

Arte em Ação – design, ferramenta de mobilização social

Arte em Ação – design, a social mobilization tool

Christiane Camara de Almeida, Vera Lucia Nojima

Covid-19, Design social, Cartazes, Mobilização social.

Arte em Ação é uma iniciativa de design social nos distritos de Lumiar e de São Pedro da Serra, Rio de Janeiro. O objetivo é mobilizar e integrar pessoas criativas da região para participar de ações artísticas com o intuito de engajar a população e promover relações de solidariedade. O emprego de cartazes originais é a mídia utilizada por seu alto poder de visibilidade. Apesar da ampla divulgação na mídia, o Brasil vive um período político conturbado com informações desconexas. A região recebe muitos turistas e os vilarejos adjacentes possuem índices altos de analfabetismo, não têm hospitais e os prontos-socorros são precários, ampliando o risco de calamidade. A primeira edição do Arte em Ação foi em setembro de 2020, os cartazes foram fixados em coretos e estabelecimentos comerciais. A proposta foi tão bem recebida pela população que em maio de 2021 houve uma contribuição espontânea para a realização da 2ª edição. Este artigo é um relato sobre os antecedentes, a implementação, os problemas encontrados e as soluções alcançadas de duas edições de Arte em Ação, a partir da reflexão sobre, contribuições sociais do design, autonomia e intervenção urbana.

Covid-19, Social Design, Posters, Social mobilization.

Arte em Ação is a social design initiative in the districts of Lumiar and São Pedro da Serra, Rio de Janeiro. The objective is to mobilize and integrate creative people from the region to participate in artistic actions with the aim of engaging the population and promoting solidarity relationships. The use of original posters is the medium used for its high visibility power. Despite widespread media coverage, Brazil is going through a political period troubled by disjointed information. The region receives many tourists and the adjacent villages have high levels of illiteracy, have no hospitals and emergency rooms are precarious, increasing the risk of disaster. The first edition of Arte em Ação was in September 2020, the posters were fixed in bandstands and commercial establishments. The proposal was so well received by the population that in May 2021 there was a spontaneous contribution to the 2nd edition. This article is an account of the background, implementation, problems encountered and solutions reached in two editions of Arte em Ação, based on the reflection on the social contributions of design, autonomy and urban intervention.

1 Conviver, mobilizar e integrar

Este artigo é um relato sobre os antecedentes, a implementação, os problemas encontrados e as soluções alcançadas de duas edições do movimento Arte em Ação. A iniciativa, de cunho social, tem como ferramentas o design e a arte usando o cartaz como suporte e acontece em Lumiar e São Pedro da Serra, no estado do Rio de Janeiro, Brasil. Realizado durante a pandemia da covid-19, o Arte em Ação é avaliado pelas palavras de Frascara:

Si se espera que los diseñadores se empeñen en comunicaciones dirigidas a cambiar las actitudes del público en relación con la salud, la seguridad y otras preocupaciones sociales, es evidente que el objetivo del trabajo, en lugar de ser la producción de comunicaciones visuales, debe centrarse en el impacto que esas comunicaciones puedan tener en las actitudes, el conocimiento y el comportamiento de la gente. Así, las comunicaciones visuales deben ser vistas como un medio, como la creación de un punto de interacción entre las situaciones existentes, las situaciones deseadas y la gente afectada. (Frascara, 2000, p.5)

O objetivo principal do movimento Arte em Ação é mobilizar e integrar pessoas criativas da região, como designers, artistas visuais e artesãos para participar de ações artísticas com o intuito de engajar a população, promover relações de solidariedade e gerar conscientização. A ideia é que a cada edição seja abordado um tema referente a questões sociais, ambientais ou de saúde pública, promovendo a troca de conhecimentos e mudanças de atitudes. A exposição pública dos cartazes acontece nos coretos, mobiliários urbanos tradicionais localizados em pontos centrais de ambos os distritos. Arte em Ação é inovador na região por ser a primeira iniciativa local com essas características.

Em 2020, primeiro ano da pandemia da covid-19, o turismo irresponsável, a falta de empatia, a resistência da população local às mudanças de hábitos, a falta de verba para sinalização, o descaso da prefeitura e o conflito do cenário político brasileiro, levaram à implementação do movimento Arte em Ação em caráter de urgência.

Tendo como base reflexões sobre contribuições sociais do Design, autonomia e intervenção urbana em autores como Renata Mattos (2017), Lia Krucken (2017) e Manzini (2008), Arte em Ação surgiu a partir das inquietações com o ambiente onde vivemos: Como usar conhecimentos em design, expertises adquiridas, para chamar a atenção dos problemas locais, engajar a população e gerar mudanças de atitudes? Como fomentar a cena artística local? Como o design pode promover solidariedade, empatia e integração? Como o design pode servir de ferramenta de mobilização social para o bem estar coletivo? Como o design pode preencher lacunas comunicacionais?

A metodologia envolve pesquisas baseadas na práxis da atividade do design. Foram realizadas investigações bibliográficas e em jornais da região, ouvidos artistas locais, proprietários de estabelecimentos, cidadãos e turistas. Em contato com as associações de moradores de Lumiar e de São Pedro da Serra, foi desenvolvido um protocolo das diretrizes das ações, tais como o convite de apoio e participação dos artistas, o planejamento da exposição, criação da logomarca do movimento Arte em Ação e formas de comunicação, distribuição e divulgação. A ação se desenvolveu com o engajamento dos artistas na produção da montagem, nas fotografias, na preparação do *release* para a divulgação e criação de sorteios. A exposição foi realizada com êxito nos coretos da região.

2 Lumiar e São Pedro da Serra

Lumiar e São Pedro da Serra, distritos do município de Nova Friburgo, são localizados na Região Serrana do estado do Rio de Janeiro e fazem parte da Reserva Ambiental de Macaé de Cima. São distritos mistos com uma grande área rural e uma pequena área urbana em crescimento tanto geográfico quanto populacional, somando juntas em torno de 12 mil habitantes.

O centro de Lumiar, de formato circular, tem um lago, duas praças com coretos em torno dos quais está o comércio local. Já no centro de São Pedro da Serra, o comércio acontece ao longo da rua principal que começa na praça onde está o coreto. Não há hospitais nem clínicas nesses distritos – apenas um pronto socorro público precário, sem leitos e com horário de atendimento restrito. As Associações de Moradores, AMA-Lumiar e AMASP, não dispõem de verbas.

Figura 1: Praça principal de Lumiar e o coreto ocupado pelo Arte em Ação 2021.



Figura 2: Praça de São Pedro da Serra e coreto.



Grande parte da população rural é de origem alemã e suíça, trazida em 1820 por D. João VI para colonizar a recém criada Nova Friburgo com a proposta de alavancar e servir de mão de obra à agricultura e à pecuária. Segundo D'Onofre (2010), sem planejamento e assentamento adequados, esses colonos foram se espalhando e criando vilarejos adjacentes, sofrendo mudanças de rotina e de hábitos, gerando um processo de aculturação. Atualmente essa população rural é, na sua maioria, de baixa renda, analfabeta e muitas pessoas vivem em situação precária.

Com o clima ameno e muitas riquezas naturais, fauna e flora abundantes, rios e cachoeiras, a região atrai pesquisadores, veranistas, turistas e praticantes de esportes radicais. Existem muitas opções de pousadas e casas para alugar. Isso tudo gera questões como turismo predatório, poluição e represamento dos rios, construção e loteamento irregulares, entre outros problemas. Não há investimentos em projetos locais.

Em Lumiar, o Fórum Popular Permanente – que mantém subgrupos, como o GT de Turismo – é uma iniciativa civil que discute problemas como a movimentação do turismo. Segundo Luiza Ottoni, afiliada a vários grupos e à AMA-Lumiar, as “demandas e as carências são tantas que os grupos não conseguem materializar as ideias”.

Apesar de Lumiar e de São Pedro da Serra serem conhecidos pela quantidade de moradores da área criativa e cultural, não há uma programação constante nem espaços culturais funcionando atualmente. A Euterpe Lumiarense, um ponto de cultura dedicado a apresentações musicais, cursos gratuitos e eventos sociais, tem funcionado com capacidade reduzida. A Oficina Mãos de Luz, que tem calendário folclórico anual e A Casa dos Saberes, que oferece cursos e projetos socioambientais, estão temporariamente fechados.

3 Covid-19 no município e nos distritos

As medidas de isolamento social no início da pandemia da covid-19 em 2020 fizeram com que as pessoas permanecessem reclusas em suas residências durante os primeiros meses. À medida que a população foi se adaptando à situação, e as restrições de circulação sendo afrouxadas, observou-se um êxodo para o interior em busca de um espaço maior e de melhor qualidade de vida. Segundo a revista Veja (2020), “o fenômeno é global – é uma reação de escapismo ao confinamento que aconteceu em capitais no mundo todo, uma maneira de liberar o *stress*”.

A falta de barreiras sanitárias permitiu a intensificação da circulação entre os municípios. No jornal A Voz da Serra de agosto de 2020 lê-se que a popularização do *home office* estimulou a migração, gerando um crescimento de 40% no mercado imobiliário de Nova Friburgo em relação ao mesmo período no ano anterior. O número de casos de covid-19 começou a crescer nos distritos.

De acordo com o jornal Brasil de Fato (2020), enquanto a prefeitura divulgava planos para a reabertura econômica, moradores de Lumiar e de São Pedro da Serra cobravam a implementação de barreiras sanitárias para reduzir a entrada de turistas. Como afirma Luiza Ottoni, “no início da pandemia estavam tendo as Bandeiras, e de alguma forma, apesar de mínimas, estavam controlando o turismo na região.”

Mesmo com o comércio fechado e decretos que proibiam hospedagens em pousadas, *Airbnb* e similares, em setembro o jornal A Voz da Serra (2020) verificou que casas passaram a ser alugadas por contratos maiores e algumas pousadas estavam sendo reservadas de forma clandestina. Apesar da ampla divulgação na mídia, as regras de segurança e prevenção contra covid-19, como o uso de máscara, estavam sendo desrespeitadas pelos turistas. Como alertado pelo jornal Brasil de Fato (2020), “muitas pessoas que optaram em ir para o interior se comportam como se estivessem de férias”.

Nos vilarejos menores, caminho de acesso às cachoeiras, a população local continuava mantendo hábitos pré-pandemia como a prosa nas ruas, o cafezinho na mercearia com os amigos – sem máscara e sem distanciamento social. Com o clima mais aquecido, a movimentação pelos vilarejos aumentou, as aglomerações se intensificaram nas cachoeiras. Sem informação pública a respeito da proteção necessária, o contato com turistas tornou-se preocupante. O hospital próximo fica em Nova Friburgo, há 40 minutos de Lumiar.

4 Arte em Ação, 2020 – segurança e prevenção contra covid-19

A partir de meados de 2020, Lumiar e São Pedro da Serra começaram a receber grande quantidade de turistas que, fugindo das metrópoles, chegavam à região desrespeitando as regras de segurança. O projeto Arte em Ação, apresentado à AMA-Lumiar, foi acolhido imediatamente por Luiza Ottoni, que forneceu o contato de 7 artistas locais. Os artistas prontamente aceitaram a proposta, de forma voluntária e Luiza se tornou uma das coordenadoras da iniciativa.

O cartaz foi a mídia escolhida por seu alto poder de visibilidade e de impacto visual. Considerado uma importante ferramenta de design, ao longo dos anos vem sendo usado como meio de expressão, de comunicação de massa, de contestação e mobilização social. Nas ruas, pode ser visto por todas as camadas da população, sendo um veículo extremamente útil em locais de baixa renda e com variados índices de analfabetismo, já que imagens podem ser tão informativas quanto o texto escrito e não há necessidade de internet para acessá-lo.

A ideia inicial do movimento Arte em Ação foi distribuir os cartazes nos estabelecimentos mais movimentados do centro e dos vilarejos. Por questões de durabilidade e praticidade na fixação, os cartazes foram impressos em lona nos formatos A2 e A3 e em papel no formato A4. Duas gráficas forneceram apoio integral, a custo zero.

A contrapartida oferecida à gráfica foi a divulgação da logomarca e do telefone em todos os banners; já para os artistas, foi oferecida a inclusão do nome e do endereço do portfólio virtual na barra inferior da sua arte. Ambos tiveram ampla divulgação nas redes sociais do evento.

A logo criada mescla tipografias serifadas em caixa baixa com tipografia bold bastão. A alternância entre o estilo redondo e itálico cria movimento e lembra pinceladas. O bold em caixa alta traz solidez e remete aos cartazes tipográficos do século XIX.

Figura 3: Logo aplicada sobre um fundo padrão, usado nas redes sociais do Arte em Ação.



Foi montado um documento com Diretrizes Técnicas para os artistas, indicando o tamanho, resolução, extensão do arquivo e modo de cor e contemplava uma explicação básica sobre como gerar imagens no computador. Havia um item sobre pró-labore, custos e direitos de uso. Para a criação, o artista deveria seguir seu próprio estilo, sendo opcional o uso de texto desde que a imagem fosse informativa e a mensagem, clara. Se o artista optasse pelo uso de texto, este deveria ser curto, objetivo e legível. A arte deveria conscientizar e sugerir novas atitudes, de acordo com os subtemas:

- A covid-19 já chegou na nossa região;
- Cuidados com o próximo; gentileza, pensar no outro;
- Empatia com os moradores e turistas;
- Solidariedade;
- Cuidado com a cidade;
- Uso da máscara, distanciamento social, não aglomeração; higiene das mãos.

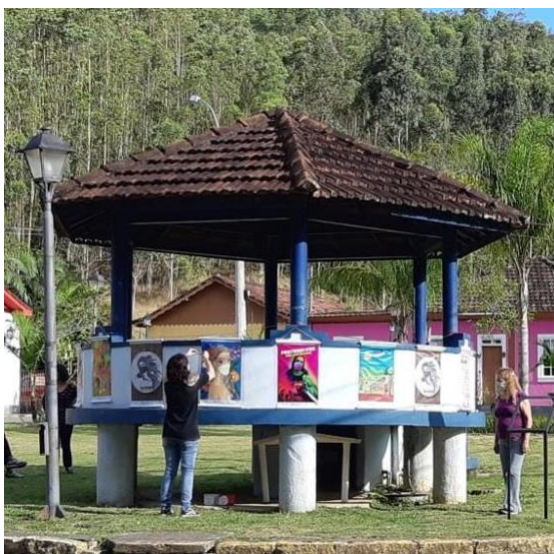
Para aplicar o crédito do artista, a logo do Arte em Ação e a logo da gráfica, foi localizada uma barra branca na parte inferior dos cartazes. Um dos banners, chamado Banner Explicativo, foi usado para diagramar o editorial, os agradecimentos e as logos dos apoiadores.

Figura 4: Cartaz de Fabrício com a barra inferior. Ao lado o Banner Explicativo.



Desde o convite aos artistas até a montagem dos banners foram necessários 25 dias. A durabilidade no coreto foi de dois meses, sendo necessário um reparo. Após esse período, os banners foram caindo e/ou sendo apropriados por terceiros. Infelizmente esse material foi perdido.

Figuras 5: Arte em Ação 2020 no coreto de São Pedro da Serra.



Figuras 6: Arte em Ação 2020 no coreto de Lumiar, 2020.

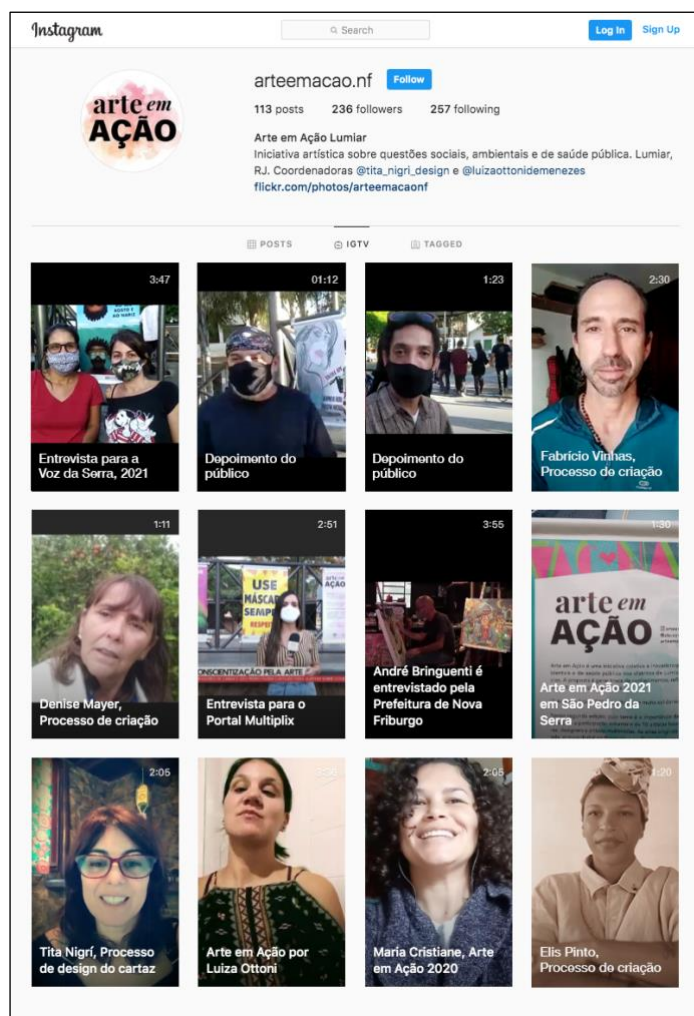


Ações paralelas, divulgação e repercussões

Um projeto como esse é como se fosse um presente, as pessoas se sentem presenteadas. Ter um evento diferente, uma exposição, uma iniciativa artística nos coretos, nas ruas, é um carinho para a região. (Luiza Ottoni, entrevista via What's app, dia 06/07/2021)

Por priorizar a imagem ao invés do texto, facilitando a visibilidade de fotos e o uso de ferramentas de interação com o público, a rede social principal do movimento Arte em Ação é o Instagram. No IGTV são disponibilizados vídeos sobre os processos de elaboração dos cartazes, entrevistas realizadas com os artistas e com a população local e as campanhas de engajamento. Arte em Ação foi matéria de vários jornais locais e online, como A Voz da Serra e Na Rede com Scheila e forneceu entrevistas para os canais TV Multiplix e InterTV. Além de ter sido compartilhado em diversas redes sociais.

Figura 7: Vídeos do IGTV no Instagram.



Aprendizado: problemas e possíveis soluções

Segundo Manzini (2008), as mudanças de comportamento que geram inovação social referem-se à maneira como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades e geralmente emergem através de processos organizacionais “de baixo para cima”. Para ele, as iniciativas locais desempenham, cada vez mais, papéis cruciais para romper padrões consolidados, guiando a novos comportamentos e modos de pensar. As iniciativas criativas podem ser vistas como laboratórios de ideias, onde a cada experimento pode-se aprender algo “se formos capazes de reconhecer seu valor” (p.61).

Desta forma, ao longo da produção e da execução do movimento Arte em Ação foram encontrados e avaliados alguns problemas e elaboradas as possíveis soluções:

Tabela 1: Temática, problemas e soluções.

Temática	Problema	Solução
Sobre a participação e inscrição dos artistas	Os artistas foram convidados diretamente. Desta forma, outros artistas não tiveram oportunidade, gerando reclamações.	É importante que haja uma campanha pública de Chamada de Artistas, com inscrição acessível a todos.
Sobre as Diretrizes Técnicas	Mesmo tendo recebido orientações, os artistas tiveram dúvidas sobre como elaborar a arte, escanear ou fotografar, como obter uma imagem de qualidade e com boa resolução, etc...	É importante elaborar um passo a passo mais detalhado, ter o apoio de uma papelaria ou <i>lan house</i> onde as artes feitas em suporte físico possam ser escaneadas.
Sobre o conteúdo informativo dos cartazes – o texto como item opcional	Algumas artes sem texto não foram muito informativas, esses cartazes acabaram sendo tomados por peças decorativas e furtados (ver a figura 8)	É importante enfatizar o uso de texto e sugerir frases prontas.
Sobre o descarte dos banners	Com o tempo as presilhas dos banners foram caindo e os banners se deteriorando e sumindo.	A exposição deve durar dois meses. Neste período é importante engajar a população para fazer reparos.
	Banners são feitos com PVC e outros componentes tóxicos. O descarte na natureza gera lixo e impacto ambiental, levando anos para se decompor.	Os banners devem ser recolhidos e reutilizados em oficinas de reciclagem numa próxima edição do Arte em Ação.
Sobre a exposição dos banners	A solução de expor os banners somente em estabelecimentos, além de não ser democrática, teve limitações por questões arquitetônicas.	O uso do mobiliário urbano foi a melhor solução já que os coretos estão em pontos estratégicos e democráticos, de muita circulação e visibilidade.

Figura 8: Exemplo de cartaz sem informação textual.



5 Arte em Ação e a vacinação, segunda edição, 2021

A retomada do movimento Arte em Ação foi sugerida em uma reunião do GT de Turismo, no dia 20 de abril, que discutiu os problemas advindos do turismo e da covid-19. Diante do convite da AMA-Lumiar, e dado que o assunto tratado no momento era a vacina e a dificuldade de adesão dos moradores, foi decidido priorizar a importância da vacinação como tema principal e o uso da máscara como um tema secundário.

Considerando as avaliações feitas ao final do evento anterior, foram implementadas adaptações em todo o processo, gerando diferenciais nesta nova edição. Sem verba e diante do interesse dos GTs, foi feita uma campanha por meio do Instagram e do What's app para engajar apoiadores. Foram sugeridos dois valores de cotas oferecendo como contra partida ou a inclusão do nome em uma lista nos *posts* das redes sociais ou a inclusão da logo do apoiador no Banner Explicativo. Ao final, foram engajados 30 apoiadores, entre estabelecimentos e pessoas físicas, e foi conseguido um desconto de 50% no custo das impressões.

Visando democratizar mais a iniciativa e integrar um maior número de artistas, foi elaborada a Chamada de Artistas em duas versões, uma online divulgada pelo Instagram, Facebook e em grupos de What's App; e uma impressa, afixada na padaria, bares e restaurantes. Sem tempo para desenvolver uma linguagem específica neste início da campanha, foram usadas imagens e fotos da edição anterior – o que por um lado criou uma identificação e uma lembrança da iniciativa, ajudando no processo de inscrição.

Figura 9: Uma das versões da chamada de Artistas.



O processo de inscrição e aprovação foi dividido em duas fases com o objetivo de permitir a eliminação de artes que não estivessem de acordo com as Diretrizes. A primeira fase, inscrição, foi realizada via Google Forms. Além dos espaços para o cadastro, este formulário tinha informações essenciais como direitos autorais, uso de imagem, ausência de verba e o caráter eliminatório da segunda fase. Foi estabelecida uma parceria com a *lan house* de Lumiar para que todos os interessados tivessem acesso gratuito à internet para o preenchimento e envio do formulário.

Foram inscritos 16 artistas, sendo, 3 designers gráficos; 2 ilustradores; 1 grafiteiro; 1 artista digital; 1 web designer; 3 artistas visuais; 2 artistas naifs; 3 artesãs e 1 jovem de 15 anos. 13 são moradores fixos e 3 são veranistas com propriedade na região. Essa quantidade se manteve até o final.

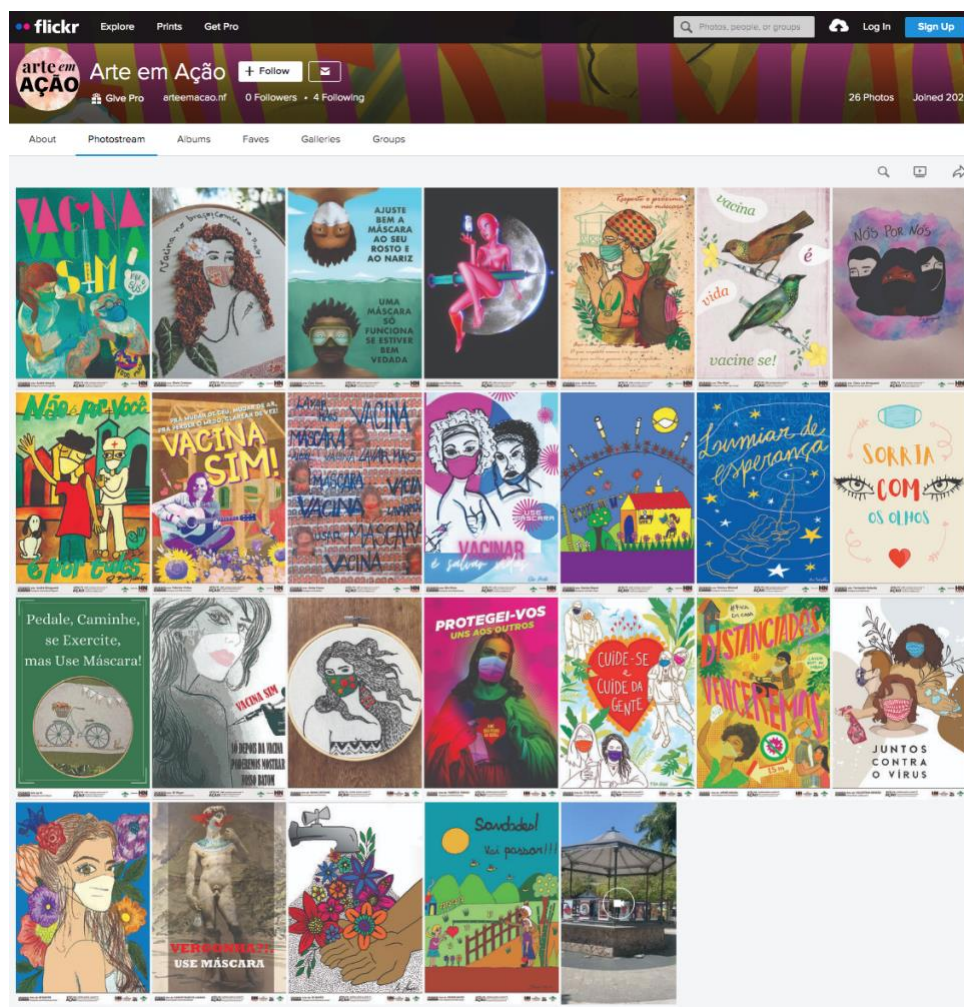
Na fase 2, cada participante recebeu o documento de Diretrizes Técnicas, revista e acrescida com informações mais detalhadas, de acordo com as lacunas identificadas anteriormente. O passo a passo foi ilustrado com os cartazes da edição passada, fornecendo exemplos claros e didáticos. Foi estabelecido um segundo apoio da *lan house* possibilitando o escaneamento gratuito de originais feitos em suporte físico e o envio da arte em alta resolução por e-mail. O documento das diretrizes sugeriu fortemente o uso de frases como “vacinar é salvar vidas”, “aqui usamos máscaras, faça o mesmo”. Os artistas tiveram 20 dias para criar a arte e enviar para a aprovação.

Além disso, foram produzidos e enviados aos artistas três vídeos: (1) Orientações sobre como criar um documento do zero no Photoshop com o modo de cor, o tamanho e a resolução certas; (2) Orientações de como fotografar uma arte feita em suporte físico; (3) Orientações de como gerar um cartaz usando o Canva, um aplicativo fácil, gratuito e online.

Sobre os Direitos Autorais e uso de imagem, foi usada a licença Creative Commons BY-NY-ND com as seguintes permissões e restrições: o cartaz pode ser compartilhado, divulgado ou impresso desde que o crédito de autoria seja sempre atribuído (a barra inferior deve ser mantida); a arte nunca poderá ser usada para fins comerciais e se a arte for editada, a versão não poderá ser distribuída.

Foi criado também um repositório de cartazes no site Flickr onde qualquer pessoa pode acessar e baixar em alta resolução todos os cartazes do Arte em Ação. O repositório tem o intuito de beneficiar qualquer comunidade do planeta, ampliando o alcance do evento, além de divulgar o trabalho dos artistas e os distritos de Lumiar e de São Pedro da Serra.

Figura 10: Arte em Ação no Flickr, com 16 cartazes de 2021 e, abaixo, 8 cartazes de 2020.



Para distribuir os cartazes em mais espaços e potencializar a reflexão do público, foi agregado um terceiro coreto em Lumiar. Um muro foi usado como suporte para impressões maiores no estilo lambe-lambe e foram realizadas projeções dos cartazes, de fotos e dos vídeos. Houve ainda o

compartilhamento no Instagram e no Youtube de vídeos feitos pelos próprios artistas sobre seus processos de elaboração do cartaz. Também foi feita uma campanha de conservação da exposição, onde o público foi mobilizado a fazer pequenos reparos como a substituição das presilhas, prolongando a vida útil do banner e evitando sua perda. Foram realizados sorteios entre artistas e apoiadores.

6 Design, ferramenta de mobilização social

Ao longo da história, arte e design vêm desempenhando um papel importante para divulgar, conscientizar e engajar a população. De acordo com Gonzalez (2013), Sachetta (2012) e Siegel & Morris (2010), o cartaz tem sido veículo fundamental para o êxito de grandes movimentos mundiais, ações coletivas ou individuais, no âmbito político, social, ambiental e de saúde pública.

A popularização das novas formas de comunicação de massa como a televisão e, posteriormente, a tecnologia digital e a internet impactaram consideravelmente o meio visual, nas formas de criar, reproduzir e de compartilhar informações. O cartaz vem acompanhando essa evolução, passando sempre por aperfeiçoamentos em sua linguagem, materiais, técnicas e tecnologias, o que viabilizou outros formatos e meios de divulgação, de impressos a virtuais. O cartaz foi ganhando novos *status* e adeptos, sendo usado como meio de contestação, ativismo, campanhas pela diversidade de gênero e contra discriminações e violência. Com a pandemia do coronavírus, artistas, iniciativas civis, coletivas e globais têm usado o cartaz para divulgar informações. O Arte em Ação se inspira em movimentos como *Stay Sane*, *Stay Safe*, *Poster for Tomorrow* e *Green Patriot Poster*.

Longe de ser uma atividade neutra, o design não pode negar sua importância social e política, no desenvolvimento de um imaginário e de visões de mundo possíveis, como aponta Lia Krucken (2017) sobre as contribuições sociais do design. Krucken discorre que, no design, a habilidade visionária (antecipatória), a capacidade de integrar as dimensões semântica e técnica-operativa e as competências de identificar problemas e traçar estratégias de ação, de desenvolver e gerenciar projetos, de articular redes, parcerias e integrar pessoas são fundamentais para gerar transformações sociais, promover melhorias e inovações locais. Entre as contribuições, ela destaca que o designer pode promover a interação entre atores em ações de resistência, seja em defesa dos direitos dos cidadãos, da qualidade de vida, ou de alternativas sustentáveis (ambiental, econômica, cultural e social); pode usar o espaço público de forma criativa para promover uma melhoria da relação com o lugar, valorizar o patrimônio cultural e fortalecer o sentido de pertencimento; empoderar produtores, apoiadores, cidadãos; ativar processos de “pesquisa-ação-projeto” (investigação e ação), entre outros.

Segundo Renata Mattos (2017) a abordagem do Design Social migra o papel do designer da posição subordinada à produção industrial e ao consumo agressivo, para um agente ativo, com

autonomia e consciência, que atua como facilitador para a melhoria da qualidade de vida. Nessa abordagem, os projetos de design prezam pelo trabalho cooperativo, privilegiando a diversidade, o contexto, as interações, o desenvolvimento sustentável e a inclusão social.

Reforçando a importância da autonomia, intervenção urbana e contribuições sociais do design, as duas edições do movimento Arte em Ação conseguiram ser uma resposta às inquietações e obteve resultados significativos, tais como:

- Solidariedade, engajamento e confiança da população, unindo 30 apoiadores, entre estabelecimentos e pessoas físicas o que viabilizou a iniciativa artística coletiva, feita por todos e para todos;
- Solidariedade, engajamento e confiança dos artistas que participaram sem benefícios financeiros;
- Integração e troca de conhecimentos entre artistas que não se conheciam, gerando parceria, colaboração e representatividade;
- Valorização de um saber-fazer local, fortalecimento da potência artística;
- Sinalização, divulgação de informações essenciais preenchendo uma lacuna de forma original, inovadora e promovendo reflexão, conscientização e mudanças de atitudes.
- Uso de mobiliário urbano tradicional como espaço expositivo público, de forma democrática, acessível e visível, permitindo a interação entre arte e público e a valorização do patrimônio cultural;
- Engajamento da população na manutenção dos coretos; empatia, cuidado com a cidade e com a própria exposição.
- Repercussão e divulgação nas mídias particulares, espelhando a importância do Arte em Ação para a região;
- Disponibilização da arte dos cartazes em alta resolução em um repositório online, cujo acesso irrestrito poderá beneficiar qualquer comunidade no planeta.
- Fomento cultural em uma região carente de eventos públicos e artísticos.

Para Paulo Freire (1979, p.26) “a conscientização não pode existir fora da práxis, ou melhor, sem ação/reflexão. Esta unidade dialética constitui, de maneira permanente, o modo de ser ou de transformar o mundo que caracteriza os homens”. Não basta ter consciência, mas sim, produzir conscientização.

Estar imerso no contexto, observar os problemas, criar relações, avaliar as deficiências, reconhecer, trocar ideias, aprender e aprimorar são etapas fundamentais no processo de Design social. Sem vínculos governamentais ou comerciais – e distante da área de interesse do consumo – o movimento Arte em Ação demonstra um exercício de design socialmente engajado, colaborativo, consciente e contestador. Um design que tem a responsabilidade social como construção do bem-estar coletivo.

Agradecimento

Cabe um agradecimento a todos os artistas, apoiadores e colaboradores do Arte em Ação.

Referências

A Voz da Serra (2020). Disponível em <https://avozdaserra.com.br/noticias/moradores-voltam-denunciar-aglomeracoes-de-turistas-sem-mascaras-em-lumiar>

_____ (2020). Disponível em <https://avozdaserra.com.br/noticias/procura-por-imoveis-em-friburgo-ja-cresceu-cerca-de-40-este-ano>.

_____ (2020). Disponível em <https://avozdaserra.com.br/noticias/feriadao-com-aglomeracoes-e-desrespeito-ao-distanciamento-social>

Brasil de fato. (2020). Disponível em <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/08/moradores-do-interior-do-rio-denunciam-fluxo-preocupante-de-turistas-durante-pandemia>

Revista Veja (2020), nº 2689. Disponível em <https://veja.abril.com.br/ideias/para-quem-pode-a-casa-de-campo-ou-na-praia-e-bom-pouso-no-confinamento/>

Mattos, R. (2017). Cap. 2 *Um olhar sobre o design social e a prática do design em parceria* (pp.19-28). En Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil. Organização Alfredo Jefferson de Oliveira, Carlo Franzato, Chiara del Gaudio. Blucher.

Krucken, L. (2017) Cap. 25 *Ecovisões sobre design e território*. En Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil (pp.327-334). Organização Alfredo Jefferson de Oliveira, Carlo Franzato, Chiara del Gaudio. Blucher.

_____ (2017) Cap. 28 *Conexões criativas entre pessoas e lugares: possíveis ações do designer em projetos no território* (pp.359-372). En Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil (livro eletrônico). Organização Alfredo Jefferson de Oliveira, Carlo Franzato, Chiara del Gaudio. Blucher, 2017. <https://openaccess.blucher.com.br/article-list/9788580392661-351/list#undefined>

Carneiro, M. J., & Palm, J. L. (2016). *Modos de vida de agricultores familiares de montanha: um estudo de caso em São Pedro da Serra – Nova Friburgo – RJ* (pp.180-202). Iluminuras, Porto Alegre, v.17, jan/jun, 2016. Disponível em <http://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/64566>

Sachetta, V. (2012). *Os cartazes desta história: memória gráfica da resistência à ditadura e da democratização (1964-1985)*. Instituto Vladimir Herzog e Escrituras Editora.

D'Onofre, D. G. (2010). *A ferrovia que constituiu um destino turístico no século XIX, a estrada de ferro Leopoldina e Nova Friburgo*. Preserve, 2010. Disponível em http://www.academia.edu/361630/a_ferrovia_que_constituiu_um_destino_turistico_no_sculo_xix_a_estrada_de_ferro_Leopoldina_e_nova_friburgo

Siegel, D., & Morris, E. (2010). *Green Patriot Posters, images for a new activism*. Metropolis Books, 2010.

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2009). *História do Design gráfico*. Cosac Naify.

Manzini, E. (2008). *Design para inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Cadernos do Grupo de Altos Estudos, vol.1. Editora E-Papers.

Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Editora Infinito.

Freire, P. (1979). *A conscientização, teoria e prática da libertação – uma introdução ao pensamento de Paulo Freire*. Editora Cortez e Moraes.

Lumiar. (n.d.). Disponível em <http://www.lumiar.net.br/informacoesgerais.htm>

Poster For Tomorrow. (n.d.). Disponível em <http://www.posterfortomorrow.org/>

Sobre as autoras

Christiane Camara de Almeida (Tita Nigrí), Doutoranda em Design, LabCom, PPG-Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Brasil, titanigridesigner@gmail.com

Vera Lúcia Nojima, Doutora em Design, LabCom, PPG-Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Brasil, nojima@puc-rio.br