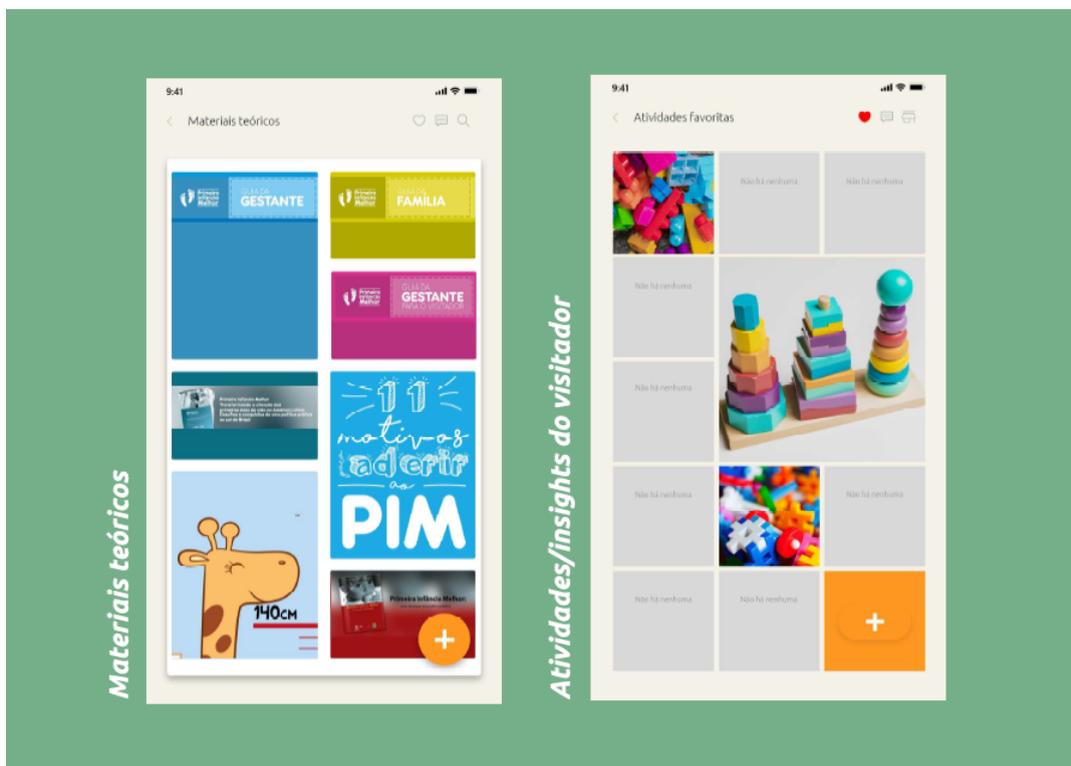
Fonte: Acervo pessoal (2023)

FIGURA 15 - Plataforma Criançada



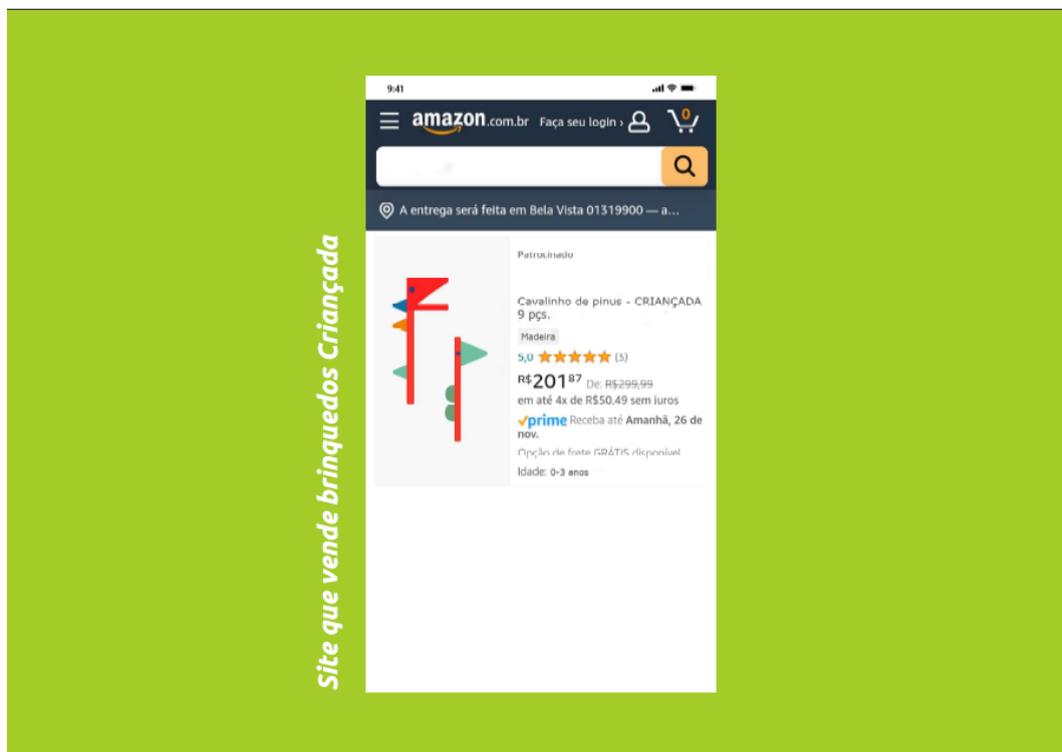
Fonte: Acervo pessoal (2023)

FIGURA 16 - Plataforma Criançada



Fonte: Acervo pessoal (2023)

FIGURA 17 - Plataforma Criançada



Fonte: Acervo pessoal (2023)

6.3 DESIGN DE PRODUTO

Tratando-se de desenvolvimento infantil, é imprescindível que não sejam desenvolvidas ferramentas que estimulem as diversas habilidades dessas crianças. Todos artefatos lúdicos que são utilizados nos atendimentos são criados pelos visitantes a partir de materiais alternativos como já pudemos ver anteriormente e levando em consideração a faixa etária de 3 anos que de acordo com a Base Nacional Comum nesta idade o objetivo de aprendizagem e desenvolvimento é (EI02CG03) Explorar formas de deslocamento no espaço (pular, saltar, dançar), combinando movimentos e seguindo orientações. (EI02TS02) Utilizar materiais variados com possibilidades de manipulação (argila, massa de modelar), explorando cores, texturas, superfícies, planos, formas e volumes ao criar objetos tridimensionais. Desenvolvemos um brinquedo lúdico, o qual permite às crianças explorar esse deslocamento no espaço e ao mesmo tempo aproveitando as formas que compõem a marca, suprimos outra necessidade necessária nesta mesma idade, que é a exploração das cores, formas e volumes.

6.3.1 NORMAS E LEGISLAÇÃO

No Brasil atualmente temos algumas regulamentações estipuladas pelo INMETRO na sua portaria N°177, de 1988. Nesta portaria encontramos algumas obrigatoriedades, como a própria certificação, pois todo brinquedo produzido e comercializado no país deve ter a certificação, popularmente conhecida como selo do INMETRO. Para obter esse selo é necessário testes realizados em laboratórios reconhecidos pelo instituto com base em um regulamento técnico do Mercosul. Norma NM 300/2002, a qual substitui a norma da ABNT NBR 11786. Anexado ao regulamento do técnico do Mercosul há a portaria do INMETRO N° 108.

É de suma importância ressaltar que, os brinquedos não tenham extremidades cortantes e/ou pontiagudas, deve-se também sempre que possível evitar peças pequenas e em caso de brinquedos que são pintados, sempre atenta-se as tintas que irão ser utilizadas, elas devem ser atóxicas, a fim de evitar possíveis problemas de intoxicação.

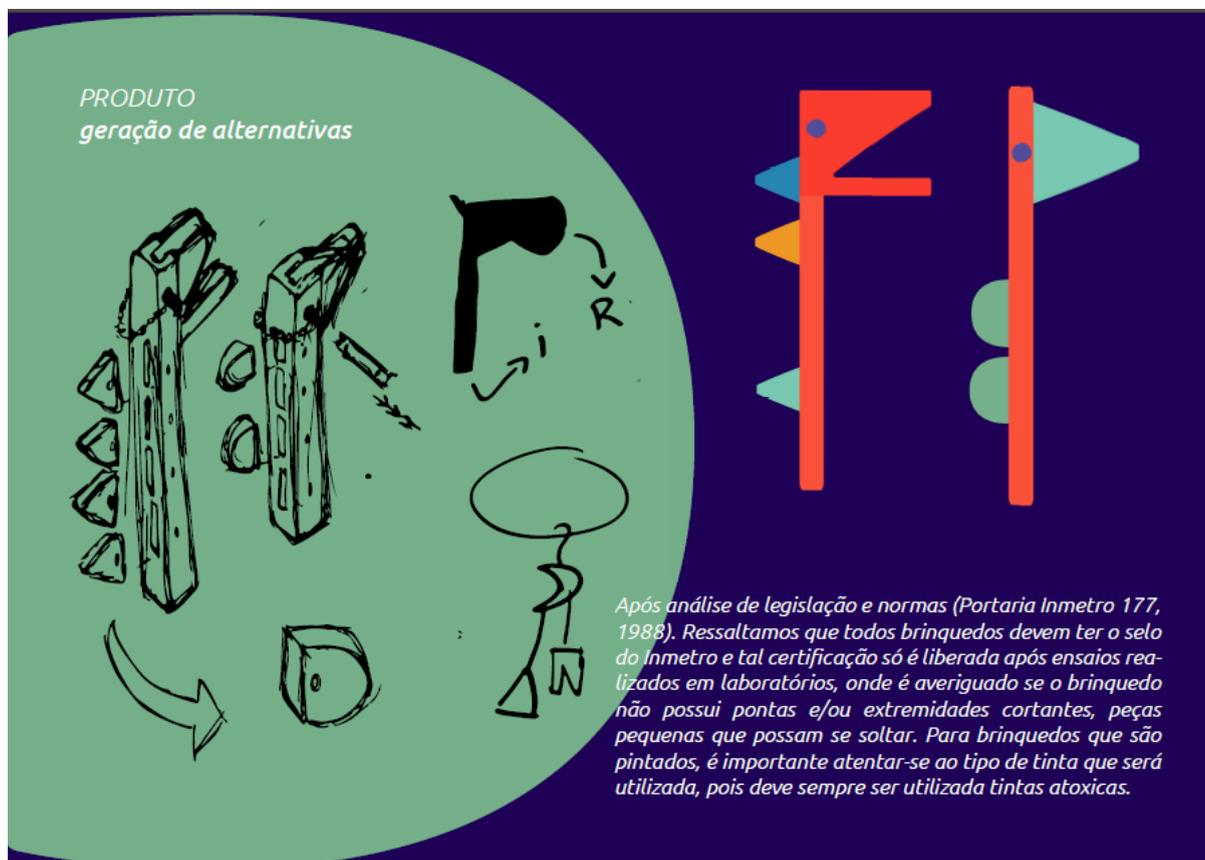
6.3.2 MATERIAIS E ACABAMENTOS

Partindo das normas e regras, os materiais escolhidos para a produção do brinquedo foram madeira de pinus devido seu custo benefício, de fácil modelagem e valor baixo, o que torna o produto mais acessível. Para o acabamento, conforme as normas previstas na portaria N°177 de 1988, utilizamos tinta atóxica à base d'água pintado com tingidor.

6.3.3 CAVALINHO CRIANÇADA

O cavalinho da Criançada surge de uma pesquisa de mercado a partir de uma pesquisa de mercado especificamente de brinquedos de madeira com encaixe, brinquedos de empilhar e quebra cabeças de madeira. A partir disso, foi gerada alternativas a partir das formas geométricas da construção da própria marca, como já mencionado anteriormente.

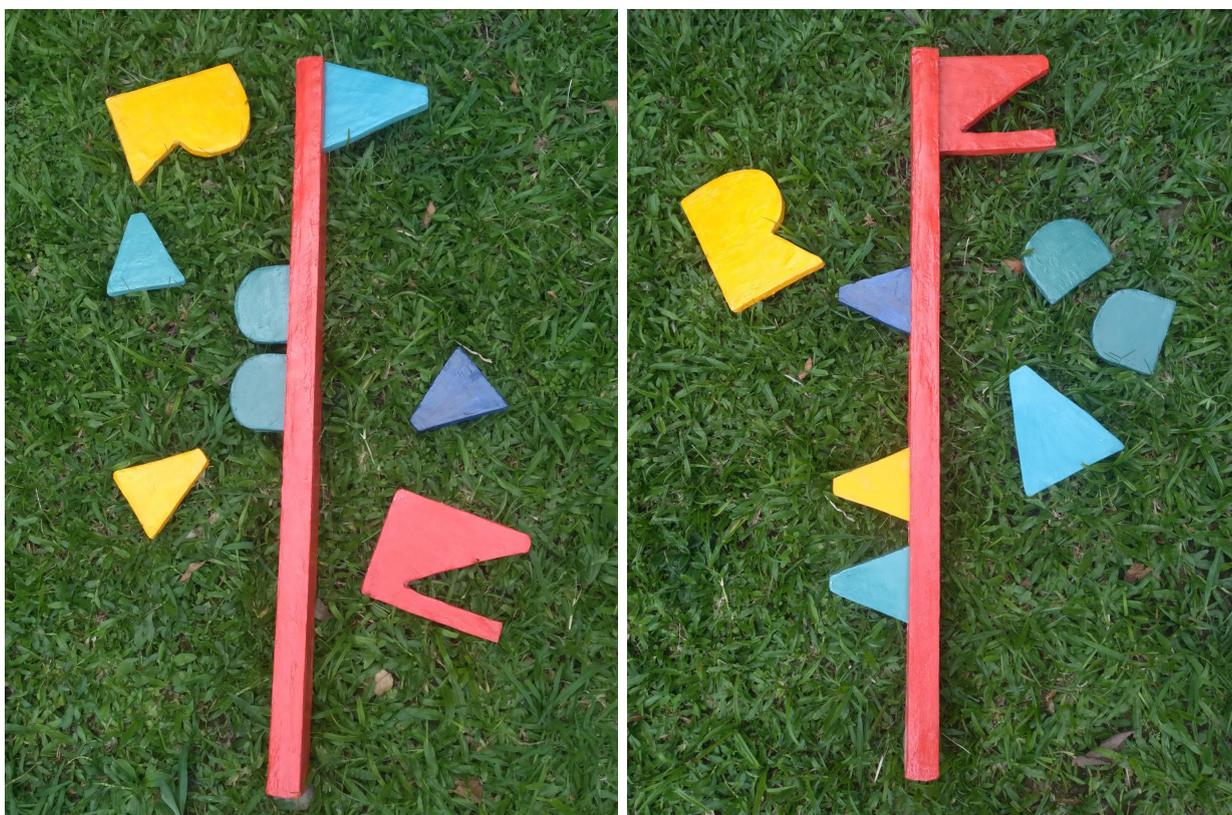
FIGURA 18 - Geração de alternativas



Fonte: Acervo pessoal (2023)

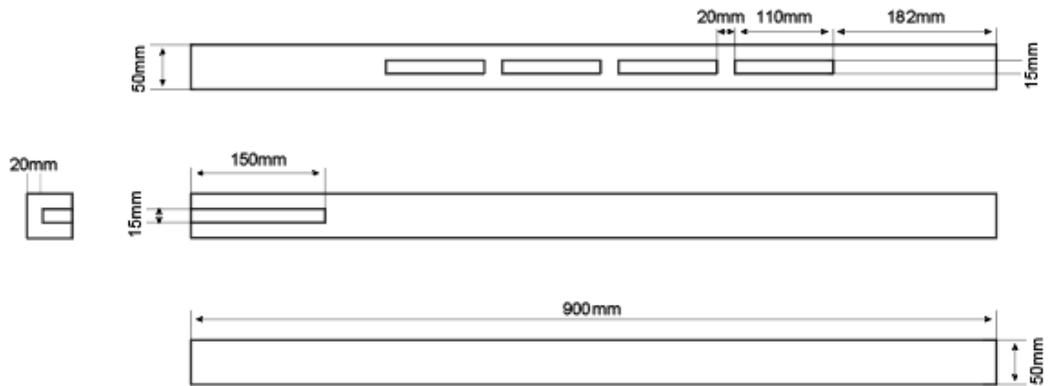
O cavalinho compõe um um jogo de nove peças, formado por três cabeças que contam com o formato das letras R, A e N da marca, três peças com o formato do A e duas com o formato do D que se encaixam nas costas do cavalinho e como peça principal temos o “corpo” do cavalinho que é constituído pela letra I da marca. Através dessas formas a criança poderá construir diversos animais lúdicos, alternando as peças conforme sua preferência.

FIGURA 19 - Protótipo



Fonte: Acervo pessoal (2023)

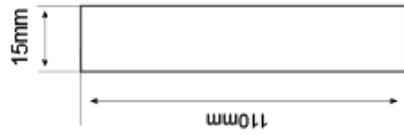
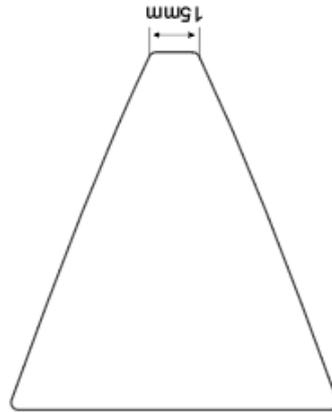
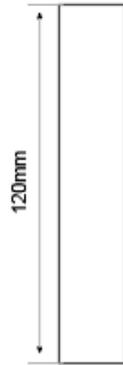
6.3.4 DETALHAMENTO TÉCNICO



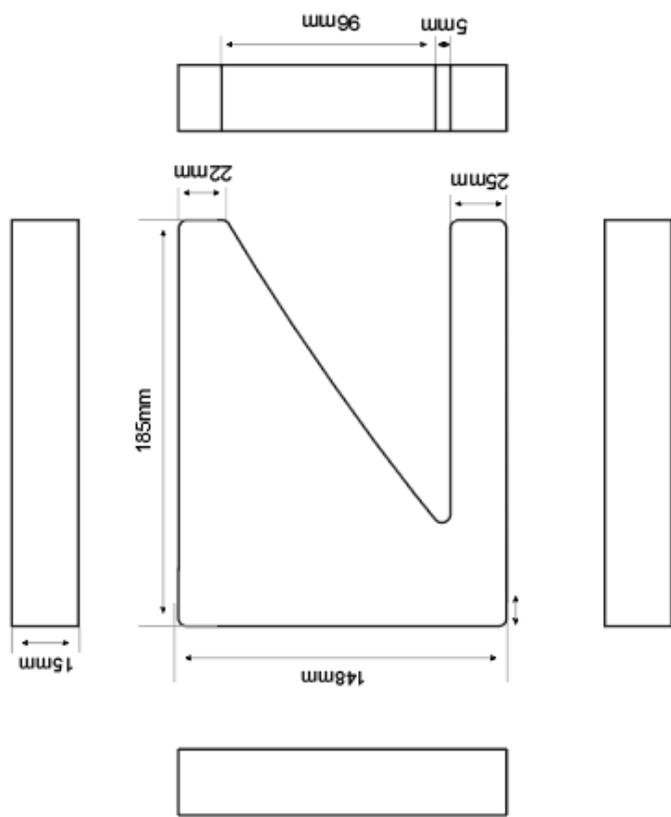
CAMPUS 8	TÍTULO: CAVALINHO CRIANÇA - CORPO	MATERIAL: COMPENSADO DE PINUS
	NOME PROJETISTA: CRISTHIAN YAN GULARTE	PESO:
	ASSINATURA:	DATA: 20/11/2023
		ESCALA:

Technical drawing of a wooden component. The drawing includes three views: a side view on the left showing a height of 88mm, a top view on the right showing a width of 110mm and a thickness of 15mm, and a cross-section in the center showing a rounded bottom edge.

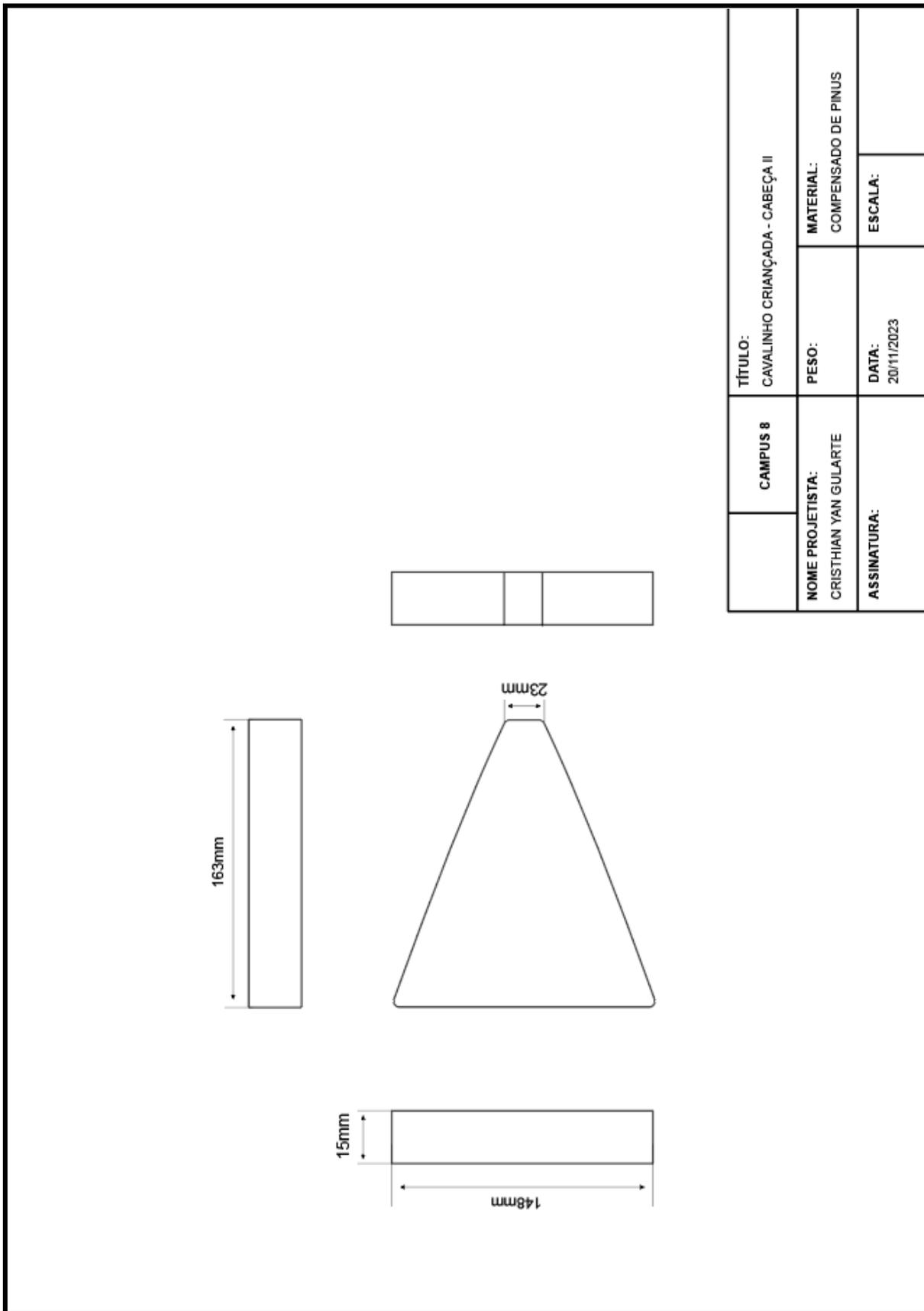
	CAMPUS 8	TÍTULO: CAVALINHO CRIANÇADA - COSTAS II	
NOME PROJETISTA: CRISTHIAN YAN GUILARTE	PESO:	MATERIAL: COMPENSADO DE PINUS	
ASSINATURA:	DATA: 20/11/2023	ESCALA:	



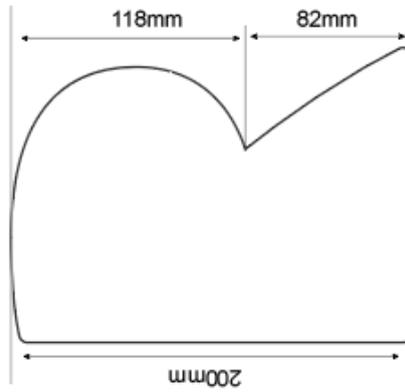
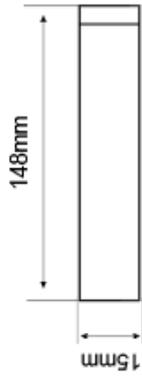
TÍTULO: CAVALINHO CRIAÇADA - COSTAS I	CAMPUS 8
MATERIAL: COMPENSADO DE PINUS	NOME PROJETISTA: CRISTHIAN YAN GULARTE
ESCALA:	DATA: 20/11/2023
PESO:	ASSINATURA:



TÍTULO: CAVALINHO CRIANÇADA - CABEÇA III	CAMPUS 8
MATERIAL: COMPENSADO DE PINUS	PESO:
ESCALA:	DATA: 20/11/2023
NOME PROJETISTA: CRISTHIAN YAN GUILARTE	ASSINATURA:



CAMPUS 8	TÍTULO: CAVALINHO CRIANÇAADA - CABEÇA II	
	NOME PROJETISTA: CRISTHIAN YAN GUILARTE	MATERIAL: COMPENSADO DE PINUS
	PESO:	ESCALA:
ASSINATURA:	DATA: 20/11/2023	



	CAMPUS 8	TÍTULO: CAVALINHO CRIAÇÃADA - CABEÇA I
NOME PROJETISTA: CRISTHIAN YAN GUILARTE		MATERIAL: COMPENSADO DE PINUS
ASSINATURA:		DATA: 20/11/2023
		ESCALA:

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos fatos e toda teoria marxista referenciada no decorrer da fundamentação teórica, se analisarmos com um olhar mais crítico e radical, podemos observar que a política pública de fato não soluciona o problema, pois a raiz da desigualdade social que assola nosso país, não está apenas na ineficiência do Estado, mas sim, na eficiência do modelo econômico em que vivemos.

Devemos ainda assim, ressaltar que as políticas públicas como o PIM, mesmo estando longe de solucionar o problema da desigualdade social, cumprem um papel de extrema importância dentro de uma democracia burguesa e de um Estado capitalista, portanto, devemos sim, fortalecer e defender essas iniciativas, mas sempre tendo plena consciência de que elas não deveriam existir, pois todos deveriam ter acesso a saúde, educação, segurança alimentar, trabalho digno, moradia etc.

Partindo dessa perspectiva é idealizada a Criançada e seus valores enquanto marca, serviço e produto, com uma proposta de fortalecimento do serviço público, pensando na melhoria da vida dos trabalhadores e respectivamente dessas famílias que são atendidas pelo programa. Como pudemos acompanhar, o projeto soluciona as demandas pontuais que se propõe a resolver, com ética, responsabilidade, coletivamente etc. Porém se torna inevitável não olharmos também para a realidade desses trabalhadores que nos auxiliam na construção do projeto, que são estudantes e linha de frente do programa, que enfrentam uma realidade dura de desigualdade todos os dias, muitas vezes sem um acompanhamento psicológico, o qual é extremamente importante para a preservação da sua saúde mental, diante de situações tão extremas que são frequentemente vivenciadas em seus atendimentos, fora toda sobrecarga e responsabilidade imposta, qual não deveria existir em um cargo que se propõe a ensinar que é o estágio.

Se aprofundarmos mais sobre as relações de trabalho chegamos em mais um problema do liberalismo econômico, as terceirizações dentro dos serviços públicos. Um trabalho que fornece uma mercadoria, ainda que na forma de prestação de serviços, e que remunera o capital que o empregou com mais-valia, é caracterizado como produtivo e segundo Marx, a produção capitalista não é apenas produção de mercadoria, é essencialmente produção de mais-valia. O trabalhador produz não para si, mas para o capital. Não basta, portanto, que produza em geral.

Ele tem de produzir mais-valia. Apenas é produtivo o trabalhador que produz mais-valia para o capitalista ou serve à autovalorização do capital. Se for permitido escolher um exemplo fora da esfera da produção material, então um mestre-escola é um trabalhador produtivo se ele não apenas trabalha as cabeças das crianças, mas extenua a si mesmo para enriquecer o empresário. O fato de que este último tenha investido seu capital numa fábrica de ensinar, em vez de numa fábrica de salsichas, não altera nada na relação. O conceito de trabalho produtivo, portanto, não encerra de modo algum apenas uma relação entre a atividade e efeito útil, entre trabalhador e produto do trabalho, mas também uma relação de produção especificamente social, formada historicamente, a qual marca o trabalhador como meio direto de valorização do capital. Em síntese as terceirizações, enquanto ação de venda de força de trabalho a custo reduzido e enquanto abertura de nichos de exploração de trabalho produtivo, é de ponta a ponta um empreendimento capitalista, representando um momento avançado da exploração da capacidade laboral sob a forma mercantil, ou seja, a receita perfeita para serviços de baixa qualidade para quem o contrata e completamente descompensado para os trabalhadores, que recebem salários baixíssimos, em prol do lucro. Teoria essa que podemos ver materializada quando adentramos o programa e como dito no início do capítulo, se analisado com um olhar crítico e radical.

Compreendendo a materialização desses problemas conseguimos concluir que o capitalismo é incompatível com a justiça e igualdade social como pregam há décadas os partidos burgueses, incluindo os partidos social-democratas, que defendem que a propriedade privada dos meios de produção e o lucro podem conviver com o respeito aos direitos trabalhistas e à garantia de padrões mínimos de educação, saúde, habitação, renda e seguridade social. Tese essa facilmente derrubada quando adentrado em uma profunda crise econômica capitalista, onde a política econômica neoliberal, ataca sistematicamente os direitos trabalhistas e se caracteriza pela ampla liberdade de exploração para o capital.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ESCOBAR, Arturo. **Autonomía y diseño : La realización de lo comunal**. Universidad del Cauca: Editorial Universidad del Cauca, 2016. 286 p. ISBN 978-958-732-232-3.

PÓS-MODERNISMO, a lógica cultural do capitalismo tardio: A lógica cultural do capitalismo tardio. *In*: JAMESON, Fedric. **Pós-modernismo, a lógica cultural do capitalismo tardio**. [S. l.: s. n.], 1997. p. 27-79.

FOSTER, Hal. **Design & crime**. *In*: DESIGN and crime. [S. l.: s. n.], 2016. ISBN 8542301579.

TEIXEIRA, David; DIAS, Fernanda. Marxismo e cultura: Contraponto às perspectivas pós-modernas. **Filosofia e Educação**: contraponto às perspectivas pós-modernas, Revista Digital do Paideia, v. 2, 1 out. 2010.

FISHER, Mark. Realismo Capitalista: É Mais Fácil Imaginar o fim do Mundo do que o fim do Capitalismo?. [S. l.: s. n.], 2020. 208 p. ISBN 6587233090.

BRANCO, R. C. **Maldição, Fetiches e Comunismo na crítica da Economia Política**: a teoria da alienação de Karl Marx. 2008.

MARX, Karl. **O Capital**. [S. l.: s. n.], 2014. 208 p. ISBN 8563137271.

PAPANÉK, Victor. **Design for the Real World**: Human Ecology and Social Change. [S. l.]: Academy Chicago, 1992. 394 p. ISBN 9780897331531.

POR QUE o cuidado não vai salvar o design. **Recorte**, Revista Recorte, 2022.

Disponível em:

<https://revistarecorte.com.br/artigos/por-que-o-cuidado-nao-vai-salvar-o-design/>.

Acesso em: 22 set. 2023.

APÊNDICE I - PERSONAS

//PERSONA 01



Maju

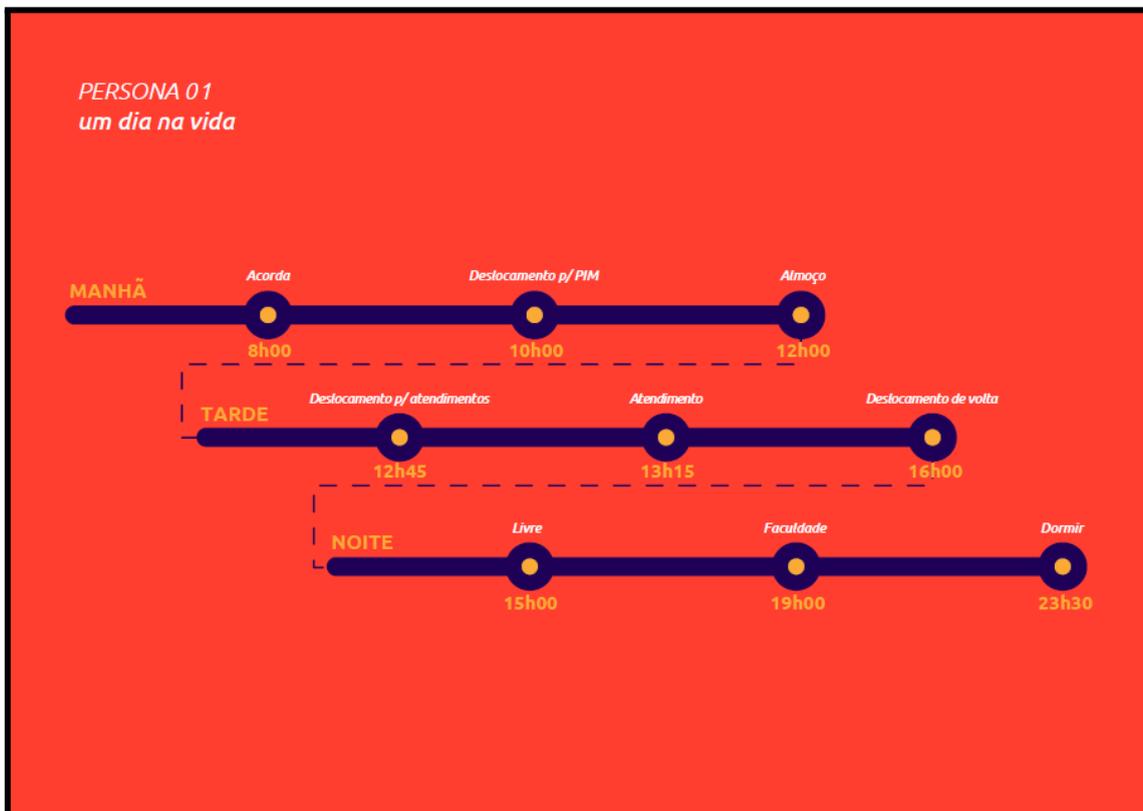
20 anos

Maju é estudante de psicologia, está no 5º semestre, em busca de se inserir no mercado de trabalho, ela encontrou uma oportunidade no PIM. Ela é visitadora, atende em média 5 famílias em diferentes bairros de Caxias do Sul. Apesar de amar seu trabalho, sente algumas dificuldades, entre elas, a maneira que é organizado e conduzido o pós atendimentos, momento que é necessário fazer relatórios, descrever se houve ou não atendimento, porque não houve, entre outras diversas informações. Relatório esse que muitas vezes não dá tempo de preencher devido o tempo de deslocamento até a sede do programa.

Maju ama o que faz, é bastante comprometida com o programa mesmo enfrentando algumas dificuldades e levando trabalho para casa. É muito espontânea e extrovertida, fazendo assim com que todas pessoas ao seu redor divirtam-se muito sempre.

INTROVERTIDA
EXTROVERTIDA

INSEGURA
CONFIANTE



//PERSONA 02

**Lara**

3 anos

Lara é uma criança bastante comunicativa, como qualquer criança de sua idade, cobra e demanda muita atenção, é um pouco mandona quando brincando no coletivo. Mesmo sendo super comunicativa, Lara apresenta dificuldades de interação social e cognitivas, não conseguindo completar quebra-cabeças simples.

Lara mora com a mãe, o padrasto, tio e com o irmão em um bairro periférico, apesar de não terem muitos recursos financeiros, não passam por problemas de vulnerabilidade. Sua família é muito amorosa e comprometida com o desenvolver de Lara. O pai de Lara não é presente em sua vida, devido morar em outra cidade.

BRINCADEIRAS FAVORITAS ◀

*Pintar
Bonecas
Brincar de cozinhar*

INTROVERTIDA

EXTROVERTIDA

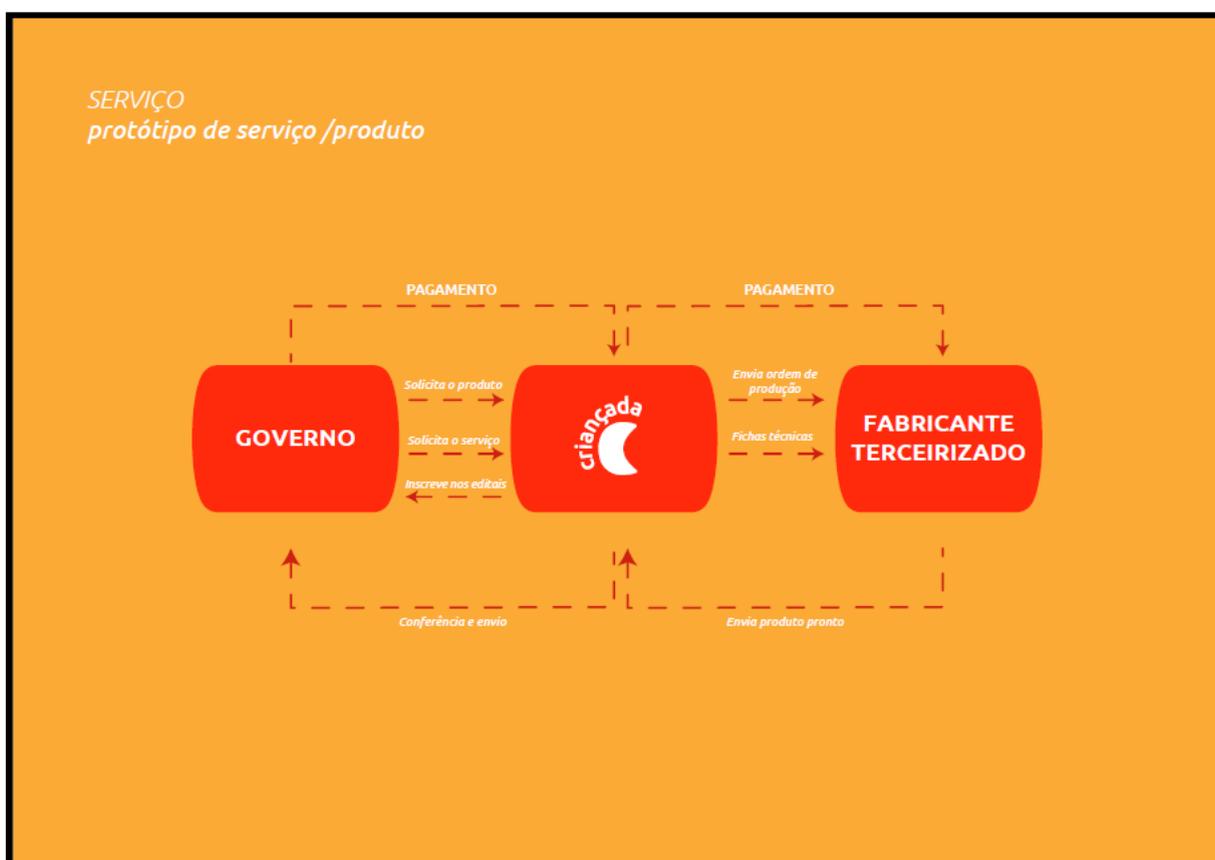


INSEGURA

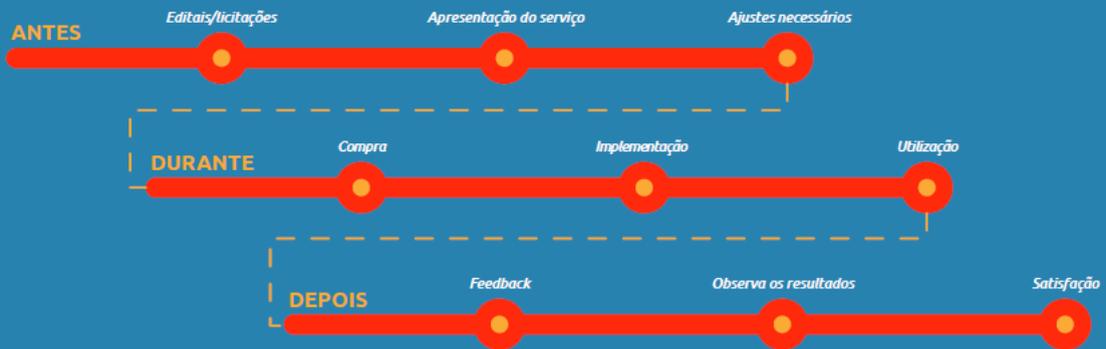
CONFIANTE



APÊNDICE II - METODOLOGIA



SERVIÇO
jornada do usuário



<p><i>Recursos chave</i></p> <p>Plataforma; Brinquedos; Eventos; Workshop;</p>	<p><i>Parcerias chave</i></p> <p>Programas sociais; Instituições de ensino; Municípios;</p>	<p><i>Proposta de valor</i></p> <p>Desenvolvimento infantil; Estimular a imaginação; Compromisso social;</p>	<p><i>Relacionamento com o cliente</i></p> <p>Próximo; Humanizado; Íntimo; Pessoal.</p>	<p><i>Segmentos de cliente</i></p> <p>Programas sociais; Instituições de ensino; Municípios;</p>
	<p><i>Atividade chave</i></p> <p>Plataforma; Brinquedos;</p>		<p><i>Canais de venda</i></p> <p>Editais; Internet;</p>	
<p><i>Estrutura de custos</i></p> <p>Produção; Funcionários internos; Programadores; Materiais impressos; Eventos/feiras;</p>			<p><i>Fontes de receita</i></p> <p>Venda da plataforma; Venda dos brinquedos; Workshop;</p>	