

## 2.

### **Design e cidadania: relação e primeiros questionamentos**

Buscando contribuir para uma discussão conceitual a respeito da relação design e cidadania e fundamentada na percepção de que esta relação pode ser vista, a partir de perspectivas bem distintas, a fase investigativa apresentada neste capítulo se propôs a levantar, estudar e analisar publicações recentes que trataram do tema.

Durante a revisão bibliográfica descrita acima, três distintos “olhares” puderam ser percebidos. Com o intuito de melhor apresentar estas diferentes abordagens, este capítulo se divide em quatro sessões. São elas: 1) Sobre a atuação do designer e sua responsabilidade social, profissional e artística; 2) Sobre o projetar cidadania e a relação Estado/cidadão; 3) Sobre o projetar efeitos cidadãos; 4) Considerações parciais.

#### 2.1.

##### **Primeiro “olhar”: a atuação do designer e sua responsabilidade social, profissional e artística**

O primeiro “olhar” escolhido para integrar este trabalho tem como base o conteúdo apresentado na obra intitulada *Citizen Designer, Perspectives on Design Responsibility* (2003), editado pelo designer gráfico e escritor Steven Heller e pela escritora Véronique Vienne. O livro se expôs relevante por dois motivos: seu título, formado pelas palavras “designer” e “cidadão” e seu próprio ponto de vista sobre a relação, que a vê através da responsabilidade social do designer enquanto profissional, cidadão e artista.

*Citizen Designer* é uma compilação de textos escritos, em sua maioria, por designers gráficos, que relacionam o termo cidadania à atuação em design. A ideia central dos quarenta artigos reunidos na obra é o clamor por uma visão mais crítica e ética na profissão, ou seja, por um profissional socialmente responsável.

Da obra, os textos selecionados para serem trabalhados aqui foram: 1) a Introdução, escrita por Steven Heller; 2) o artigo *Good Citizenship: Design as a Social and Political Force* (2003), da designer gráfica americana e professora da Academia de Artes de Cranbrook, Michigan, Katherine McCoy.

Começamos, então, pela introdução. O texto de Steven Heller se inicia, citando o conhecido designer gráfico Milton Glaser, que diz: “Bom design é boa cidadania”. A partir daí, examina a relação entre design e cidadania, arguindo:

Isso então significa que um bom design é uma obrigação indispensável para a sociedade e para a cultura a qual os designers são cidadãos? Ou isso sugere que o design possui propriedades inerentes que, quando aplicadas de maneira responsável, contribuem para um bem-estar que pode suportar a vida de todos como cidadãos? (Heller, 2003, p.IX).

Heller (2003) questiona forma, estética e usabilidade, para entender o que seria este “bom design”. E, deste ponto em diante, fica fácil perceber que a definição sugerida por Glaser não só se afasta de um design conceitualmente perfeito em estilo, como se aproxima de um design constituído através de uma postura crítica de seu criador, definindo, assim, o design ruim como aquele acrítico.

[...] “bondade” é algo subjetivo e alguém pode ser um bom (ou ótimo) designer sem necessariamente ser um bom cidadão. Mas se o bom design (independente de estilo) adicionar valor para uma sociedade, seja impulsionando o ambiente cultural ou mantendo o *status quo* em um nível alto, então design e cidadania devem se manter juntos (Heller, 2003, p.IX).

Nesta conjuntura, Heller (2003) expõe as dificuldades de se relacionar a questão da responsabilidade social do designer ao conceituar/produzir produtos e serviços com o mercado de trabalho. Segundo o autor, a saída para que designers não produzam produtos impecáveis para empresas corruptas, por exemplo, seria através da existência, nos designers, de “boas bases morais”.

Heller (2003) também sinaliza para a impossibilidade de os designers investigarem seus clientes para saber se os negócios para os quais vão trabalhar são corretos ou não. Por isso, responsabiliza também os usuários por suas escolhas.

Um designer tem que ser, profissionalmente, culturalmente e socialmente responsável pelo impacto de seus produtos nos cidadãos. Mas cada bom cidadão tem que entender também que suas respectivas ações terão reações (Heller, 2003, p.X).

Para concluir, Heller (2003) cita o questionário feito por Milton Glaser em 2001, buscando entender a própria “prontidão para mentir” dos designers, em suas atuações. O questionário apresenta ações, muitas vezes comuns no campo do design, como: desenhar embalagens que pareçam maiores na prateleira; desenhar para crianças - e de forma atrativa - embalagens cujos conteúdos possuam pouco

valor nutritivo e alto nível de açúcar; ou desenhar a propaganda de um produto cujo uso frequente pode resultar na morte de seus usuários.

Seguindo para o texto de Katherine McCoy (2003), passamos, ainda dentro da ótica da responsabilidade do designer, a observar a relação design e cidadania, pelas lentes da educação. Em seu artigo, McCoy (2003) critica a falta de envolvimento sócio-político-cultural dos designers americanos contemporâneos, defendendo a bandeira de que o design não é um processo neutro e sem valor. A professora recrimina a imparcialidade, ao mesmo tempo em que aponta a educação como solução para a importante questão, já inserida na introdução de Heller (2003), e que permeia a discussão levantada por ela: “É possível configurar a prática em torno de clientes não comerciais ou introduzir conteúdos sociais em trabalhos mercantis?” (McCoy, 2003 p.6).

O texto de McCoy (2003), assim como a maioria dos artigos incluídos em *Citizen Designer*, prende-se à questão da importância de designers conscientes sobre suas atuações. Dentro disso, McCoy censura a formação voltada apenas para a solução de problemas mercadológicos e sugere o desenvolvimento de grades que estimulem o pensamento crítico na formação de um designer.

Na tentativa de mensurar as consequências de uma atuação profissional acrítica, McCoy (2003) coloca em xeque a liberdade de expressão, ao afirmar que “mais problemático do que ter sua liberdade cortada é o fato de nem mesmo perceber que esta liberdade lhe foi tomada”. E, assim, levando diretamente o tema para a formação do designer gráfico, ela retorna sua posição sobre o desenvolvimento de visões sócio-político-culturais críticas nas escolas de design:

Quantos designers gráficos hoje sentiriam se suas liberdades de expressão lhes fossem tomadas? A maioria de nossos colegas nunca exercitou seus direitos de comunicar sobre assuntos públicos [...]. Remova nossa liberdade de discurso e os designers gráficos nunca vão nem mesmo notar. Nós treinamos um profissional que acredita que preocupações políticas e sociais ou são alheias ou inapropriadas ao nosso trabalho (McCoy, 2003, p.3).

McCoy (2003) volta-se para o ano de 1968, para lembrar a atmosfera de “neutralidade” de seu primeiro ano de trabalho no escritório de design *Unimark International*, onde, segundo ela, o designer gráfico tinha que ser “um transmissor neutro da mensagem do cliente” (McCoy, 2003, p.3). E aponta para o racionalismo objetivo da *Bauhaus* como premissa para esta formação

descompromissada em design. Ela acredita que: “O mito da objetividade infelizmente fez muito por desgastar o designer” (McCoy, 2003, p.4)

Um ponto importante sobre a relação entre design e cidadania pode nascer a partir das colocações de Katherine McCoy (2003) a respeito do Modernismo. Seguindo o raciocínio da autora, a formação moderna que culminou mais tarde na tradução do design como uma atividade também estratégica e de solução de problemas teria “padronizado” a formação em design e, assim, prejudicado o surgimento de profissionais críticos e responsáveis no contexto sócio-político-cultural de suas atuações.

O ponto de vista da autora faz todo sentido, mas deve ser considerado com cautela, dentro do contexto proposto por seu artigo. Não seria de bom senso, por exemplo, acreditar que, em função desta correlação, seria necessário abrir mão do pensamento estratégico em design para se desenvolver designers responsáveis e críticos na atualidade. Essa relação não faria sentido e McCoy (2003) também aponta para este raciocínio ao dizer:

Sim, nós somos solucionadores de problemas, respondendo às necessidades dos clientes. Mas nós precisamos considerar quais problemas nós resolvemos. Deve um designer ajudar a vender cigarro ou álcool, ou projetar uma biblioteca de memória presidencial para um homem que lê somente romances *cowboys*? Design não é um processo neutro e sem valor (McCoy, 2003, p.5,6).

Outro aspecto interessante do texto de McCoy (2003) é o fato de este sugerir, mesmo que de leve, um design não somente responsável - e que cria produtos não prejudiciais -, mas também um design que pensa produtos/serviços para encorajar seus usuários em processos responsáveis.

Nós não podemos suportar ser passivos mais. Designers têm que ser bons cidadãos e participar na construção de nosso governo e sociedade. Como designers, nós podemos usar nossos talentos e habilidades particulares para encorajar outros para fazer e participar também (McCoy, 2003, p.2).

Esta frase de McCoy (2003) nos ajuda a ampliar o olhar sobre a relação design e cidadania, deslocando o foco do ponto da responsabilidade social do designer, diretamente para os efeitos sociais que produtos/serviços podem gerar sobre seus usuários.

## 2.2.

### Segundo “olhar”: projetando cidadania e a relação Estado/cidadão

Posteriormente, o segundo “olhar” escolhido para a presente análise foi o do texto *Introduction: Design and citizenship* (2010), da professora do Departamento de Política e Relações Internacionais da Universidade de Lancaster, no Reino Unido, Cynthia Weber. Único texto encontrado por esta pesquisa que explicita, já em seu título, a existência de uma relação entre os temas design e cidadania. O texto tem como base de sua análise o produto/serviço do design e não somente a postura do designer, como nas perspectivas apontadas em *Citizen Designer* (2003).

É que para tecer sua argumentação, Weber (2010) parte da apreciação de dois produtos considerados fruto da união entre design e cidadania. Um deles é o colaborativo *Touching the State*, concebido pelo programa *RED* do *Design Council* britânico em parceria com o Instituto de Pesquisa em Políticas Públicas (IPPR), em 2004. O outro é o projeto *Casa Segura*, de autoria do artista e designer americano Robert Ransick (2007). Ver mais respectivamente em: <http://www.designcouncil.info/mt/RED/citizenship/> e <http://robertransick.com/cs.htm>.

Encomendado pelo governo britânico, o primeiro projeto baseou-se no desejo de ampliação, através do design, do sentimento de cidadania nos ingleses. A ideia divulgada oficialmente foi a de que é preciso envolver as pessoas nos processos do Estado, para que, tanto suas necessidades sejam providas quanto o Estado tenha legitimidade no que faz.

O projeto contou com a colaboração de oito cidadãos, que relataram - através de entrevistas - suas jornadas, ao participar de uma das três possibilidades de “encontros com o Estado”, oferecidas pelo programa: o voto, o serviço jurídico e a cerimônia de nova cidadania britânica. O resultado se concretizou através de protótipos<sup>1</sup> de produtos e serviços de design, que propuseram melhorias nos processos de cada um dos “encontros com o Estado”. Um deles foi o cartão de

---

<sup>1</sup> Os protótipos de *Touching the State* foram concebidos por designers, através de desafio lançado à classe, durante a execução do projeto. Eles foram criados em cima dos pontos sugeridos pelos oito cidadãos participantes como pontos negativos em suas experiências com relação a um dos três “encontros com o Estado”: o voto, o serviço jurídico e a cerimônia de nova cidadania britânica.

lealdade ao Estado<sup>2</sup> - por meio do qual, os cidadãos podiam acumular pontos através de ações como votar, prover um serviço comunitário ou passar o feriado em seu país. Outro exemplo foi o irreverente sinal de luz, no estilo *Batman*, voltado a encorajar os eleitores a votar no dia das eleições.

**Figura 9:** Sinal de luz, estilo *Batman*, proposto no projeto *Touching the State* (2004)



Fonte: Foto de divulgação/ Internet

Já *Casa Segura*, fruto de uma expressão artística e não de uma solicitação comercial, foi um projeto voltado para o problema dos imigrantes que atravessam o deserto de Sonora, Arizona, EUA. A ideia foi tentar diminuir o número de mortes por fome e sede, daqueles que se arriscam na empreitada, além de proteger os donos das terras que têm suas propriedades invadidas pelos forasteiros e, também, promover o sentimento de reconhecimento entre imigrantes e fazendeiros da região.

*Casa Segura* tomou a forma de uma cabana - provida de água e alimentos não perecíveis e uma tela de computador - instalada em uma das propriedades próximas à fronteira entre Estados Unidos e México, para servir de abrigo a quem dela precisasse. O projeto teve como intuito salvar, proteger e ainda instigar

<sup>2</sup> O cartão de lealdade ao Estado em *Touching the State* propôs que os pontos acumulados pelos cidadãos em suas ações “pelo Estado” poderiam ser utilizados na obtenção de descontos no pagamento de impostos.

sentimentos de gratidão, ao disponibilizar computador por meio do qual os “ajudados” seriam estimulados a agradecer a quem lhes havia amparado.

**Figura 10:** *Casa Segura*, do artista plástico e designer americano Robert Ransick (2007)



Fonte: Foto de divulgação/ Internet

Como professora do departamento de Política e Relações Internacionais, Weber (2010) parte de perspectiva questionadora sobre a atuação do Estado na promoção de cidadania. Assim, em sua análise sobre os projetos, a autora critica o britânico *Touching the State*.

Segundo ela, o projeto, que almejou ampliar o sentimento de cidadania dos ingleses apenas se empenhou em resolver o problema de falta de participação enfrentado pelo Estado no Reino Unido, além de “pacificar” os cidadãos. Ou seja, foi um projeto de melhoria de produtos/serviços do Estado, que buscou somente legitimá-lo. Ela diz:

Quanto, especificamente, o design de *Touching the State* faz tanto para pacificar os cidadãos quanto para envolvê-los, e como a participação cidadã possibilita ao Estado clamar por legitimidade, talvez a única e real preocupação dele em cima do tema deficiência de participação cidadã? (Weber, 2010, p.2).

Weber (2010) aponta como razão para os resultados, segundo ela, ruins do projeto, o fato de ele: ter servido somente aos interesses do Estado, ter tido o

Estado como cliente e ter reduzido o significado de cidadania à relação Estado-cidadão.

Em sua crítica, Weber (2010) cita as declarações contrárias à premissa de *Touching the State*, de usar o design para criar ou ampliar sentimentos de cidadania, feitas pelo reconhecido designer inglês, Thomas Heatherwick, no próprio documento oficial de *Touching the State*, editado por Hilary Cottam *et al.* (2004). Thomas, que integrou a comissão de designers do projeto, finalizou sua participação, afirmando:

Pode o design criar ou ampliar sentimentos de cidadania? A resposta é não. Design pode somente melhorar a qualidade de algumas das experiências que uma pessoa pode ter sendo cidadão - melhores sinalizadores nas estações de voto são um exemplo (Cottam *et al.*, 2004, p.53).

Já em sua análise sobre o projeto *Casa Segura*, Weber (2010) diz acreditar que ele representa verdadeiramente um projeto de design e cidadania, apesar de não ter se focado nos “encontros formais entre Estado e cidadãos”, não ter questionado maneiras de melhorar estes encontros, não ter limitado essencialmente ao Estado a promoção de ações cidadãs e, ainda, sequer ter mencionado a palavra cidadania em todo seu escopo.

Eu arguiria fortemente que o projeto de Ransick é sobre cidadania[...]o projeto permite a cidadãos e não cidadãos potencialmente redesenhar formas alternativas de engajamentos cidadãos/não cidadãos, humanos, nãoagressivos, sustentados e interessados mutuamente.[...]Onde *Touching the State* considera a sociedade civil irrelevante, *Casa Segura* a vê como um lugar de negociação para certos problemas criados pelo Estado entre cidadãos e não cidadãos (Weber, 2010, p.5,6).

A autora também questiona o poder de análise e a habilidade de resolução de problemas dos designers em *Touching the State*, pelo fato de, segundo ela, eles não terem percebido que o projeto estava amarrado aos interesses do Estado. Ela fala também do problema da atuação profissional do designer em relação ao desejo dos clientes e reduz a ação dos designers, no projeto, à de florear, visando, antes, melhorar a imagem do cliente, do que entender e resolver os problemas envolvidos.

Depois de comparar os dois projetos, Weber (2010) reflete sobre o design, a cidadania e a relação entre design e cidadania. Ela aponta, então, o design como uma atividade essencialmente política e a defende na constituição de formas imateriais e menos tangíveis, como serviços públicos.

A partir daí, Weber (2010) se volta para um discurso bem amplo sobre design e cidadania e para o desenho de sociedade e cidadãos. A autora argumenta que:

Design também tem muito a nos dizer sobre o fazer e o desfazer de cidadãos e cidadanias em relação a Estados e sociedades, porque design é em si um conceito orientado a processos. Ao estudar como os projetos são produzidos, distribuídos, utilizados (de forma correta e incorreta) e de forma abusiva nas interseções entre design e cidadania, temos indicadores de como algumas populações são concebidas dentro e fora do conceito de cidadania; de como arranjos sociais como comunidades, nações e Estados são constantemente projetados e redesenhados através do redesenho de cidadãos e não cidadãos e suas interações em Estados e sociedades civis; de como novas tecnologias são usadas para valorizar alguns cidadãos enquanto fazem outros mais vulneráveis; e de como geografia e história diferentemente desenham cidadãos e cidadanias em relação a Estados, sociedades e não cidadãos (Weber, 2010, p.10).

O caminho descrito por Weber (2010), para a relação entre design e cidadania é amplo e ultrapassa, por vezes, algo que possa ser constituído através de projetos de design. Este mesmo caminho serve, porém, para ampliar os horizontes da atuação. É que as críticas de Weber, além de tocarem no ponto da responsabilidade e da ética na concepção de projetos - já levantados no livro *Citizen Designer* (2003) -, tratam ainda tanto da inevitável intangibilidade de alguns produtos, quanto da importância dos efeitos sociais gerados pela produção em design.

A crítica de Weber ao projeto *Touching the State*, inclusive, se aporta muito nesta última questão: de como o projeto, mesmo voltado a gerar efeitos sociais cidadãos, falhou no quesito “olhar crítico”, já que, segundo a autora, os designers responsáveis acabaram se envolvendo mais com o desejo de seu cliente - o Estado - do que em verdadeiramente gerar cidadania.

Mas a avaliação que Weber (2010) faz ao dizer que *Touching the State* não se enquadraria como projeto de design que favorece ações cidadãs apoia-se na própria complexidade de significação do termo cidadania. Fundamentado em noções de direitos e deveres dos indivíduos em sociedade, e também em sentimentos de pertencimento, responsabilidade, participação e engajamento, o termo pode ser associado tanto às relações Estado-cidadãos, quanto às relações cidadãos-cidadãos.

Neste sentido, não se pode deixar de ponderar que, se analisado sob a perspectiva que associa o significado de cidadania à relação Estado-cidadão, *Touching the State* pode ser visto como um projeto de design que favorece ações

cidadãs de sucesso. Ou não poderiam ser chamados de cidadãos os atos de votar, de participar de um júri ou de participar de uma cerimônia de nova cidadania? Ou não poderiam ser considerados atos de cidadania os atos de participar, de conhecer e de opinar em processos que envolvem o cidadão e o Estado?

As arguições acima não desmerecem a contribuição importantíssima do trabalho de Weber (2010) para um discurso sobre design e cidadania a ser construído por designers e não pretendem, de forma alguma, contestar as conclusões da autora. Esta pesquisa, inclusive, compartilha da mesma percepção de cidadania que a autora - que extrapola a relação Estado-cidadão..

Ao contrário disso, estas considerações querem apenas apontar para a complexidade de associação das palavras design e cidadania, que somente, neste capítulo, foi abordada através de duas vertentes distintas: a que a enxerga, ocorrendo por meio de um designer cidadão; e a que a enxerga, ocorrendo através da promoção de cidadania em projetos de design.

### **2.3. Terceiro “olhar”: projetando efeitos cidadãos**

Representando o terceiro “olhar”, dois artigos do atuante designer argentino e professor emérito da Universidade de Alberta, Jorge Frascara, foram escolhidos: *People-centered design - Complexities and uncertainties* (2002), e *Comunicação para mudança: estratégias e dificuldades* (2009). Os textos mostraram-se relevantes para a presente pesquisa, por representarem a ideia de que o design pode tanto suportar quanto incentivar atitudes cidadãs, e de que estas atitudes cidadãs podem se representar também através de práticas em torno de relações cidadão-cidadão, e não somente através de práticas em torno de relações Estado-cidadão.

Iniciemos a análise dos textos de Jorge Frascara por seu artigo *Comunicação para mudança: estratégias e dificuldades* (2009). Nele, Frascara trata do consumo irresponsável de produtos e recursos - problema que circunda tanto a relação Estado-cidadão quanto a relação cidadão-cidadão -, e apresenta a comunicação e o design como atividades potenciais para a geração de alternativas ao problema, através de suportes e incentivos à geração de mudanças de conduta.

Frascara (2009) analisa o significado simbólico do uso, ao argumentar:

Para muitas pessoas, uso é sinônimo de posse, que, por sua vez, é sinônimo de poder, poder de fazer coisas, de se divertir e sentir conforto com as coisas. As pessoas se acostumam com as coisas que usam, as aceitam como são e acreditam ter o direito, e não o privilégio, de usá-las (Frascara, 2009, p.25).

O autor elege a questão da responsabilidade de uso como a de maior impacto para o problema estudado e, assim, analisa a relação consumidor/responsabilidade de uso, criando três diferentes perfis de pessoas: 1) o “público em geral”, sensíveis sobretudo aos produtos e sentimentos de liberdade, controle e poder proporcionados pelo uso de produtos e recursos -; 2) os “líderes”, que “reconhecem responsabilidade como um valor elevado”; 3) as seguidoras de líderes e que se “enquadram através da imitação do comportamento das classes dirigentes”.

No processo de suporte e incentivo a mudanças de conduta, Frascara (2009) fala também sobre a comunicação ética e seu princípio de “comunicar alguém sobre alguma coisa” e não o de “comunicar alguma coisa a alguém”, respeitando a diversidade e enxergando o “receptor” como um sujeito. Frascara (2009) ressalta a importância da participação do espectador/usuário/receptor/consumidor - um cidadão ativo -, em projetos associados à geração de condutas responsáveis e ensina que:

Usar a linguagem do público não é suficiente. O público tem que ter voz.[...]O espectador passivo é a contrapartida comunicacional do cidadão passivo. Sem espectadores atentos não há como haver cidadãos ativos, não há como haver entendimento de responsabilidades e direitos e não há como haver entendimento ativo de uma revisão de uso (Frascara, 2009, p.29).

Citando Robyn Penman, do Instituto de Pesquisa e Comunicação da Austrália, Frascara define cidadania como algo mais amplo do que o que se constitui através, apenas, de “mera expressão de nacionalidade” (Penman, *apud* Frascara, 2009). O autor traz conceituação do editor-fundador da revista *Citizenship Studies*, Bryan Turner:

Cidadania deve ser definida como o conjunto de práticas - jurídicas, políticas, econômicas e culturais - que definem um indivíduo como membro competente da sociedade e, como tal, dá forma ao fluxo de recursos entre indivíduos e grupos sociais (Turner, *Citizenship and Social Theory*, Sage, Londres, 1993, p.2 *apud* Frascara, 2009, p.29).

Retornando a Penman, Frascara (2009) cita frase do autor :

[...] um dos ingredientes chave para a prática da cidadania é a participação na vida pública. E este ato de participação é um ato comunicativo. É em nossos processos de comunicação públicos que práticas ganham força de lei e que definem uma

pessoa como mais ou menos cidadã. E é a qualidade das práticas que conta. Boas práticas revelam bons cidadãos (Penman *apud* Frascara, 2009, p.30).

Para finalizar, Frascara (2009) questiona se a revisão de uso por ele incitada poderia ser baseada somente na comunicação e no entendimento, definindo entendimento como um processo cognitivo e atuação como um processo social.

Já no segundo texto, *People-centered design. Complexities and uncertainties* (2002), Frascara é mais explícito em sua visão do design como meio para intermediar relações e atitudes humanas e cidadãs. O autor não deixa de falar da responsabilidade social do designer, mas não a coloca somente no ato de produzir criticamente e, sim, no de constituir objetos e serviços, pensando em gerar efeitos sociais positivos. Aponta a interdisciplinaridade e a resolução de problemas como habilidades que possibilitam que designers não “continuem reagindo somente aos pedidos dos clientes”, mas se voltem para problemas globais: “É necessário considerar a descoberta e definição de problemas físicos e culturais como parte essencial do design”, ele diz Frascara (2002, p.36)

Assim, o autor reforça a importância da inclusão do tema sustentabilidade - em seu sentido também cultural -, na formação em design: “Sustentabilidade cultural e física deve fazer parte de todo processo de design, e as escolas terão um papel importante a desempenhar na formação das novas gerações” (Frascara, 2002, p.36).

Trazendo o conteúdo construído por Frascara (2002), para a perspectiva de análise deste trabalho, percebemos três pontos importantes a serem destacados: a) o que se refere ao design com foco em efeitos sociais; b) o que se refere à importância da participação dos usuários no processo de concepção de produtos/serviços com foco em efeitos sociais; e c) o que enxerga cidadania também como meio, e não somente como fim para projetos de design.

#### **a) Design com foco em efeitos sociais**

Ao estabelecer relação entre pessoas e produtos/serviços que extrapola o significado de uso, Frascara (2009; 2002) coloca os projetos de design como possíveis potencializadores de efeitos maiores, o que vai ao encontro da ideia de que o design tem que considerar/priorizar efeitos sociais em seus projetos. Designers não somente responsáveis e críticos ao conceber um produto, mas que pensam, ao projetar os efeitos sociais que este produto/serviço oferecerá a seus usuários: é isso que Frascara (2009; 2002) propõe.

O design seria, assim, não somente responsável por seus produtos - com profissionais críticos e responsáveis -, mas também um impulsionador de mudanças e de responsabilidades em seus usuários.

#### **b) Importância da participação**

Frascara mostra claramente em seu texto *Comunicação para mudança: estratégias e dificuldades* (2009) que a revisão de uso que propõe só pode ser alcançada através da participação dos usuários, ou seja, através de um design que inclui seus usuários em seus processos de criação.

Se quisermos que as pessoas entendam a necessidade de uma revisão de uso, temos que engajá-las e transformá-las em bons cidadãos de modo que elas contribuam ativamente para seu desenvolvimento (Frascara, 2009, p.30).

#### **c) Cidadania como meio e fim**

Frascara (2009) apresenta cidadania como meio para se atingir efeitos sociais, como por exemplo, a mudança de conduta diante do consumo e do uso de produtos em geral.

### **2.4. Considerações parciais**

Neste capítulo, pôde-se notar que a relação entre design e cidadania pode se estabelecer por meio de diferentes perspectivas: por lentes que enxergam através da responsabilidade social dos designers, através da relação Estado-cidadão ou através da relação cidadão-cidadão.

O que se tornou claro nesta fase, porém, é que a perspectiva sobre a relação que mais interessa ao presente estudo permeia as três observações acima descritas e se configura através de ações projetuais com foco no incentivo e no suporte de práticas cidadãs. Práticas estas que podem variar desde relatos sobre o funcionamento das cidades - como na plataforma *Rio 1746* -, até o compartilhamento de bens e outras ações que visam tanto contribuir para melhorar a qualidade de vida nas cidades quanto suportar o bem comum.