

Design e favela na Pandemia Covid-19: parceria e empatia com o Coletivo Tamo Junto Rocinha

Design and favela in the Covid-19 Pandemia: partnership and empathy with the Collective Tamo Junto Rocinha

Nilton Gamba Junior, Davison Coutinho, Ilana Guillard e Priscila Andrade

Design participativo, favela, comunicação, covid-19.

Este trabalho descreve o processo de um projeto de design participativo que envolve, de um lado, uma equipe interdisciplinar de alunos/as e professores/as da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio e, de outro, moradores da Rocinha, participantes do coletivo Tamo Junto Rocinha. A ação, ainda em andamento, teve início no contexto da pandemia do COVID-19 e os autores deste trabalho atuam ativamente no processo. Considera-se que o projeto de comunicação visual e verbal realizado com o Coletivo e para o Coletivo é um exemplo positivo de uma ação de design que atua com responsabilidade social, empatia e solidariedade. Sendo assim, apresentam-se as referências que respaldam o projeto, a metodologia empregada e os resultados alcançados.

Participatory design, favela, communication, covid-19.

This paper describes the process of a participatory design project that involves, on the one hand, an interdisciplinary team of students and professors from the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro – PUC-Rio and, on the other, residents of Rocinha, participants of the collective Tamo Junto Rocinha. The action, still in progress, began in the context of the COVID-19 pandemic and the authors of this work are actively involved in the process. It is considered that the visual and verbal communication project carried out with the Coletivo and for the Coletivo is a positive example of a design action that acts with social responsibility, empathy and solidarity. Thus, the references that support the project, the methodology used and the results achieved are presented.

Introdução

O Tamo Junto Rocinha (TMJ) é um coletivo sem vínculo governamental, que atua na favela da Rocinha, no Rio de Janeiro, desde 2014, na discussão de políticas públicas e organização de ações humanitárias, com o apoio de voluntários moradores da favela da Rocinha. Dessa forma, o projeto possibilita a interação de funcionários, docentes e discentes da PUC-Rio, junto aos líderes da comunidade, em um projeto social de extensão que segue a filosofia humanista da universidade. É importante que as ações de âmbito da extensão universitária possam se somar às ações do TMJ para potencializar seu alcance e auxílio em prol da Rocinha, vizinha à PUC-Rio, instituição universitária que tem a contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos residentes desta favela.

A história da Rocinha remonta uma trajetória de resistência e luta, e, diante da assistência insuficiente do poder público, iniciativas como as do coletivo TMJ Rocinha são muito importantes para a garantia de melhorias da qualidade de vida dos moradores. Apesar de ser localizada na Zona Sul, e ter status de bairro, com região administrativa própria, a Rocinha convive com grande carência de acesso a serviços públicos, em especial ao saneamento básico. A favela localiza-se entre os nobres bairros da Gávea e São Conrado, e, por isso, pode ser considerada um dos principais símbolos de desigualdade do país. Segundo o IBGE (2010), a Rocinha foi indicada como a maior favela da América Latina, com um total de 69.356 moradores, o que contraria dados de associações locais, que estimam entre 180 e 200 mil moradores, distribuídos em um território correspondente a 143,72 hectares.

As condições precárias de moradia e alimentação tornaram o local um dos maiores focos de tuberculose no Rio de Janeiro. A situação, atualmente na pandemia de COVID-19, é agravada pela complexidade geográfica da Rocinha, caracterizada por construções verticais situadas em um vale, o que prejudica as condições de ventilação e iluminação (Sánchez, 2020). Isso porque o fundamento do contágio pelo coronavírus se dá pelas vias aéreas superiores, o que se potencializa pela proximidade entre as pessoas, assim como com a tuberculose. A proximidade entre as residências, as vielas estreitas, e as casas, por vezes, pequenas e mal ventiladas, impossibilitam o isolamento social, umas das medidas sanitárias mais importantes de contenção à propagação do vírus. Além disso, em muitas destas residências pouco espaçosas residem famílias numerosas.

Segundo a estimativa oficial realizada pela pesquisa Pesquisa sobre covid-19 em comunidades do Rio Prefeitura, em junho de 2020, 16 mil moradores da Rocinha foram infectados com o vírus, mas segundo matéria do site Veja Rio (2020), em julho do mesmo ano, uma análise feita pela empresa de consultoria Boston Consulting Group (BCG), com dados do Painel Covid Radar, aponta que esse número pode ser 62 vezes maior do que o divulgado. Em junho de 2021, de acordo com dados do Painel Unificador Covid-19 nas favelas do Rio de Janeiro (2021), a Rocinha é a segunda comunidade com o maior número de casos e óbitos, somando 3298 casos confirmados e 127 óbitos, em 23 de junho de 2021.

Além disso, as dificuldades financeiras enfrentadas historicamente na favela foram ainda mais agravadas pela necessidade de isolamento social. Muitos moradores já estavam desempregados, outros tantos perderam suas fontes de renda, e os trabalhadores informais ficaram impedidos de desenvolver suas atividades. Outro fator agravante é que, dentre os moradores empregados, muitos trabalham em atividades essenciais, como serviços de limpeza, portarias, mercados e farmácias, das quais não puderam se afastar, e, por isso, ficaram expostos ao risco de contágio, ao circular em transportes públicos e em suas atividades. A situação econômica precária e a impossibilidade de fazer isolamento social, somadas à comunicação insuficiente e, por vezes, propositalmente equivocada, como é o caso das *fake news*, prejudicam a adoção de medidas preventivas, o que aumenta ainda mais a vulnerabilidade.

Com relação ao impacto da pandemia no ensino, a desigualdade tecnológica digital agravou o acesso das crianças e adolescentes à educação remota: 55% dos estudantes de favelas do Brasil ficaram sem estudar (Data Favela, 2020). Além da falta de acesso tecnológico, a falta de estrutura adequada no ambiente doméstico e a distância física dos professores afastam os alunos do ensino online.

Dentre as ações já implementadas pelo TMJ, anteriores à pandemia, estão as reivindicações de políticas públicas, que resultaram na construção de uma escola de primeiro segmento na comunidade; a construção de uma encosta na parte alta, evitando a remoção de dezenas de famílias; e a inauguração de uma creche modelo. No que tange às ações humanitárias, o coletivo desenvolve, desde 2014, ações na Páscoa, Dia das Crianças e Natal, e também auxilia em momentos emergenciais, como nas enchentes de 2019, que atingiram muitas casas na Rocinha. No que diz respeito ao estímulo de jovens e adolescentes à educação e à profissionalização, o coletivo promove encontros, cursos e oficinas de qualificação, além de orientação e encaminhamento para o mercado de trabalho e para cursos gratuitos do Núcleo de Estudo e Ação Sobre o Menor da PUC-Rio, parceiro do Coletivo.

Diante das desigualdades sociais agravadas pela pandemia do COVID-19, o TMJ percebeu que precisava agir pela comunidade da Rocinha. Os fatores apresentados acima, fizeram com que as atuais linhas de ações coordenadas pelo TMJ Rocinha se voltassem para orientação sobre medidas de higiene pessoal e prevenção; produção e distribuição de máscaras; desenvolvimento de kits lúdicos com atividades para crianças; suporte a pessoas com dificuldades tecnológicas relacionadas às plataformas de ensino a distância e doação de alimentos e artigos de limpeza e higiene para famílias de baixa renda, moradoras da comunidade. Dentre o público prioritário atendido pelo TMJ estão famílias chefiadas por mulheres, com crianças, idosos, pessoas com deficiências e com doenças de tratamento contínuo e infectados com COVID-19.

Para captar recursos para a realização das ações, a primeira iniciativa foi abrir conta em uma plataforma de financiamento coletivo, e, com a verba arrecadada, o TMJ conseguiu atender, entre março e maio de 2020, um total de 633 famílias. Para divulgar seu trabalho e conquistar doadores, o coletivo usou as mídias sociais, Facebook e Instagram, mas, a princípio, a comunicação era realizada de forma improvisada e sem planejamento estratégico, ainda que houvesse uma linguagem visual unificada. Eram utilizados templates disponíveis *online*, e, por isso, a identidade visual era não-exclusiva e um tanto impessoal.

Diante desta constatação, um grupo de professoras do DAD se voluntariou, em meados do mês de maio de 2020, para buscar promover uma comunicação mais eficiente e planejada. Um dos coordenadores do coletivo é Davison Coutinho, funcionário da PUC-Rio e doutorando na pós-graduação em Design do Departamento de Artes & Design - DAD. Conhecendo o Davison, a idoneidade do coletivo TMJ e a urgência na arrecadação de recursos para as ações emergenciais é que se deu a iniciativa dessas professoras em se voluntariar.

Em junho de 2020, juntos, o coletivo e a equipe da universidade, formaram um grupo que deu início ao trabalho de desenvolvimento da identidade visual e comunicação do TMJ

Rocinha. A seguir apresentam-se os autores e conceitos com os quais se estabelece um diálogo para encaminhar o projeto de acordo com o Design Social; a descrição do processo de desenvolvimento do projeto de identidade visual; a análise comparativa entre a antiga e a nova identidade visual; e os resultados alcançados com a ação.

O Design Social: PUC-Rio e Rocinha

O Departamento de Artes e Design da PUC-Rio (DAD) tem sua história caracterizada pela abordagem do Design Social, praticado desde a década de 1980, formando alunos para aplicarem o design levando em consideração indivíduos e respectivos contextos sociais. Foi portanto, de acordo com essa abordagem, que uma atividade de extensão universitária do Departamento de Artes & Design, por meio de seus professoras/es e alunos/os, iniciou a parceria com o Coletivo TMJ Rocinha.

Vale mencionar que este posicionamento do curso de Design da PUC-Rio, é anterior à Portaria nº 9, de 23 de janeiro de 2008, implementada pelo Ministério da Educação (MEC), por meio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), que estabeleceu que o Design, junto a outros cursos, compõe o grupo de Ciências Sociais Aplicadas¹. Esta área compreende campos de conhecimento interdisciplinares, que se voltam para o entendimento dos aspectos e necessidades sociais. Ou seja, em sua essência, o Design é Social e, portanto, deve atender às necessidades dos seres humanos em primeiro lugar, ao contrário do senso comum, que entende o design como ferramenta de produção de objetos para alimentar um mercado consumidor que "cria desejos" ao invés de identificar demandas da sociedade.

No que se refere à responsabilidade social, Papanek (1971) respalda nossa reflexão com seu texto notório que afirma que o design tem o dever de melhorar a qualidade de vida, projetando para as necessidades reais das pessoas. O objetivo do Design Social e Participativo é o de fomentar que designers possam projetar pensando no contexto social e focado no indivíduo (BIANCO; DAMÁZIO, 2007), como afirmou anteriormente Papanek (1971), visando à criação de soluções pertinentes às necessidades das pessoas. Nesta abordagem, o público ao qual a ação se destina atua como parceiro no desenvolvimento do diagnóstico e da solução, tendo sua experiência e colaboração integrada ao longo de todo processo do projeto.

Margolin e Margolin (2004) ressaltam a importância da vertente social do Design, preocupado não apenas em criar produtos para o mercado, mas voltado para as necessidades sociais, e a reflexão destes autores foi influenciada pelo "chamado" de Papanek para que designers atuassem com consciência pelo seu papel social na sociedade. Neste sentido, os autores propõem uma metodologia de atuação, conceituada por ele como Modelo Social do

¹ Além do Design, as Ciências Sociais Aplicadas são compostas por Administração, Arquitetura e Urbanismo, Ciências Contábeis, Ciência da Informação, Comunicação, Demografia, Direito, Museologia, Planejamento Rural e Urbano e Serviço Social.

Design. Nesta metodologia, baseada em métodos utilizados por assistentes sociais, indicam que designers atuem no campo, por meio da pesquisa-ação, em equipes multidisciplinares com profissionais de diferentes habilidades que possam buscar soluções para as necessidades em diferentes áreas como: saúde, educação e assistência social.

Margolin e Margolin (2004) ainda propõe uma agenda social do Design, em contraposição ao senso-comum que vê o design apenas como a atividade responsável pela criação de produtos estilizados. Para tal, os autores apontam que é necessário o desenvolvimento e publicação de pesquisas que comprovem como os designers podem contribuir para o bem estar social. Além disso, indicam a observação participante como método para que designers possam se incluir em ambientes sociais, observando necessidades sociais que possam ser atendidas com a intervenção do design.

Martins e Lima (2011) corroboram a afirmação de Papanek e Margolin e Margolin, ressaltando que a abordagem do Design Social pressupõe metodologias participativas como estímulos projetuais e resultados do processo de Design. Segundo as autoras, essa abordagem caracteriza-se também pela promoção da sustentabilidade e do desenvolvimento sociocultural.

Farbiarz e Ripper (2011) evidenciam que o Design Social acontece por uma relação horizontal entre os sujeitos: o designer com as suas habilidades e o parceiro com suas práticas e experiências para o desenvolvimento de um projeto por meio dessa troca de saberes .

Manzini (2008), acadêmico conhecido por seu trabalho com Design para Inovação Social, propõe um alargamento da prática de Design Social, ao reforçar o "chamado" de Papanek para a responsabilidade social dos designers. Neste sentido, o autor oferece uma metodologia para aplicação do design em empreendimentos sociais por meio do que nomeia como Comunidades Criativas. Na inovação social, designers utilizam seus conhecimentos para valorizar as habilidades das pessoas, resolvendo problemas de seus contextos locais, utilizando soluções fora dos padrões dominantes. O autor defende o empoderamento dos grupos em uma relação horizontal, respeitando os saberes e estimulando um fazer local.

O trabalho participativo do DAD com o coletivo TMJ Rocinha objetivou, portanto, a geração de um conhecimento, caracterizado pela integração do saber local da comunidade com o conhecimento científico, resultando numa construção de conhecimento social, tal como defende Bonsiepe (2011) ao definir o conceito de Humanismo Projetual, em que o designer deve compreender e desenvolver propostas emancipatórias às necessidades dos grupos sociais, focar também nos excluídos e menos favorecidos economicamente.

A relevância de uma abordagem participativa neste trabalho centra-se na pesquisa **com** a Rocinha o que difere da pesquisa **para** a Rocinha, como se a mesma fosse um cliente que contrata um serviço. Nesta abordagem, a participação do parceiro no desenvolvimento do projeto vai além de uma ação consultiva (SANTA-ROSA & MORAES, 2012).

Desenvolvimento do projeto

O objetivo imediato do projeto da identidade visual proposto pela equipe de designers do DAD PUC-Rio foi potencializar a capacidade de arrecadação de recursos doados ao TMJ para, assim, viabilizar e custear as ações; e, a longo prazo, conferir maior visibilidade e credibilidade ao coletivo.

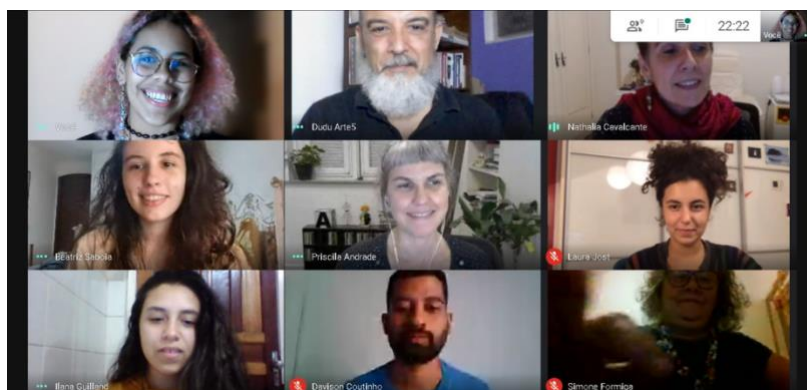
A seguir elencamos as principais etapas de desenvolvimento do projeto:

Convocação de alunos voluntários de Design;
Criação de um grupo de trabalho: professores, alunos e representantes do TMJ;
Reconhecimento dos materiais de comunicação do TMJ;
Pesquisa histórica para desenvolvimento da identidade visual;
Apresentação dos primeiros resultados ao Coletivo e reformulação;
Definição da identidade visual e verbal: reformulação das redes sociais, reformulação da campanha de financiamento coletivo; aplicação da identidade em camisetas e máscaras
Edital (IEAHu) projeto do Almanaque “TMJ Rocinha <i>pra</i> Brincar”
Aplicação da linguagem visual e verbal: desenvolvimento do almanaque

A primeira etapa foi a convocação de alunos voluntários. As professoras elaboraram um convite digital à ação, que foi veiculado em mídias sociais do DAD PUC-Rio. Os alunos interessados deveriam enviar portfólios de trabalhos em design. A análise dos mesmos, constatou uma interessante variedade de habilidades em fotografia, ilustração, padronagem etc. Em seguida, realizaram um encontro em plataforma online com todos os interessados ao mesmo tempo. A intenção era apresentar ao grupo o objetivo da ação de design participativo e conhecer pessoalmente os/as alunos/as e suas motivações.

Apenas alunas se candidataram e, dentre elas, existiam moradoras de favelas e moradoras de bairros nobres vizinhos à PUC, todas graduandas em design, mas em diferentes períodos do curso e seguindo diferentes habilitações, entre as quatro oferecidas: Projeto de Produto, Moda, Mídia Digital e Comunicação Visual. Ao final desse primeiro bate-papo, percebeu-se que não era interessante fazer processo seletivo, pois a hibridação do grupo era muito positiva. Dessa forma, ficou acordado que toda a equipe, composta por 7 alunas, participaria. Além disso, por se tratar de um trabalho voluntário, não remunerado e urgente, todas acordaram que a formação de um grupo grande seria interessante para possibilitar a divisão das tarefas, já que cada uma dedicaria o tempo que pudesse dispor e, dentro das suas habilidades e interesses, seria realizado o trabalho em um tempo mais curto, sem sobrecargas.

Figura 1: Encontro *online* entre professores, alunas do DAD e representante do Coletivo TMJ Rocinha.



Os encontros entre a equipe de designers e os integrantes do coletivo TMJ, assim como as reuniões entre alunas e professores, sempre respeitaram as medidas preventivas, portanto sempre foram realizadas à distância, por meio do uso de ferramentas online. Em parceria, acordaram que a comunicação tanto visual como verbal deveria representar a favela da Rocinha, como forma de desconstruir estereótipos inadequados para uma comunicação que pretendia ter a maior equidade possível. Além das trocas diárias via grupo de aplicativo de mensagens instantâneas, foi estabelecido um dia e horário fixo por semana, sempre às segundas-feiras, quando as pautas de postagens, demais tarefas e responsáveis eram definidas. E uma das características do Design Participativo, logo se fez presente, a horizontalidade nas tarefas, a ausência de hierarquia. Assim, a proposição de tarefas, sugestão de pautas de postagens, podia ser feita por todos os membros da equipe, independentemente de serem alunos/as, professores/as ou integrantes do TMJ. Tudo que era decidido e todo material produzido ficava registrado em documentos compartilhados em armazenamento em nuvem.

Logo nos encontros iniciais, determinou-se que seria estabelecida uma comunicação verbal bem direta, com base em uma linguagem coloquial, com um registro que se aproximasse da oralidade, incluindo a utilização de gírias da favela. Ficou decidido também que o conteúdo comunicado seria transparente, apresentando com seriedade os bastidores das ações do coletivo, com conteúdos ora voltados aos residentes da Rocinha, ora voltados aos doadores e à captação de futuros doadores.

A nova linguagem textual teve como base o Bonde da Gambiarra², iniciativa também desenvolvida na Rocinha, que partiu do projeto de conclusão da graduação em design de uma das integrantes do grupo de voluntárias, e tem como objetivo a aproximação da linguagem das ciências e tecnologias do cotidiano da favela. Aplicando essa abordagem no TMJ, foram desenvolvidos textos, principalmente nas legendas das publicações nas redes sociais, com uma linguagem descontraída, popular, que representasse as formas de comunicação e a

² O Bonde da Gambiarra é uma iniciativa que conecta educação, tecnologia e artes, com o propósito de promover o protagonismo de meninas e mulheres negras nas áreas de tecnologia e inovação. Para saber mais sobre o Bonde da Gambiarra, acesse o Instagram @bondeda_gambiarra.

identidade sonora da favela para as pessoas de fora, ao mesmo tempo em que gerasse identificação para os próprios moradores.

Para a identidade visual, o objetivo foi representar a multiplicidade cultural da favela, por meio de uma linguagem que também gerasse identificação junto às pessoas da favela, ao mesmo tempo que comunicasse para as pessoas de fora da favela. Por isso foi feita uma pesquisa histórica sobre a favela da Rocinha e suas origens, assim como um levantamento de imagens, tanto em acervos online como a partir de fotografias que o próprio coletivo já possuía de registros de suas ações. Nesta etapa, foi importante a presença de alunas que residem ou conheciam pessoalmente a Rocinha, por já possuírem a vivência da favela e portanto familiaridade com seus códigos tanto visuais como verbais, e isso que garantia o distanciamento de uma representação estereotipada que se pretendia evitar.

Figuras 2: À esquerda, fotografia da Rocinha e, à direita, ilustração criada a partir da fotografia.



O primeiro logotipo do TMJ, que já existia quando o grupo se formou, tinha uma composição simples, com pouco apelo visual, e que não expressava a identidade da Rocinha e de seus moradores. A partir da montagem de painéis imagéticos, individualmente, alunas e professoras desenharam propostas para o novo logotipo e sistema de identidade visual como um todo. Em seguida, analisaram, juntas, todas as propostas e escolheram o que seria apresentado aos representantes do coletivo, refinado e testado. O novo logotipo corresponde a uma estética de stencil de grafitti, uma expressão artística que domina a paisagem da Rocinha e outras favelas, como forma de representar a cultura local e dialogar com o universo do cotidiano dos moradores. Portanto, essa mudança conferiu maior personalidade e identificação à identidade visual do coletivo.

Figuras 3: Logotipo antigo e logotipo criado pelo projeto para o TMJ Rocinha.





Para a composição da paleta de cores, foram selecionadas três tonalidades representativas: o verde, que já era a identificação do Coletivo na comunidade; o laranja, representando a coloração dos tijolos aparentes das casas; e o azul, representando as caixas d'água; ambos, elementos simbólicos da paisagem da favela. Essa paleta ganhou cores secundárias para colorir as ilustrações. Além disso, era uma forma de padronizar a linguagem com uma identidade constante. A técnica da ilustração é gestual e feita a partir de fotografias. O grupo decidiu optar pela ilustração como linguagem gráfica predominante, para não revelar a identidade das pessoas beneficiadas e, dessa forma, não expor publicamente sua vulnerabilidade por meio de fotos. O fato de ser ilustração também possibilita, por vezes, usar fotografias que não estejam com qualidade adequada para sua divulgação direta, mas que, como base para ilustração, podem ser utilizadas.

Figura 4: Paletas de cores, principais e secundárias, geradas a partir das imagens da Rocinha e do coletivo TMJ Rocinha.



Figura 5: Ilustrações de personagens representativos dos beneficiários do Coletivo.



Em análise comparativa, verificamos a importância da elaboração de ilustrações exclusivas para conferir pregnância e personalidade à identidade visual do TMJ. Por meio das ilustrações, é possível fazer presente o repertório gráfico da Rocinha, a partir de símbolos representativos como: pipas, tijolos, casas, caixa d'água, Pedra da Gávea, moto-táxi, cachorro vira-lata, crianças na laje, emaranhados de fios, relógio de luz, varal de roupas, becos e vielas.

Figuras 6: ilustrações geradas a partir de imagens e elementos simbólicos da Rocinha.



Como finalização da etapa de desenvolvimento da identidade visual, foi elaborado um manual da nova marca do Tamo Junto Rocinha, como forma de garantir a continuidade da aplicação do sistema e manter os padrões gráficos.

Figura 7: Capa do manual de marca do TMJ Rocinha.



Uma das demandas dos representantes do TMJ foi uma maneira de identificá-los nas ações presenciais na Rocinha. A princípio, a equipe de campanha já utilizava uma camisa, mas a partir da formulação da nova identidade visual, as designers desenvolveram uma nova camisa e uma máscara de proteção, com ilustrações exclusivas.

Figura 8: Máscaras e camisetas criadas para os voluntários utilizarem nas ações.



A nova identidade visual como um todo produziu-se uma grande diferença em relação à identidade anterior, mais austera e que empregava apenas um tom de verde e suas variações somadas ao branco e preto. No entanto, a manutenção deste verde institucional, ligou de certa forma a nova identidade visual com a antiga, de forma que ela ainda fosse reconhecida pelas pessoas já acostumadas a ver a identidade anterior.

Figura 9: Exemplos de postagens criados pelo Coletivo, para publicação nas redes sociais, antes da parceria com o DAD.



Figura 10: Exemplos de postagens criadas pela equipe de design para as redes sociais, após a parceria com o DAD.

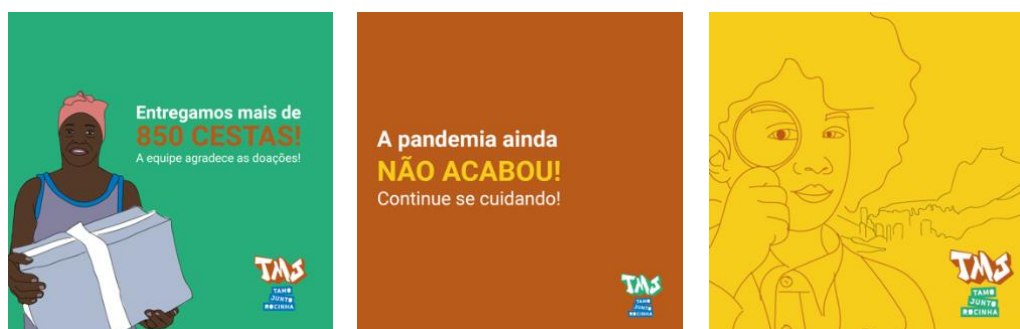


Figura 11: exemplo de publicação nas redes sociais, criada pela equipe de design para conscientização da vacinação, com linguagem textual baseada na "linguagem" da favela.



Resultados

A análise comparativa entre a linguagem até então utilizada pelo coletivo TMJ e a nova identidade visual e verbal implementada, resultou no crescimento da captação de recursos em cerca de 300%. Como resultados das ações da nova comunicação nas mídias sociais, a arrecadação na plataforma de financiamento coletivo aumentou de R\$ 9.300,00 (nove mil e trezentos reais), valor arrecadado no primeiro dia (17 de junho) da alimentação da comunicação nas mídias sociais e até o dia 2 de julho, já tinha alcançado R\$ 11.156,00 (onze mil cento e cinquenta e seis reais). Este recurso é majoritariamente destinado para a compra de cestas básicas que são doadas a famílias em situação de vulnerabilidade. A campanha continuou crescendo, sendo arrecadado até o dia 05 de julho de 2021, o valor de R\$36.000,00 (trinta e seis mil reais) que possibilitaram a doação de 1739, beneficiando a uma média de 6956 pessoas.

Estas cestas são compradas em pequenos estabelecimentos da comunidade colaborando, assim, para a sustentabilidade do comércio local. Por conta da preocupação com a segurança alimentar, as cestas incluem hortaliças, frutas e legumes, pois entende-se a necessidade de promover uma alimentação saudável e nutritiva, principalmente para evitar a baixa da imunidade neste momento de pandemia.

Em junho de 2020, a equipe de Design junto a representantes do Coletivo TMJ submeteu uma proposta à Chamada Apoio às Ações e Projetos Interdisciplinares no contexto atual da pandemia, pelo novo Coronavírus - Covid-19 promovida pelo Instituto de Estudos Avançados em Humanidades - IEAHu, sendo o projeto aprovado para atuar com a produção de materiais educativos e informativos para crianças. Ao identificarmos a problemática do contexto de acesso das crianças da Rocinha aos conteúdos escolares, às dificuldades da manutenção

As crianças atendidas pelo TMJ receberam os kits lúdicos compostos por livros de literatura, jogo de formar pares, material de colorir e o almanaque “TMJ Rocinha pra Brincar”, que abordou, de maneira divertida, assuntos sobre educação alimentar, cuidados com saúde e higiene, a história e a cultura da comunidade da Rocinha. Toda a narrativa é guiada por uma missão de detetives comandada pela personagem Detetive Resposta.

³ Link para o almanaque completo: <https://issuu.com/tamojunto>



Os recursos do edital possibilitaram a legalização do coletivo TMJ como Associação Cultural. A legalização permite a sustentabilidade do projeto que estará apto a concorrer a editais de financiamento. Com objetivo de facilitar o registro e controle das ações e de seus beneficiários, foi adquirido um equipamento para o coletivo.

Conclusão

Ao longo do tempo em que vem sendo aplicado, o sistema de identidade visual desenvolvido já se mostrou versátil e consistente, com possibilidade de adaptação às demandas que já surgiram e ainda vão surgir. Atualmente, a equipe de designers passou por mudanças, ganhando novas integrantes, e, mesmo assim, a aplicação do sistema permite manter a identidade.

A experiência de trabalhar com ausência de hierarquia, em dinâmicas horizontais e de respeito aos diferentes saberes entre alunas, professores e moradores da Rocinha, representantes do Tamo Junto, confirmam os conceitos do Design Social. Nesta ação, destaca-se a oportunidade das alunas de graduação aplicarem, na prática, seus conhecimentos teóricos, exercitando não somente a formação profissional, mas também a formação humanitária e interdisciplinar, e a autonomia.

Contribuir para maior visibilidade do TMJ Rocinha, comunicando suas ações com imagens de qualidade, informações relevantes e transparência de dados, tem como resultado maior engajamento e, consequentemente, maior arrecadação de recursos para investimento nas ações do coletivo.

A troca entre os saberes acadêmicos e populares possibilitou a ampliação do alcance do Tamo Junto, que, por meio de uma comunicação eficaz, alcançou novas parcerias para o desenvolvimento de suas ações e está na etapa final da regularização. Cabe destacar, que por meio dessa integração comunidade-universidade, o coletivo foi aprovado para um importante edital da Fiocruz, onde serão continuadas e ampliadas as ações de comunicação e de educação desenvolvidas em parceria com o grupo de Designers da PUC-Rio.

Referências

- Comunidades Catalisadoras. (2021) *Painel Unificador Covid-19. Rio de Janeiro*. Disponível em <<https://experience.arcgis.com/experience/8b055bf091b742bca021221e8ca73cd7/>>. Acesso em 23 de junho de 2021.
- BONSIEPE, G. (2011). *Design, cultura e sociedade*. São Paulo: Blucher.
- DAL BIANCO, B; DAMAZIO, V. (2007). Pontifícia Universidade Católica Do Rio De Janeiro. Departamento de Artes e Design. *Design em Parceria: Reflexões Sobre Um Modo Singular de Projetar Sob a Ótica do Design e Emoção*. Dissertação de mestrado em Artes e Design. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Data Favela. (2021). *Pandemia na Favela: a realidade de 14 milhões de favelados no combate ao novo coronavírus*. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://0ca2d2b9-e33b-402b-b217-591d514593c7.filesusr.com/ugd/eaab21_9837d312494442ceae8c11a751e2a06a.pdf>. Acesso em 10/04/2021.
- FARBIARZ, J. L.; RIPPER, J. L. M. (2011). Design em parceria: visitando a metodologia sob a perspectiva do Laboratório de Investigação em Living Design da PUC-Rio. In WESTIN, D.; COELHO, L. A. L. (Org.). Estudo e prática de metodologia em design nos cursos de pós-graduação. Rio de Janeiro: Novas Ideias.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Censo Brasileiro de 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.
- Martins, Bianca & Cunha Lima, Edna. (2011). *Design Social e Design Thinking: trajetórias convergentes*. In: O papel social do design gráfico. Rio de Janeiro: Ed. Senac.
- MANZINI, E. (2008). *Design para a inovação social e sustentabilidade*. Caderno do Grupo de Altos Estudos, Rio de Janeiro, Brasil: COPPE/UFRJ.
- MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. (2004). *Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa*. Revista Design em Foco, vol. I, núm. 1, julho-dezembro, 2004, pp. 43-48 disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/661/66110105.pdf>.
- PAPANEK, V. (1971). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Chicago, IL: Academy Chicago Publishers.
- SANTA-ROSA, J. e MORAES, A. (2012). *Design Participativo. Técnicas de inclusão de usuários no processo ergodesign de interfaces*. Rio de Janeiro, Rio Books.

SANCHEZ, A. Informe Fiocruz. (2020) Fiocruz. Rio de Janeiro. Disponível em <<http://informe.ensp.fiocruz.br/noticias/48724>>. Acessado em 10/04/2021.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Nilton G. GAMBIA JUNIOR, doutor, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio, Brasil, gambajunior@puc-rio.br.

Davison DA SILVA COUTINHO, mestre, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio, Brasil, infprofessor@gmail.com.

Ilana GUILLAND, bacharel, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio, Brasil, contatoilanaguilland@gmail.com.

Priscila ANDRADE, mestre, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio, Brasil, priscila.a.andrade@gmail.com.